

对话美图吴欣鸿：围绕“美”还有很多可以做

■ 刘姝君 张逸之

以“图片美化”的细分领域鏖战互联网，以“90后”市场为起点“精细化”经营，6年时间，美图公司凭借什么吸引了9.4亿用户？从图片、视频到手机，接下来又将开拓哪片疆土？而作为中国互联网行业的全程参与者，美图公司CEO吴欣鸿又将如何看待“互联网泡沫”一说？

记者：美图如何定位并经营自己的用户？

吴欣鸿：美图第一款产品美图秀秀最开始定位在“90后”市场，是一款追求个性化、操作简单化的图片处理软件。但慢慢发现80后、70后也在使用我们的产品，逐渐从年轻人专属变成大众化的产品，到现在几乎广为人知。

事实上，这是互联网产品的特性，一个产品最开始需要有一个相对精准的定位以及明确的目标用户群，这样更有利于在人群中迅速爆发，基于这一点逐渐向外扩散。美图产品在90后市场群体中被验证，通过口碑传播，覆盖更多群体。

记者：今年美图公司推出美拍这一款视频软件，美图是想借此转战视频领域吗？

吴欣鸿：图片和视频都是非常重要的媒介，不存在视频取代图片的说法，更多是延伸，既然美图秀秀可以让照片更美，为什么不能做出一款产品让视频更美呢？我们研发了独家的电影剪辑技术，多种剪辑手法的预置，加上一系列顶级滤镜，让平铺直叙的视频也有好莱坞大片的节奏和画面感。



记者：很多IT评论员认为，智能手机已然是一片红海，在这种情况下，美图公司为什么仍然逆势而为？

吴欣鸿：手机是非常大的市场，美图做手机，不打算发烧，也不追求情怀，我们想满足一部分用户的需求，哪怕只有很小的比例，对我们来说也足够了。美图手机是美图软件的自然延续，我们做了美图秀秀、美颜相机等软件后发现，产品搭载在其他手机上表现力不足，所以我们就萌生了自己做一款手机，把我们引以为傲的自拍功能做到淋漓尽致，手机和相机跨界正是我们的设计理念。

记者：互联网公司做手机与传统的手机厂家相比有什么特点？

吴欣鸿：最关键的是互联网思维，即是否把产品做到极致，一些传统公司会有销售等其他压力，不得不转向以销售为导向，我们不是不看重盈利，但更重要的是产品的品质和用户的口碑，事实上，我们卖得还不错。

记者：美图今后发展的重心是什么？

吴欣鸿：美图一直是以“美”为主，这是我们的定位，围绕“美”我们还有很多可以做。作为移动互联网公司，最核心的还是用户，商业模式不可能完全跳脱用户，用户更多，品牌更强，这是整个公司最核心的目标。

记者：美图公司海外市场如何，如何看待中国互联网公司在海外的竞争？

吴欣鸿：美图今年刚刚开始进军海外，目

前有几千万的纯海外用户，主要集中在亚洲各国。中国互联网公司需要更广阔的海外增长空间，因此国际化是大势所趋，并且中国这样高度竞争的市场催生出的互联网公司在产品和技术方面都具有优势，可以预测，未来3年内，中国的移动应用和游戏类产品将会占据绝大多数国家的市场。

记者：如何看待中国当下的互联网创业热？

吴欣鸿：“创业热”对整个行业有很大的帮助，会让好的产品和公司加速涌现，我也希望更多人加入到互联网行业，从2000年第一波PC互联网到现在的移动互联网，整个行业才刚刚开始，仍有很大的空间可以拓展。

记者：有人说第二波互联网泡沫袭来，你怎么看？

吴欣鸿：泡沫主要集中在资本市场，对互联网产品的估值过高可以看做是泡沫，但有一些泡沫是比较正常的，万众期待的行业难免会存在这种情况，但无论是产生还是破灭，当中都有淘汰，这是市场自然发展的规律。

记者：对当下互联网创业者有哪些建议？

吴欣鸿：很多人以为创业要有很大的格局，要多少用户，规模要多大，但实际上任何伟大的公司最开始都是小得可怜。我更建议大家有“微创业”的心态，不要好高骛远，从自己感兴趣并且擅长的事情入手，找准核心定位和目标用户群，单点突破，把产品做到足够好，多利用社交平台去做口碑传播，就已经足够支撑起一家公司了。

事实上，这也是美图公司成功的模式。

商务部：积极引导企业扩大先进技术进口

国务院办公厅近日印发《关于加强进口的若干意见》，部署实施积极的进口促进战略，推进贸易便利化，改善贸易环境，促进进出口稳定平衡发展。

商务部对外贸易司负责人11月6日就《意见》进行解读时表示，下一步，商务部将会同相关部委根据国内需求及产业发展情况，进一步研究调整《鼓励进口技术和产品目录》，积极引导企业扩大先进技术、重要装备

和关键零部件、紧缺资源性产品进口。

据了解，《意见》提出八个方面的政策措施。一是鼓励先进技术设备和关键零部件进口。二是稳定资源性产品进口。三是合理增加一般消费品进口。四是大力发展服务贸易进口。五是进一步优化进口环节管理。六是进一步提高进口贸易便利化水平。七是大力发展进口促进平台。八是积极参与多双边合作。

谈到鼓励先进技术设备和消费品进口方

面的具体措施，商务部对外贸易司负责人表示，除加强信贷支持，鼓励中国进出口银行充分发挥优惠利率进口信贷作用外，为了更好地发挥自贸区先行先试的作用，商务部将会同有关部门支持上海自贸区尽快开展汽车平行进口试点工作。

针对《意见》中提出的提高进口贸易便利化水平方面的措施，上述负责人表示，调整自动进口许可货物种类，加快无纸化通关试点。

商务部将对《自动进口许可管理商品目录》进行动态调整。今年8月，海关总署与商务部联合发布公告，在上海自贸区试点自动进口许可证无纸化通关工作，首次在涉证管理商品通关无纸化方面取得突破，下一步，商务部和海关总署将在总结经验、改善网络技术的基础上，尽快扩大试点范围，争取在2015年内推广到全国。

(据新华社)

中国官方邀电商巨头会商“双11”打造经济新发动机

■ 彭大伟

“我们现在重点发展移动电商，微信上我们自己开的微店有非常大的提升，远远超出我们每个人的想象。”京东集团创始人、CEO刘强东11月4日下午在北京兴奋地介绍着京东今年“双十一”的业务创新。

在他周围，坐着阿里巴巴、苏宁、当当等十余家大型电商负责人和中国有关部委代表。这一幕发生在当天举行的中央网信办促进电子商务创新和健康发展座谈会上。一年一度的“双十一”临近，中国官方正前所未有地看重11月11日这一天及其背后巨大的网络消费潜力。

在10月29日的国务院常务会议上，中国国务院总理李克强要求重点扩大六大领域消费，首当其冲的便是“扩大移动互联网、物联网等信息消费，提升宽带速度，支持网购发展和农村电商配送”。

在11月3日的一场座谈会上，李克强再次指出，要加大力度支持新技术、新模式、新业态、新产业发展，为它们“培土施肥”，打造中国经济新的“发动机”。

对于电商企业而言，层出不穷的创业业

态已成为它们的“吸金”法宝。

刘强东以微店为例表示，京东微店上线一个月来每天复合增长率达10%，目前单日营业额已达2000万元人民币，“过5000万和1个亿，时间也不会长”。

阿里巴巴市场总监金奕表示，今年阿里没有强调“双十一”交易额，而更多是推进国际化、无线化和平台化建设。在金奕看来，“双十一”会是一个社会化协作，快递、物流、营销、第三方外包服务、银行等都会全方位参与，“希望每年有一种脉冲式的发展，推动行业发展转型和进步”。

值得注意的是，甚至“双十一”这一名称本身亦成为电商角逐的目标。

当当网战略与投资副总裁金东兴便当面“吐槽”阿里巴巴将“双十一”注册商标收入囊中一事，“我们觉得‘双十一’是一个全国网民的购物节，不是某一个公司独有的”。

而在座谈会上，更多电商负责人将注意力放在如何杜绝假冒伪劣商品上。

刘强东指出，微店推出后，在其之上卖假货、水货的情况大幅减少。京东调研后发现，这是因为“社交链条在里面”，“朋友、亲戚和同学介绍过来，一环介绍一环，绝对不敢用假



●刘强东介绍京东2014“双十一”业务创新。

货、水货”。

金奕则表示，阿里方面对于商品质量和服务有事先监控机制，如果在“双十一”前有违规记录和不良行为，商家将失去参加“双十一”资格，即便报名参加成功的商家，违规后也会被排除出活动。

刘强东呼吁，电商企业全部实现100%开具电子发票，使销售假货的人买不到假发票，从而彻底杜绝假货水货。

金东兴同时建议，应尽快出台促进电商产品质量提升的法律法规，并建立起全国通行的电子商务企业诚信平台。

“酒庄酒”渐成市场“新宠” 行业巨头加速圈地

■ 陈春潮

在葡萄酒业漫漫的“严冬”中，一个叫台依湖酒庄的行业新秀，总算把这个近乎结冰的市场搅起了阵阵涟漪：其3万亩葡萄的种植面积、300个酒庄的建设规模，让“酒庄酒”再度成为行业热词，也把众多行业巨头在平静表面下“跑马圈地”的汹涌暗流，以“倒叙”的方式再度呈现于公众视野。

消费升级刺激“酒庄酒”走红

生活水平的提高和健康意识的觉醒，让葡萄酒这个“舶来品”近年来在中国消费者中迅速走红，甚至成了身份的象征。但因为信息不透明等诸多原因，许多中国消费者花高价钱买到的葡萄酒，或许并不“高档”。

据台依湖集团有限公司董事局主席陈春萌介绍，酒厂和酒庄是两个概念，酒庄生产出来的是高端的“酒庄酒”，而酒厂生产出来的是普通的“佐餐酒”，二者在葡萄园管理、酿酒设备、生产模式、产量方面都不相同。

陈春萌说，真正的酒庄酒，都能储藏10

年—20年，每瓶大概20欧元—50欧元。如果进口葡萄酒低于500元人民币的，基本都是质量一般的佐餐酒。

近年来我国葡萄酒消费量激增，甚至有“无红(葡萄酒)不成席”的说法。但数据显示，葡萄酒消费在我国才刚刚起步，市场潜力巨大。目前全球葡萄酒每年的产量为300多亿升，人均消费量为28升，而中国还不到1升。

未来十年是“黄金时代”

中国酒业协会葡萄酒分会秘书长王祖明认为，未来10年是中国葡萄酒行业的黄金发展时期，如果中国的消费量在10年内达到世界平均水平，以目前全球的生产水平，即使全世界的葡萄酒都让中国人喝了都不够，就会产生“酒荒”，而以品质见长的“酒庄酒”更会供不应求。

行业巨头加速“跑马圈地”

“酒庄酒”走红的背后，意味着酒庄资源的日益稀缺。随着国际知名的私人酒庄不断

被个人购买，国内外酒业巨头开始将“整合”的目光，转向近年来迅速发展、升值潜力尚待发掘的中国酒庄。

胶东半岛依然是葡萄酒巨头“觊觎”的焦点。这里三面环海，四季分明，是世界上公认的第七大葡萄酒海岸产区。

据陈春萌介绍，台依湖酒庄位于胶东半岛南部的乳山市，占地30000亩，拥有万亩葡萄园、千亩水景、千亩公园、百亩湿地。“按100亩一个酒庄的规格，计划10—15年建成300个酒庄。第一期5000亩地，计划建设28个酒庄。”

“中国葡园”价值发现 “打扮包装”特价而沽

酒业巨头掠过的带有垂青意味的眼光，自然早被国内酒庄捕获。这些酒庄加紧形象包装的同时，也加紧了营销模式的创新。以台依湖为例，除了葡萄酒酿造外，还大力发展农产品深加工和精加工，以及依托优良的种植环境，发展集葡萄种植与酿造、度假与旅游于一体的酒庄综合文化区，以延伸产业链条。

陈春萌说，台依湖酒庄正在开拓一种全新的营销模式，就是将整个酒庄分成300个小单元，以“私人定制”的方式出售，从而达到酒业、旅游、度假、参观于一体的“混合经济体”。

“我们不是卖葡萄酒，而是卖葡萄园。你是园主，没必要自己养一个团队。我给你提供各种专业的团队服务，你可以放心地交给我们打理。1000亩葡萄园，需要几个工人，一年需要浇几次水，需要怎样管理，从种植到酿造，我们都有专业的团队为你打理。”

据介绍，从法国引入的顶级酒庄管理团队管理整个台依湖酒庄，葡萄种植由中国农业大学教授段长青带领的团队指导，酿酒师团队则由原拉菲首席酿酒师、法国波尔多资深葡萄酒专家热拉尔·高林和国家级酿酒师、国家级葡萄酒评委团队组成。

数据显示，越来越多的人对独立私人酒庄的兴趣与日俱增，以至于这类产品越来越难买，很多进口商和买家不得不寻求新的产区。包括台依湖国际酒庄在内的一些国内酒庄已崭露头角，进入了国际酒业巨头“并购”的视野，正在“特价而沽”。



中国女企业家获联合国人类生命健康领域杰出贡献奖

2014年10月20日，鉴于锦辉国际控股集团董事局执行主席许榕容博士在健康产品SSGLGV的研发和贡献，在美国纽约，诺贝尔奖创始人第四代传人、诺贝尔慈善信托基金会主席、瑞典健康医疗委员会主席麦克·诺贝尔先生亲自向她颁发了“人类生命健康领域杰出贡献奖”。

据了解，锦辉国际控股集团是一家以实业投资为主营方向并集市场经营、资产管理于一体的综合性民营企业，总部设在北京，其前身是由矿业投资公司和房地产开发企业，通过资源整合、资本优化、兼并重组等方式联合成立的集团化综合性企业。该公司运用现代企业管理制度，依托科技创新、服务理念创新，充分发挥集团优势，为旗下企业的良性发展奠定了良好的基础。在实业投资领域注重国民经济发展的长远战略，以国家紧缺类资源的勘探为核心，切合实际开发利用，为国家资源储备贡献了力量。

2013年锦辉集团与美国太空总署埃姆斯研究中心——全一量子研究所建立长期合作关系，并成立专门的SSG公司，专注于天然健康产品的研发，目前已成功研发出SSGLGV第一代产品，经近一年的产品测试，SSGLGV在亚健康、排毒、减肥及抗衰老等方面表现出惊人的疗效，被试用者美誉为超越药品的食品。2014年10月18日，该产品在NASA埃姆斯七十五周年庆典展示会上受到广泛关注，成为NASA七十五周年首次对外开放日活动的焦点。

(贺宏媛)

企业家看好中国 盼互联互通

■ 韩曙

2014年亚太经合组织工商领导人峰会已经开启，APEC各经济体领导人、亚太地区工商界领袖和知名学者共约1500人集聚北京，讨论亚太经济的发展。众所周知，企业是亚太地区经济发展的根本动力，那么企业家们如何看待亚太地区经济发展的前景，又有什么期望？著名会计师事务所和咨询机构普华永道8日公布了最新CEO调查结果。

普华永道当天公布的CEO调查报告来源于39个经济体635位受访者的观点。报告显示，随着世界经济的复苏，亚洲的经济逐渐走出动力不足的阴霾，企业家的信心普遍有所提升。有46%的CEO对未来一年的营业收入非常有信心，这一数字比两年前高出10个百分点。其中，中国经济发展尤其令人看好。普华永道中国公共政策与监管事务主管合伙人吴卫军介绍说：“可喜的是首先要看到在整个APEC地区21个经济体中，投资的数量都有所增加，但调研显示中国、美国和印度尼西亚在未来12个月内为投资考虑的首要前三目的地，72%也就是四分之三的企业高层表示他们计划增加在中国的投资。”

吴卫军表示，企业家的反应显示了他们对中国经济结构调整的信心。他分析说，今年是APEC中国年，因此APEC企业界的“中国故事”将成为一个亮点；而今年APEC峰会上的热点——互联互通，也是亚太经济的新增长点，“可以说一个更加互联互通的区域愿景，是商业领导者信心来源的推动力。在他们的投资模式中也有所体现。接近60%的表示，在未来3到5年，他们计划兴建包括数据中心、工厂、零售店等，揭示了该地区日益互联互通的增长模式。”

吴卫军还指出，亚太地区的互联互通需要更多层次的努力与合作，许多企业期望在APEC各经济体继续推动各方面的接轨，降低企业成本，推动经济增长：“企业家希望在区域内有更加协调的制度安排和监管合作。比如我是一名会计师，从一个会计师的角度，亚太地区的会计准则主要有两大方面，一个是国际会计准则，一个是美国会计准则，最近，美国SEC表明，他们要研究美国会计准则与国际会计准则接轨的问题，对此我们是表示欢迎和支持的。”

普华永道的这份CEO报告还包括人才培养、电子商务等内容。这是普华永道第五次发表同类报告。普华永道表示，亚太区投资环境已经发生很大变化，在迈入25周年之际，APEC将发挥更重要的作用，构建更好的增长平台。