

CES 盛宴背后:中国力量与中国现象

■ 李瀛寰 江道辉 报道

编者按:

2015年CES(国际消费类电子产品展览会)演绎了令人吃惊的“中国现象”:顺着参展商目录看下去,3600余家参展企业有近1/5来自中国。中国知名厂商,如联想、华为、海信、TCL等,在今年CES上表现非常吸引眼球,拉斯维加斯会场中心外的100英寸大屏幕几乎被中国品牌承包。中国企业参加CES的目的简单明确,推广自身品牌,提升品牌价值,开拓国际市场。一言以蔽之,中国企业参加CES,就是要通过这一平台,在国际舞台上“猛刷存在感”。

与中国企业高涨的参展热情相比,美国一些科技巨头却出现了“退烧热”,如苹果、微软,都早已不再参展,谷歌甚至从未参加过CES。可这些未现身的巨头,却处处有他们的影子,如CES为苹果及周边产品设立了专区,搭载安卓系统的智能手机、智能手表等在CES大放异彩。这种不参与,岂不是更高层次的参与?

相比之下,中国公司还处于比较低层次的参与阶段。首先,无论大小企业,都是以展示终端产品为主。其次,中国企业参加专业论坛的人数很少,没有中国企业被邀请演讲。这固然与中国企业以展览为主有一定关系,但也从一个侧面反映了我们确实没有吸引专业人士眼球的产品和技术。

问题就是机会,从近年来CES发展的趋势来看,有两个非常突出的特征,为我国企业提供了良好的发展机会。

一是作为以创新为最核心元素的CES,近年来创新的表现尤为乏力。因此,我们的企业应该利用当前这一机遇,努力在“核高基”上有所突破。如果由我们中国的企业率先打破当前科技创新的“瓶颈”,那么我们的产品和技术必定能引领未来。

二是智能互联与消费电子结合愈加紧密。只要我们能够坚持以应用促发展,完全有可能在我们的汽车及其他产业中涌现出创新的成果。



CES2015:平淡了手机、惊艳了物联网和3D技术

CES展会已经成为科技产业的风向标,但年年举办的CES上,每一年都会给业界以惊喜?这是不可能的。颠覆性技术的出现需要时间,当前正是技术演进、迭代之际。

从本届CES来看,虽然车联网、智能手机、平板、可穿戴设备、曲面电视等新产品仍是这几年来一直的热点,甚至让观众有了“疲劳感”,但仔细观察来看,今年最大的亮点莫过于物联网和3D的智能演进。

CES更专业,也更聚焦

相比于前几年手机新品满天飞的盛况,今年CES的一大特色是新手机发布得少了。

LG正式在CES2015上发布了全新曲面屏手机G Flex 2,除了依然沿用可弯曲机身之外,还首次采用了高通最高端SoC—骁龙810。1月8日,“酷派大神”正式在国内推出旗舰机型大神X7。但在国内发布之前,X7已经率先在CES上亮相。作为“大神”的高端机型,X7采用了双面玻璃设计,机身采用一体化的纯铝航空铝材质中框,设计新颖。

除了这两款手机之外,三星、华为等重量级手机企业都没有新手机发布。这一现状甚至还引发了“三星退出与苹果竞争高端手机”等消息,但事实来看,这却是CES回归其传统的家电、智能领域的象征。

目前高科技行业有两大全球性展会,其一便是CES。CES主打消费电子,历来以来家

李东生:“TCL依然会做跨国并购”

1月6日,CES2015开幕式当天,TCL通讯正式宣布收购Palm。

当天下午一点半,当TCL通讯CEO郭爱平接受包括媒体采访时,首先说道:“今天我们终于走完了收购Palm品牌的流程。”这一看似轻描淡写的开场让所有人都有几分吃惊:这是TCL在宣布一项重大收购新闻?

郭爱平随即补充说,被收购之后,TCL会再成立一家“真正的来自美国硅谷的公司”去运作这一品牌。

Palm在科技历史上是一个值得记住的品牌,很多人并不陌生,它是智能机时代的入门机型,用TCL董事长李东生的话说:“Palm就是当年的苹果。”

2012年惠普以12亿美元收购了Palm,其成为惠普的一个子部门。由于惠普已经在去年将其操作系统WebOS出售给了LG,目前Palm的核心价值只是一个品牌。

TCL为何要收购一家只有品牌的公司?换言之,只买了个壳?面对记者的追问,李东生的回答其实隐藏着千亿公司TCL的更大野心,更多的收购或将陆续发生。

“我依然会做跨国并购”

这次TCL收购Palm品牌的金额到底是多少?郭爱平称,目前刚刚与惠普走完流程,金额不便透露。

郭爱平称,这次收购Palm仅限于品牌,也不涉及员工也不涉及专利,被收购之后,TCL会再成立一家“真正的来自美国硅谷的公司”去运作这一品牌。此次收购Palm品牌后,TCL在保持其既有的创新和先驱特质之外,还将“与创新的商业模式挂钩,以开放为核心,让粉丝都可以参与其中”。

去年11月底,在一个活动上,面对TCL15年的国际化历程,李东生曾进行过反思。当时因为并购汤姆逊全球采购项目业务和阿尔卡特手机业务而导致TCL在2005年、2006年的巨额亏损,外界一致认为这个项目是失败的。

不过,李东生很坚定,他不认为跨国并购失败:“如果让我重新做一次决定,我依然会做跨国并购。”国际化是中国企业必由之路,这是TCL一个坚定战略的判断。

杨元庆:“联想会是最后的赢家”

出现在拉斯维加斯CES2015上的联想集团董事长兼CEO杨元庆换了发型,短了很多,看上去年轻了几分。

很多人都注意到了杨元庆的这一改变,对此,他坦率地说:“因为所谓的公司转型就意味着你的基因要变,而你的基因是落在每个人的头上,领导层必须起带头作用。”

在CES上与杨元庆深谈之后,能明显感觉到,经过两年多的探索与蓄势,今年的联想开始有了基因上的变化。

前年联想誓师大会上,杨元庆说道:“为了时尚一点,我得穿小一号的西装,还得挺胸、收腹、提臀,很累啊。不过看大家的反应,我累点也值了。”

当时的联想提出了PC+战略,走向后PC的移动时代,关注年轻消费者。两年之后,杨元庆自己终于也变“年轻”了。

杨元庆表示,联想集团最近很多业务都

电、音响为重点,这几年因为智能手机市场的火爆,不少企业选择在CES上发布新手机。但CES之后一个多月就是每年一度的MWC(世界移动通信大会),是更为专业的通信手机盛会。所以,不少手机选择把手机新产品留在更为专业的MWC上发布。

以三星为例,三星在CES上主打的是电视产品,手机作为次重点。而在MWC上,三星主打的则是手机等通信产品,电视则很少出现。所以,一是CES更回归到其传统的家电以及近几年大热的智能家居等智能领域;二者,不可否认的是,手机产业的新品推出速度有所下降。

除了手机产品的创新速度有所下降之外,很多大企业也没有以往那么重视CES,反而更重视自己的产品推出节奏,如苹果、华为等企业更愿意在下半年推出自己的年度旗舰机型。

如此一来,今年的CES展会更显聚焦,一是家电领域的电视产品,如三星公布了九款全新“SUHD”品牌4K电视新品,借用量子点新技术重新定义4K超清电视,包括一款105英寸旗舰级产品。二是,智能家居、可穿戴设备以及物联网等产品更显突出,如在本届展会的智能创新馆,各种智能健康、智能医疗等新产品令人眼花缭乱。

物联网、实感技术让人惊艳

但毕竟当年曾走过弯路,所以当记者问到李东生,这次收购Palm如何避免当年的失误时,李东生回答称,这次收购与当年收购阿尔卡特不同,这次的交易金额并不多。虽然仅收购了Palm品牌,但这一品牌在全球部分市场仍有不小价值。Palm如同当年的苹果,也是创新的代表,时至今日,仍有很多人希望这一品牌再度创新。

李东生表示,收购Palm的最大价值在于探索新的商业模式,一是利用Palm品牌重新开辟高端手机产品线,而且要“再次成为创新的代表”。尤其是有粉丝、用户参与其中的类似于众包的方式,通过增加用户的参与感和体验感,从而打造出具有独特价值的新Palm。

新Palm的目标是做世界级的产品,据称,预计新Palm的上市时间将在今年年底。

“北美市场让人又爱又恨”

这是TCL第25次参加CES展会,25年前的李东生,搭车香港一家企业的展位,带来两台TCL产品,从“摆地摊”开始走向海外。

比起当年,今天的TCL已经在CES主展馆搭起了巨大的展台,参展产品包括极具创新力的TV+量子点电视H9700、拍照和音乐功能强大的时尚手机Hero 2、么么哒系列手机等最新产品。积累多年之后,目前在海外市场,TCL已经站稳脚跟。谈到收购Palm品牌对于TCL拓展市场的价值,李东生很坦率地称,“北美市场让人又爱又恨,”收购Palm品牌的另一目标就是借助这一品牌的认知度加速拓展北美市场。

阿尔卡特品牌2014年已进入北美市场前五名,但多以运营商定制的中低端手机为主,收购Palm品牌之后,其将与阿尔卡特品牌有所区隔,Palm品牌主打高端市场,目标是全球市场。另据郭爱平透露,TCL今年希望做到美国市场第四名。收购Palm品牌,无疑会让TCL离这一目标更近一步。

李东生称,目前Palm的收购流程刚刚结束,还没有更多的发展规划。不过,谈到未来的海外拓展,李东生明确表示,目前正在产业变革的转折点,有很多企业都在走下坡路,这正是中国企业的机会,“TCL将在全球产业中寻找收购的目标”。

是围绕物联网进行的。“一方面产品要适合互联网,另一方面以互联网为工具改造现有业务。联想内部还成立了互联网变革小组,我亲自担任组长。”

这次CES展会上,联想推出了智能眼镜New glass。这只眼镜采用全中文界面和全语音操控,还独立设计了电池模块,解决了待机问题。可用于拍照、地图虚拟现实体验、电话等应用,主打声音控制,适合连接在近视眼镜上配套使用。如同展会现场杨元庆开的玩笑“求联想就能看到各种新产品,不用去别家了”。这是联想收购Moto之后第一个全球盛会,联想带来了包括新一代Moto X、Moto G、Nexus 6等全线智能手机产品以及Moto 360智能手表。

人们更关心未来,联想经过长考与试水,并在去年推出全新平台NBD之后,再次单独成立神奇工场,实现智能化业务的纵深拓展。

来到英特尔展台的人,都没法不关注那几只正在律动的小小蜘蛛侠。这是内置了英特尔Edison可编程芯片的机器蜘蛛,可以随着不同音乐跳出不同舞蹈。

而展台另一侧,一个正在不断挥动的手也会引起人们的兴趣,这是基于英特尔芯片的、可用神经肌肉控制的智能手脚,由3D打印成形,据英特尔展台人员称,这将会成为可穿戴朋友的福音。

英特尔展台中间所设的演讲区,人满为患,都在等待聆听,听什么?《艺术的革命》!讲解的这位老哥堪称“艺术+技术狂人”,满手臂的文身,他所讲的是,用软件硬件+英特尔实感技术进行他的数字艺术创作。

1月7日,英特尔CEO科再奇(Brian Krzanich)的CES的主题演讲也让人再一次惊艳。历来是高大上的、硬科技范儿的演讲之地,却在开场之前上演了一场实感技术的表演。小提琴演奏、舞者的华丽表演,结合大屏幕上的场景,以视觉和听觉的盛宴,艺术、性感地再现了实感技术。

当天,英特尔宣布与运动眼镜品牌Oakley在可穿戴设备领域展开合作,并与惠普在3D领域进行合作。科再奇还着重介绍了Intel Security全新推出的跨平台应用True Key,它可利用用户的面容、设备或指纹等个性化特征,让设备登录变得更简单、更安全。

1995年是个人计算机历史上的分水岭,科再奇认为,2015年将是另外一个分水岭,是

刚刚晋升到千亿级公司的TCL,看来将加大出击力度。

TCL集团在2014年初提出向“智能+互联网”和“产品+服务”的“双+”战略转型,在这一年里,TCL集团频频与业界合作,与多家企业推出搭载TV+智能电视平台的跨界产品。

去年10月,TCL与思科合资成立商用云平台 and 基于视频通讯的互联网服务公司,近日又和万达地产达成了战略合作,通过商用智能系统解决方案及基于商用云的互联网应用和服务共建智慧化的商业地产。

2014年上半年,TCL海外业务收入占比已经达到47.7%。经过15年的拼杀,TCL已经成为一家真正的全球化企业。谈到未来的国际化战略,李东生强调,TCL会依据“双+”转型战略,打造国际化新形态,并努力推动制造业向产业价值链高端进行转型。收购Palm品牌正是推动自身以及产业向高端化发展的一次努力。

国际化收购一定要抵住诱惑

在总结国际化经验时,李东生称,国际化是中国企业必由之路,中国经济全球化是一个必然的趋势,不能适应这种变化,未来的发展一定受限。更重要的是,国际化需要胆略,也要创新。虽然有人说,为什么TCL当时不把并购做得更好一点,想得更周到一点?但李东生不这么认为,并购是一个机会事件,不可能把所有东西都想好了才做。什么东西想好了,就等不到你了,机会就不是你的了。

TCL抓住了时机,也判断对了大方向,但不管怎样,回顾在国际化路上走得并不顺利的TCL,李东生更多是在反思经验与教训:在国际化当中特别是一些收购并购活动当中,一定要抵住诱惑。

李东生称,当年的并购决定做得过于匆忙,其时可以再等等,再谈谈。2003年底和汤姆逊集团几乎达成协议,当时他们突然通知李东生,他们给TCL的业绩比预算有巨大的差距,这说明是有风险的。当时TCL想重新谈条件,汤姆逊也同意了。

“但是我抵不住诱惑,因为收购之后就成为行业第三了,这个诱惑很大。”李东生说,现在总结来看,做企业一定要遵循企业的规律,

主打互联网、智能产品的联想子公司一神奇工场到底有哪些新玩意?陈旭东称,神奇工场是以互联网为“核心”的业务,主要是互联网和物联网两方面的业务。其中,互联网产品将围绕着手机和手机提供的应用服务展开。

物联网目前则更多以NBD为平台进行布局,其业务模式有三种:联想深度参与的,如智能路由器;合作开发的,如智能眼镜;从第三方引进,纳入到联想体系的,则会成为最重要的方式。

对于神奇工场的下一步发展,杨元庆显得很有耐心,他说:“旭东的神奇工场不要急于做出一个市值多么高的公司,而是要踏踏实实做好每一个产品,不要任何泡沫。”

互联网的基因式变革、智能产品的蓄势待发,都让联想有了更充分的信心。

杨元庆认为,随着智能手机市场的增长

从2D时代演进到3D时代。对于英特尔的RealSense技术,科再奇称这项技术“将会影响普通人生活的方方面面”,这种技术最炫的功能就是使计算机获得某种“触觉”感知能力。

物联网、可穿戴技术虽然一直火热,但目前的进展并不大。英特尔一直在拓展可穿戴技术市场,自科再奇去年在CES上宣布了多个可穿戴创新项目之后,英特尔已经与一系列时尚、健身及生活方式品牌联合推出了多款产品和计划。目前来看,物联网、可穿戴设备正在进行新的突破。

在现场,英特尔的工作人员可穿上了专门为视觉障碍人士打造的夹克。这款夹克可以感知周围环境的变化,通过夹克的震动,通知视觉障碍人士。

未来的智能无处不在,从科再奇介绍的几个领域的创新来看,未来的智能互联计算将重塑人们日常生活。在机器人和多旋翼无人机的例子中,英特尔实感摄像头可以提供直观、基于视觉识别的防撞功能,以帮助解决复杂的问题。如Ascending Technologies正采用英特尔实感摄像头,以开发智能且更安全的多旋翼无人机,另外iRobot也在与英特尔合作,为其智能机器人平台探索更多实用应用。

物联网将各种能够相互传播信息的产品和服务,与全球网络中的人联系起来。从本届展会来看,物联网时代已经到来,高科技设备正在全面“入侵”人们生活的方方面面。

再谈两个月,就能拿到好的条件,抵住诱惑,任何时候保持冷静判断,这是TCL的教训。

此外,李东生称,国际化过程中,对可能遇到的困难一定要充分的准备。当时并购汤姆逊的时候,TCL应该融资但却没有去找银行贷款,这也是一个教训,“不要把东西想得大理想,很多没有想到的困难会发生,所以一定要留着重组的弹药,保持自己有强大的预备队。”

此外,吃透相关国家的法律法规以及潜规则更是非常重要。李东生回忆称,从过去的经验来看,TCL在欧洲市场吃亏非常大。两次并购TCL都请了顶级专业机构,投行是摩根士丹利,投资顾问是第一波士顿,律师是史密夫,会计师是安永。专业机构会讲法律法规上有的,但任何一个市场的潜规则也要搞明确。

“2005年我跟汤姆逊谈重组,要裁掉30人,6个月以后一个人没裁,他说要跟工会谈判,裁10人以上,工会说可以裁人,但是要裁掉能找到工作的人,这些我们之前都不知道。”李东生说。

李东生所总结TCL国际化经验,其实正是中国企业国际化所交的“学费”。但只有交过学费,上过课了,才能学成。好在,TCL的收获就是先输后赢,目前在全球产业链已经建立比较强的地位。TCL彩电现在是在全球第四,手机是全球第六,其中智能手机是全球第九。

经过15年的拼杀,TCL已经成为一家真正的全球化企业。

中国国际经济交流中心常务副理事长张晓强表示,未来的中国企业,特别是制造业企业在国际化进程中面临的发展瓶颈不是市场容量的限制,而是如何通过创新提高中国品牌的溢价能力,从微笑曲线的底部向价值链高价值区域的提升。这需要“走出去”的中国企业以全球化思维迎接挑战,抓住新的发展机遇,构建属于自己的全球产业生态圈。

从这次收购Palm品牌来看,出资金额不大,并不算大投资。但从目前TCL的思考与运作来看,将Palm总部设在美国,完全以一家美国公司的方式去运作。可见,TCL开始反向思考,有了更充分的把握。

看来,TCL与李东生深刻总结过去的国际化经验,其实是为了未来更多的并购与拓展做好准备。

重心从高端转移至中低端,由成熟市场转向新兴市场,这要求市场上排名前两位的厂商(苹果和三星)作出调整,但是按照他们现有的业务模式,牺牲利润率将是伤筋动骨的事情。

杨元庆表示,收购摩托罗拉将为联想带来更多机遇,如能成功整合,联想将会是最有竞争力的第三名,并有可能向前两名苹果和三星发起挑战。数据显示,联想已成为世界第三大手机销售商。其市场份额也从先前的4.7%增长至5.2%,这一数字有望在联想从谷歌手中完成对摩托罗拉的收购后增长至7.4%。

联想移动业务集团总裁刘军在CES会上透露,摩托罗拉将于今年春节前正式在中国市场上市。这不仅意味着Moto这一品牌将回归中国,也意味着“Lenovo+Motorola”的全球出击。