

台湾女首富、王永庆之女,在两年前回归宏达国际电子(HTC)任董事长 王雪红挂帅 HTC 遭业绩变脸

■ 时周

在科技界从来不乏“强人”力挽狂澜的戏码,但曾经的手机巨头 HTC 却可能成为例外。日前,HTC(宏达国际电子股份有限公司)发布4月份的财报,这让刚刚兼任 HTC 执行长两个月的王雪红,陷入了空前的压力与尴尬中。

今年56岁的王雪红,被称为“科技界最有权势的女人”。这位台湾女首富、王永庆之女,HTC 董事长在两年前回归 HTC,她需要重新掌管这个由她一手创建,但现在已然危机重重的科技集团。

“铁腕治重疾”。今年3月份,凭借2014年出色的年报业绩,王雪红顺利换下 HTC 原执行长周永明。周在 HTC 任职近20年,成功将 HTC 由一家代工企业发展成为全球顶尖的智能手机企业。

实际上,王雪红在业内素有“用人不疑”的美誉,她对周永明等职业经理人完全放手,而职业经理人也为她赚取了大量的财富。正因如此,她被称为全球科技圈最会用人,以及借力使力的管理者。王雪红曾经说:“我每天所做的事情,就是了解他们,挑战他们。更重要的,能够让他们觉得没有后顾之忧。”

但现在,王雪红不得不换下周永明,亲自披甲上阵。自从2011年,HTC 股价冲上每股1300元新台币的顶峰之后,周永明出现多次决策失误,HTC 也因人事斗争内耗严重。在王雪红正式回归 HTC 时,这家曾经几乎超越苹果、三星的手机厂商已经经历了长达两年的低谷徘徊,其市值蒸发了将近九成,在中国的市场份额也跌出了10名开外。

女强人披挂上阵 业绩尴尬变脸

王雪红为了出任执行长一职,做了将近两年的准备,除了周永明的问题外,她一直在等待着一份强而有力的业绩,以及一个充满憧憬的未来,去支持她回归 HTC。

今年3月11日,机会来了。当天,HTC 发布了2014年财报,2014年营业净利228.2亿元新台币,年增17%,全年平

均毛利率27%,优于2013年的25.4%;营业净利率12%,营业外收益37亿元新台币,年增24%,税前净利265.1亿元新台币,税后盈余207亿元新台币,年增16%,EPS达8.49元新台币,再创历史新高。

此刻,王雪红显得胸有成竹,她必须要让投资者相信,“挥泪斩马谡”后的她亲自披肩上阵,能够让 HTC 重拾当年的辉煌。

然而,事情不可能如预想中一帆风顺。铁娘子挂帅后的一个月,HTC 业绩就大变脸。日前,HTC 发布了4月份业绩报告,4月收入同比下滑38.6%,合并营收为135.42亿元新台币,而去年同期为220.78亿元新台币。而跟今年3月份的200.23亿元新台币相比,也下降了32.27%。

根据腾讯科技等相关媒体的报道,有分析指出,4月份 HTC One M9 的出货量仅为475万部,这比去年4月 HTC One M8 的800万部的出货量同比下降了43.75%。比起2013年 One M7 的700万部的出货量也下降了35.71%。

受此影响,HTC 的股价继续探底,从王雪红就任执行长后的最高点146.5元新台币,跌至5月12日最低位的107.5元新台币,目前在111新台币附近徘徊。如果与 HTC 在2011年最高位1300元新台币的股价相比,其市值大幅缩水将近九成。

在王雪红带领下,HTC 将如何扭转这个局面?

对此,HTC 相关负责人向时代周报记者称:“如果按季度来看,HTC 已经连续多个季度保持盈利,公司对于未来的持续增长非常乐观。在美国和其他一些重要市场,HTC 的市场占有率也呈现上扬趋势。相信随着 HTC 在2015年度发布的旗舰机型 HTC One M9 和 M9+,以及中端 Desire 系列产品向全球市场陆续出货,HTC 的营收情况将持续改善。”

战略纠偏 主战场搬回国内

在不少业内人士看来,HTC 的产品设计在 Android 阵营中,毫无疑问是出类拔萃的。无论是过去的“钻石”、“英雄”、touch 等系列,还是现在的 One 系列,都成

为国内手机竞相“模仿”的对象。可是,手机从来都不是一个仅凭产品本身就能取胜的市场。

但作为一个女强人,王雪红却长期坚持“先难后易”的做事原则,以最好的产品来赢得最激烈的市场,所以早年的 HTC 将主战场放在欧美。不过,正是这种雄心恰好导致了 HTC 直接遇上了残酷的专利战,并错过了进入中国手机市场快车道

的机会。

“当时我们都觉得应该做最难的事情,当时我们中国人在国际上都没有一个自己的品牌,如果我们能够在西方有自己的品牌,回来中国就会比较容易。”去年,王雪红接受相关媒体采访时坦承。

值得注意的是,王雪红一连用了两个“当时”。从2011年开始,苹果、微软、诺基亚等为了阻击 Android 阵营的扩大,发起了密集的专利战,尤其是针对三星、HTC 等主要 Android 厂家。

今年 HTC 将 M9 等两款最新的旗舰首发放到了中国,甚至为中国市场专门开发了 China Sense 界面。HTC 向时代周报记者的回复中,张嘉临称:“我们希望能在中国首发,代表着两个意义。第一,我们认识到,全球消费对旗舰机的需求感受并不一致;第二,中国市场的引领潮流,是一个特殊化的潮流。”

另外,从2014年上半年开始,HTC 重新发力中端市场,除了高端旗舰 One 与中高端机型 one 时尚版,还推出了渴望 6,8 等系列,多管齐下,纠正过去过度发力高端市场的错误。

王雪红主动出击 HTC 夹缝求生

据 IDC 的分析,今年全球智能机出货量将增长12%,较去年26%的增速明显放缓。“当下旗舰手机性能基本上已经达到了饱和,消费者换机对更换的旗舰需求明显减少。”王斌向记者分析称,包括苹果、三星在内,都遇到了同样的瓶颈。

所以,眼下摆在王雪红面前的是一个水深火热的市场,“上有苹果、三星,下有小米、华为”,杨群向记者指出,“在高端市场方面,苹果赚取了智能手机市场中绝大



●台湾女首富、王永庆之女、HTC 董事长王雪红

部分的利润。当 HTC 转战中端市场时,又要直面小米、华为等国产手机品牌的竞争”。

其实,从 HTC 的2015年一季度财报也可以发现,逐渐激烈的竞争,正在不断压缩厂家的利润。HTC 净利润从2014年第二季度的24亿元新台币下滑至2015年第一季度的0.2亿元新台币,而其近三个季度的毛利率也在呈现逐步下滑的趋势。

HTC 从周永明到王雪红,在一定程度上,反映的是整个手机市场的模式之变。

资深手机行业分析师项立刚指出,“周永明属于技术派,相对比较温和,扎实,但是在一个非常浮躁的市场中,就容易吃亏。而王雪红具有非常强的进攻性,在激烈的竞争中,这样的性格会给 HTC 带来新的改变和新的感觉”。

经历了台湾科技与资本市场的洗礼,王雪红绝对不是一个容易妥协的人。即使 HTC 的业绩在最坏的时候,两度传出被收购的传言,但都被她以进攻的姿态反驳了回去。

“我们还会继续在智能手机产业链进行收购,以求将最尖端的技术,最好的内容以最快的速度带给消费者。”去年在 APEC 现场她如此回应质疑。今年 MWC 上,她还指出,“若未来手机厂商只剩下两家可以生存,HTC 一定是其中之一家。”

尽管 HTC 市场份额已经在前十名之外,而且不断有新的挑战者出现,但是 HTC 依然是那个对创新和品质“决不妥协”的 HTC,王雪红能否在未来带领 HTC 走出困境,只能等待时间给出答案。

顾客是上帝? 混乱概念下的 疯狂营销

■ 叶敦明

顾客手里有什么?钱,这是企业的命根子。投入那么多资金,操了那么多心,不就是为了掏顾客口袋中的钱嘛。一个小伙子,狼命追求一个姑娘,只为了她的丰盛嫁妆,而嘴里的甜言蜜语,表现得热情似火,都只为把嫁妆迎娶到家。对于只图赚钱的企业而言,顾客口袋的钱,就是他想要的嫁妆,至于顾客的人、顾客的心,都只是逢场作戏的说辞而已。

营销,也就成了鼓惑顾客消费、掏腰包的说辞。营销这个把戏,若只顾自己玩得精彩,必然会把顾客当成傻瓜。可营销高手们,还会想到顾客的情面,不想玩的太绝。于是,他们假装恭敬地侍立在顾客面前,一脸谄媚,满口的蜜语,居然把顾客当成上帝一般供奉。这真的是尊重客户,还是口蜜腹剑呢?

在拜物者或无神论者的口中,说出上帝这样的话,确实匪夷所思。因为,他们曲解了上帝。以为上帝也是随着自己心意捏造的假神,只要口中供奉它,就可以得到它的允许,嘴上吃点亏不要紧,关键是能拿到顾客的钱。称顾客为上帝,喊顾客爷爷,那都不是哄人开心、赚人钱财的一场戏罢了。

顾客是世人,上帝是圣洁的,而人,则迷恋物质、贪图名声、追求地位。为达目的不择手段的人,往往是强者的法则,与污秽为伍,又岂能沾边圣洁呢?上帝是唯一的,永恒的,而顾客是众多的,似水流来流去。上帝是全能的神,无所不能、无处不在、无所不知,宇宙的主宰和大君王,而顾客则是一颗颗宇宙的尘埃,来时不不由自己,去时不随意,岂敢跟上帝相比?企业故意抬高顾客,不是出自内心的谦卑与尊重,而是出于赚取顾客欢心,谋取顾客钱财而已。

拿上帝作为品牌或产品装饰物的厂商们,别再由着自己的贪心,哄骗顾客花真金白银去消费虚假的概念。露出自己的贪心吧,让那些套上消费枷锁的顾客们,看清概念营销贪婪的本质,早一些回归需求的本真,少一些贪吃诱饵而被钓走的鱼。

厂商若真的尊重顾客,那就把人当人对待吧。企业生产的产品,是不是让自己心动,甚至有一种舍不得卖的感觉。顾客是身边的亲人,不是富在深山的远亲,更不是哄骗作秀的假朋友。当你绞尽脑汁构思广告语时,想一想,你的父母、妻儿如何看待与感受。拿着这款产品,你真的好意思推荐给亲人用吗?用混乱的概念、虚假的说辞,去哄骗亲人的钱财,恐怕不是一个正常人所为吧。

营销,用善体会顾客的需求,用善意表达产品的优点,用善良承担服务,回到真实的人与人之间的交往与互信,而不是借着媒体的新装,去包装出一个个疯狂的营销策划。创意,只为顾客价值而创,莫为诱惑而造。

真营销,应该是爱。一个企业的品牌,不急于一时的索取,而在于成就顾客的生活与生命价值。一颗成就顾客的心,满溢仁慈,而非恶意的蒙骗与掠夺。这个时代,过于着急了,品牌急于成名,企业经营者急着发财,然后呢,又拿着钱急吼吼地证明自己的成功、证实自己的尊严,可这一切,都没有爱在其中。没有爱的营销,如同失去了咸味的盐,没有了光的黑暗,只剩下混乱的概念欺诈与疯狂的巧取豪夺。

再破“零高度飞行器”密码 中铁二十三局集团轨道公司抓紧承建长沙低速磁浮轨道梁施工

■ 蔡崇金

挥师潇湘长沙,搏击低速磁浮,中国铁建二十三局集团轨道公司在共和国新型交通事业中再添浓墨重彩之笔。

5月下旬以来,二十三局集团轨道公司磁浮轨道梁项目部几度光彩,湖南副省长一行对长沙磁浮项目部进行视察;长沙市发改委、轨道集团、磁浮项目等单位联合发起的长沙轨道交通“工程质量管理标准化暨‘质量专项治理活动’现场观摩推进会”,在轨道公司长沙磁浮项目部隆重启动,尤其是他们以科技创新推进标准化管理,研发的自动化模板成为与会人士青睐的看点。

昔日征战上海高速磁浮立下汗马功劳,今朝走马长沙再立新功。2002年,轨道公司(原路桥集团铁马股份磁浮项目部)在集团总工程师田宝华率领科技工作者们,研制开发的上海高速磁浮轨道梁“常导高速磁浮长定子轨道系统设计、制造和施工成套技术研究”,荣获国家科技进步二等奖;磁浮预应力钢筋混凝土轨道梁制造等6项方法,荣获国家知识产权专利技术。尤其是预制梁高精度误差,被业



●绑扎钢筋

界誉为“世界第一精度”;列车与轨道梁间隙为8毫米的无接触运行,被称为“零高度飞行器”。

长沙低速磁浮交通工程线路,连接长沙火车南站和黄花机场,全长18.5公里,估算总投资约40亿元。设计列车最高时速100公里。轨道公司磁浮项目部承担了全线942片轨道梁的制运架施工任务,从2014年7月25日进场以来,项目部提出“精细精品,创新创优”的八字方针,不惜花销每套200多万元的资金,研制开发出两套数字化、自动化钢模板,使生产技术和工艺迈向了自动化、标准化管理轨道。



●架梁施工,精准定位。

2015年春节,项目部为抢工期、抓进度,员工们只放了3天假,就投入到大干之中。为克服工期紧任务重,项目部加大奖励力度,以每天一个班组平均生产6片梁为基数,完成7片奖5000元,8片奖励1万元的倍增奖励措施。员工们发扬连续作战的精神,实行24小时连运转,一个班组预制梁提升到8.5片,并创下日产10片梁最好业绩,提高工效40%。在连番大干中,项目部连续两季度获长沙轨道集团精细化管理考核评比第二名的好成绩。项目部在开展的“月星”和“季星”评比的劳动竞赛活动中,有9位员工被授予“月星”和“季星”称号。



●鸟瞰制梁场

项目部不仅在施工管理中连创佳绩,而且科技创新硕果累累。他们研制开发的预应力智能同步控制系统,实现了预制梁“应力”、“应变”、“双控”的施工工艺;模板多元化、通用性设计,使同一套模板不仅适应多跨变跨预制,而且适应多曲线梁变化;针对轨道梁预制精度要求高、线性复杂多变,曲线曲做的特点,研制全自动数字化曲线模板,只要输入线性参数,控制系统自动全部实现了自动化控制。

据悉,截至2015年6月15日,项目部制梁902片,完成计划的95.6%,架梁603片,完成计划的64%。

陕汽与恒源伟业合作助力山西绿色煤炭运输

6月10日,陕汽与恒源伟业集团在西安达成战略合作,恒源伟业将批量采购陕汽天然气重卡,双方将共同为山西煤炭运输市场服务,为“气化山西”,实现能源的高效利用和低碳环保做出新的贡献。

陕汽副总经理兼销售公司总经理周银朝,热情接待了恒源伟业集团董事长刘兴宇、副总裁刘振雄、赵一峰等领导。

恒源伟业集团有限公司是山西地区最强的煤炭运销集团之一,此次与陕汽的合作,对提升山西省新能源煤炭运输格局产生深远的影响。为此,恒源伟业集团董事长刘兴宇一行对陕汽进行了深入的调研,参观了陕汽商用车产业园,了解陕汽重卡47

年的风雨历程,调研了装焊和总装两大生产单元,零距离感受陕汽重卡驾驶室的装焊工艺,以及总装配整车生产过程。每到一处,刘兴宇董事长都看的仔细,听得认真,不时询问身边的陪同人员。当看到陕汽新款的德龙X3000重卡时,刘兴宇特意上车体验,兴奋地说:“现在重卡的制造水平已经和国外相差无几了,时尚的外观,流线的造型,舒适的驾乘环境,还有智能管理,就是一个移动之家。”

在下午的座谈会上,陕汽汽车工程研究院副院长兼销售公司总经理邵国强,以及销售公司大客户部、销售服务部,陕西中交天健公司相关人员,与恒源伟业集团的

各位领导进行了深入沟通与交流。邵总向各位领导介绍了陕汽“十二五”规划中陕汽新能源重卡的目标、新能源重卡新技术研发及应用情况,以及陕汽在全国建立新能源生产基地和相关配套产业情况,并从陕汽天然气重卡技术的角度,就目前陕汽在天然气重卡所采用的新技术、新工艺,以及天然气产品整体解决方案等内容,做了详细介绍,希望陕汽能给恒源伟业集团带来更多的实惠,创造更大的价值。

恒源伟业集团副总裁刘振雄听完邵总的介绍后,高兴地说:“今天参观了陕汽商用车产业园,很是震撼,陕汽重卡的产品品质是值得信赖的。近几年,山西能源格局

中,不再一煤独大。除了煤电两大传统能源唱主角,天然气、煤层气、焦炉煤气等正在逐渐撑起山西能源结构调整的一片天空,这就是常说的“气化山西”。恒源伟业作为山西最强的煤炭运销集团之一,有责任带动山西能源结构的升级和环境的保护,陕汽天然气重卡为我们找到了一条很好的发展道路,希望我们的战略合作,不仅实现双赢的局面,而且能够为山西区域产业的发展 and 结构调整与升级提供完美的和谐平台。”

座谈结束后,陕汽汽车工程研究院副院长兼销售公司总经理邵国强向恒源伟业集团副总裁刘振雄赠送了精美的陕汽德



龙X3000重卡车模,宣示了双方战略合作进入全新平台。陕汽也将紧紧围绕客户实际需求,以领先的天然气重卡技术,为恒源伟业以及全国客户提供领先的天然气重卡整体解决方案,协同为用户创造更大价值,帮助客户实现更大更快的发展。(陕汽德