

他是中国互联网界的一代枭雄,十年前,他鲜明的个性和颠覆式的打法,引发了太多争议,十年后,他坚持“只做对用户有价值的事”,争议依旧存在。而身在其中,坚守自己“一切从用户出发”的初心,才是周鸿祎的10年敢想的最深体会。

# 周鸿祎十年:颠覆创新,不忘初心

邢智传

2006年,周鸿祎出任奇虎360董事长。经过10年的发展,如今360已在美国纽交所上市,并拥有超过7亿的中国互联网用户,成为中国最大的互联网公司。

## 创新颠覆互联网行规

周鸿祎鲜明的个性,在互联网界无人能出其右。他最广为人知的外号是“红衣教主”,一方面因为红色T恤是他的“标配”。

2005年,他从雅虎中国总裁的位置上离开,而这一年,也成为他今后创业的转折点。而今10年过去,回首当年,仿佛黄仁宇笔下的《万历十五年》,那些看似无关的细枝末节,掀起了日后奇虎360的波澜,掀翻了整个互联网行业,更成就了如今的“红衣教主”。在周鸿祎看来,这十年互联网从PC时代到移动互联网,再到今天的智能硬件时代,一路走来,自己骨子里没有变的,一直是一个产品经理,去创造对人真正有价值的产品,依然是他的梦想。

离开雅虎中国之后,周鸿祎的第一步是做天使投资人,投资了包括迅雷、酷狗等多个知名的互联网产品。

2006年,蛰伏一段时间后,周鸿祎出任360董事长。当时人们越来越多的和网络发生关联,但是大量的恶意软件、病毒、木马,包括欺诈网站,特别多的网络犯罪,让普通人成为受害者。周鸿祎作为70后,从小看得都是打仗的电影,骨子里就有个人英雄主义情结,就想做一个安全服务,能够让老百姓上网时高枕无忧,但是不去卖软件,让大家免费。

但是免费在当时争议是非常大的,因为当时的杀毒软件都是收费的。对于很多竞争对手来说,周鸿祎这是“不仅砸了别人的饭碗,连锅都端走了”。但是在周鸿祎看来,安全是互联网上人人都应该享有的服务,就应该免费。



免费最终让360站稳了脚跟,360迅速推出免费安全软件——“360安全卫士”,紧接着推出的360安全卫士、浏览器、游戏、搜索,周鸿祎从杀毒软件开始,不断在颠覆中国的互联网行业。

## 做提供“安全感”的公司

2011年,奇虎360公司在纽约证券交易所挂牌交易,随后360的股价一度走高到124美元,市值过百亿美元。

360在软件方面取得巨大成功后,“中国最好的产品经理”周鸿祎又杀入了硬件战场。

入局之初,周鸿祎就深知这片市场“早已

不是红海,而是一片‘血海’”,但他依然义无反顾。在周鸿祎看来未来是个万物互联的时代,一定是软件、硬件和互联网服务融为一体。360想要构造一个大安全的概念。

2014年,360投资4亿美元,与酷派组建合资公司,相比前几年的失败经历,周鸿祎的再次启程似乎带着必胜的决心,临行前,他发布内部邮件《带上AK47,跟我到南方做手机》。

当初在雅虎管理团队是捧着的跟头,让周鸿祎就任CEO后,第一个要求就是新公司的员工,不论是来自360还是来自酷派,都必须从原有的岗位辞职,这就意味着新公司并非几个团队简单的组合,而是双方团队的重新融合,建立全新的企业文化,最终形成一个全新的团队,而这个新的团队,必须首先是一个互联网公司。

关于新手机的研发,周鸿祎在硬件和软

件上都有许多自己的坚持和强硬,包括必须做自己的ROM,手机的边框要尽量做到最窄,电池应该达到4000毫安,同时又要保证纤薄等等,手机研发团队为此也经常受到“红衣大炮”犀利的“点评”。品质的坚持,必然带来成本的提高,而周鸿祎在这方面丝毫不给自己妥协的余地,他深知“产品的颜值以及解决用户痛点是目前的首要矛盾,而不是成本”。

## 享受创新过程,听从内心召唤

手机并非360进军硬件的终点,过去几年,周鸿祎投资了近200家公司,其中有几十家硬件公司。目前,周鸿祎正在制定360生态链的合作标准,他表示,希望360在未来成为一家提供安全感的公司,不再是仅仅提供互联网安全,而是提供更广义的互联网安全生活方式。比如,用路由器保护整个家庭网络,用手表保护孩子,用摄像头保护老人。“通过努力,让人们可以更好的和自己所爱的人连接,保护孩子,保护老人,让生活的每一个角落都充满爱 and 安全感。”这个愿景,深深的打上了周鸿祎产品经理的烙印。

他是中国互联网界的一代枭雄,十年前,周鸿祎鲜明的个性和颠覆式的打法,引发了太多争议,十年后,他坚持“只做对用户有价值的事”,争议依旧存在,或者说争议永远都会存在,而身在其中,坚守自己“一切从用户出发”的初心,才是周鸿祎的10年敢想的最深体会。

“我不会追求把公司做成一个帝国,我的价值观就是最后看看,我到底给人们创造了什么,我给这个时代留下了什么。下一个十年,从不感到知天命,我要做更发乎于内心的产品,把自己擅长的事情,做得比任何人都更极致。”周鸿祎说。

# 威立方陈志刚:创新带来快乐体验

李雪丽

“不要把威立方(V-CUBE)看作会议系统!”——威立方(V-CUBE)中国董事长陈志刚在谈及公司定位时如是说。

众所周知,威立方(V-CUBE)已经在视频会议行业沉淀16年,公司分布于中国、新加坡、美国、日本、马来西亚、泰国、印度尼西亚以及欧洲等地,且连续8年荣获亚洲市场占有率第一,九次荣获“云服务排行榜”最佳服务产品奖,并于去年12月荣获《互联网周刊》“2014年度最佳视频会议产品奖”。

## 中国市场求生存,被迫转型

陈志刚,一个颇有几分冒险精神的“创业家”,亲身主导威立方(V-CUBE)在中国市场的这次转型。而这个创新也创造一个三赢的局面:拓展最终用户的使用场景,让产业链合作伙伴受益,也为自己打开新的市场。

2003年,一场突如其来的灾难席卷中国——SARS的爆发不仅夺去很多人的生命,更让大多数人的外出活动严重受阻。很多企业不得不依靠视频会议进行日常沟通,中国的视频会议市场也在这个时间点被引爆。

过去的十多年,威立方(V-CUBE)率先在中国以外的市场建立知名度,积累了丰富经验,然后才回到中国市场。然而,在认识到中



国市场的这些困难之后,陈志刚带领威立方(V-CUBE)中国开启转型之路。

确定转型之后,接下来就是寻找新的方向。

## 新方向:为企业省钱,更为企业赚钱

陈志刚认为,视频会议最初是为企业省钱而来的。一趟差旅不只是机票和住宿的问题,人在飞机上呆10个小时,企业就要付出10个小时的人力成本,而这10个小时实际上被白白消耗掉了。

当然,视频会议也需要成本投入,但无论是一次性投入还是按需购买,使用视频会议总能为企业省钱。而陈志刚又提出,威立方(V-CUBE)不仅要为企业省钱,还要为企业赚钱。从制造业、教育、政府、汽车等领域切入,或者增加这些行业的产值,或者增加它们产品和服务的附加值。

“这就是我们的方向。那个时候我们拜访了很多行业客户,做行业解决方案。因为我们是软件,可以修改任何东西去适配应用。”陈志刚说。

瞄准视频会议的外延,发挥自身优势去做应用上的创新,威立方(V-CUBE)中国在陈

志刚的带领下找到了正确的方向。除了汽车行业,在传统制造业领域,将高清视像交流系统应用于图纸、样品的审核流程,通过电子白板实现即时交流,为企业节省时间,提高效率;在教育行业,为各大高校以及培训机构提供可实时互动的“面对面”在线培训系统,改变了传统录播教育的局限性;在金融业,为传统的客服系统提供VIP可视呼叫中心服务,将视像交流服务应用于产品推介、远程签约等类似的应用模式在政府、建筑、商业等领域也得到应用。

## 从需求出发,以体验落脚

陈志刚曾经说过:“用户真的可以体验到才是重点,最好的科技是用户看不到,但是用得到,这就是我们想要做的事。”科技的进步只有转化为产品或服务的体验,才能被用户感知到。所以,威立方(V-CUBE)的宗旨很简单——关注用户体验。

一站式的沟通平台是企业用户的心声,威立方(V-CUBE)致力打造这样的融合通信平台。在这个过程中,不断贴合用户场景需求,同时基于全球市场的潮流去指导创新,这是陈志刚和他的团队一直坚持的原则。

在今年下半年,威立方(V-CUBE)将推出全信息交互平台[V-CUBE One],它将威立方(V-CUBE)旗下全部产品线,视频会议系统、在线培训系统、移动视频会议系统、可视呼叫中心系统、即时通讯系统整合。

# 中小制造业:借力“互联网+”冲刺“中国制造2025”

毛振华

最近,记者在采访制造企业中,中小制造业界普遍认为,在人力成本上涨及互联网驱动下,国内制造业的转型升级将主要体现在智能化发展,“机器换人”在所难免。企业要摒弃观望等待情绪,抓住当前“互联网+”难得的弯道超车机遇,抢占“中国制造2025”先机。

## “机器换人”将成趋势

“从原材料成本集中上涨,到财务成本集中上涨,再到如今人力成本集中上涨,从这些年发展历程来看,装备制造势必朝着智能化的方向发展,以抵御外在影响。”山东永华机械有限公司总经理陈舟的一席话,表达了多数制造企业的感受。

大型展会是行业发展趋势的“晴雨表”。在不久前举行的第十一届天津国际装备制造博览会上,记者发现,参展的1200家企业中,1/4为工业机器人领域企业,主要集中在市场需求量大的码垛、装卸、焊接等领域。展览面积在30平方米以上的几乎都主打“智能化”“自动化”产品。

参展商天津易而速机器人科技开发有限公司在展会上发布了3款新产品。公司负责人说,去年展会上公司自主研发的六轴通用型机器人由于自动化性能突出,赢得了数百万订单。今年3款新产品主要瞄准冲压领域上下料环节,市场需求大。

在人力成本上涨面前,越来越多企业钟情于借助工业机器人降低人工成本,提高生产效率。国际机器人联合会发布报告称,由于大力推动汽车和电子工厂自动化,2017年中国工厂使用的机器人数量或将超过其他国家。

## 转型升级需摒弃观望情绪

记者采访发现,部分企业对转型升级存在一定畏难情绪,不愿意抛弃眼下仍有微利可图的传统制造。专家认为,这需要相关部门为企业转型提供信心与制度保障。

大邱庄镇曾经依靠钢铁加工业让农民过上了富足的生活。记者在当地采访了解到,随着钢铁行业跌入“寒冬”,大部分企业仍旧“拼资源、高消耗”,微利运营。工艺设备落后,产品档次偏低,更加影响了盈利能力。

济数据可能会下降,但从长期看转型升级势在必行,不能犹豫!”大邱庄镇镇长孔繁明说,“我们对全镇398家传统钢铁制造企业分类改革,推动管材深加工、金属制品等企业通过技术改造、研发拓展等手段转型升级,对长期经营不善、污染高、耗能高的企业进行淘汰、关停、搬迁处理。”

核心技术缺失对制造业的羁绊,许多企业深有体会。大族激光钣金装备事业部市场总监张雷说,我们部门的主打产品光纤激光切割机是2009年从国外引进再研发的,由于国内光源技术还不成熟,功率普遍偏低,所以这一核心部件仍需从国外引进。

## “中国制造2025”需“互联网+”助力

在意识到“互联网+”对传统行业产生良性催化的情况下,制造企业负责人大多对互联网融合制造业充满期待。

徐工信息技术服务公司总经理张启亮认为,目前国内绝大多数工厂还处于劳动密集型“规模化流水线”的工业2.0时代,还未

踏入大规模自动化生产的工业3.0时代。中国制造业应借助互联网驱动智能制造的转型契机,大胆尝试“弯道超车”。

制造企业有一种共识,在“中国制造2025”勾勒出制造业未来10年发展蓝图中,智能制造将是“中国制造”未来的主攻方向,而要想实现智能制造,互联网和传统工业的融合将是直接的推动力。

互联网改变了很多行业,制造业不能在互联网时代落下脚步。这是记者在采访中听到制造企业负责人谈得最多的话题。

全国智能制造发展联盟秘书长刘功成建议,在互联网帮助下,国内制造业需形成自主可控、安全可靠的智能产品研发、生产体系;构建快速响应、精准管理、柔性制造的新型生产组织方式;用新制造技术、制造模式、制造理念来解决制造业转型升级面临的问题。

对于“智慧工厂”建设,专家认为,要掌握“三个平衡”,即预算与需求的平衡、技术与需求的平衡、管理与需求的平衡。注重投入前的规划,要在文字、二维图纸的基础上进行仿真。同时,为达到投入产出比的最大化,应注重对旧设备的改造及利用。



# 创新制胜 海尔下半年发力智能厨卫

海尔日前在青岛发布了包括魔镜1代、SD净水洗热水器在内的智慧浴室系列产品和厨影、防干烧燃气灶、深腔自净芯油烟机等系列智慧厨房产品。海尔集团轮值主席梁海山表示,此次智慧浴室和智慧厨房的发布,是海尔厨卫产业转型成果的一次展示,也是海尔智慧家庭战略的再次升级。

在现场,工作人员模拟了“智慧浴室”的情景:人站在浴室一面名叫“魔镜”的镜子前,上方的摄像头启动人脸识别,自动设定好洗澡水温度。洗澡前一旦检测到下水道返的异味,负离子净化器便自动开始工作;当人站到热水器下面时,脚下的感应装置启动,不但能告知身高体重,还能将检测信息上传到云端大数据,与合作医疗机构实现对接,实时监控用户的健康情况。

据介绍,“魔镜”是海尔智能浴室的终端。不同于普通的镜子,魔镜可以通过人脸识别技术,根据用户习惯自动设定好洗澡水温度,同时通过与其他浴室产品的搭配连接,魔镜成为一个集数据、交互、能源、娱乐和控制于一体的智能中心。以天沐空气能热水器和大流量净水机为例,他们承接魔镜产品的中央供水系统,用户可通过APP实现远程控制,而其具有的智能恒温技术可以解决用户洗浴水温波动问题。

“智慧厨房”则力求打造一个智慧、健康的厨房生活场景,其以“厨影”为智慧终端,用户可以通过触控微投方式实现菜谱教学、影音娱乐、社交互动、厨房控制和美食分享等场景。除厨影外,深腔自净芯吸油烟机是智慧厨房明星产品,其将深腔吸和自清洗结合,能智能检测、自动清洁油污,以解决困扰消费者的油污难题。

海尔“智慧厨房”有两个亮点,其一是“场景化自动控制”,其二是“自动安全提示”。现场展示的智能厨房设定是,当燃气泄漏时,系统会自动报警和通过手机通知用户,当用户忘记关火或者烧干锅时,系统也会通知用户和自动熄火。而当厨房空气质量出现健康、较差和很差这三种情况时,系统会向用户手机发出绿、橙、红三种颜色的提示,并适当开启油烟机进行通风换气。更有趣的是,这种智能烤箱也具有了社交属性,通过智慧厨房烹饪的食物都可以直接分享到微博和朋友圈。

“智慧厨房”和“智慧浴室”两大利器,让海尔的智慧生态圈更加丰满。随着这两个系列产品的推出,传统的厨房和卫浴产品也开始“触网”,实现了产品与产品、产品与用户间的互联,完全改变了消费者在厨房和浴室的使用体验。

目前,我国厨卫行业市场正处在由传统单一厨卫电器向智能整合厨卫电器过渡的阶段,如何为用户提供智能全面精致的厨卫生活,将成为中国厨卫行业未来的发展趋势。业内人士分析,在用户需求和行业趋势的双重动力驱动下,海尔下半年将会大举发力厨卫电器。首先,消费者对家电智能化的需求越发强烈,但当前多数厨卫电器在智能化的道路上却进程缓慢,始终未能满足用户的智能需求。其次,厨卫行业正面临新一轮的“智慧洗牌”,在厨卫电器日趋高端化和智能化的今天,企业只有从用户角度创新研发产品,跟进用户需求,不断升级产品才能在市场竞争中制胜。

# 25家企业陆续入驻保定·中关村创新中心

来自保定·中关村创新中心的消息,截至7月20日,全球国际货运代理(中国)有限公司、天拓智能装备科技有限公司、smc(中国)有限公司、北京九鼎汇通投资管理有限公司等25家企业已经签约入驻创新中心,正在陆续入驻。

保定·中关村创新中心是在保定市政府和北京中关村管委会共同推动下成立的京津冀协同创新基地,也是全国首家由中关村在京东设立的创新中心。受保定市委委托,北京中关村信息谷资产管理有限责任公司团队提供专业的创新运营服务。

创新中心分为产业服务区、企业办公区和公共配套区。其中一楼和二楼将打造成为创新服务街区,集中提供科技金融、会议服务、人才培养、知识产权、成果转化、信息安全等一系列产业服务内容。

创新中心运营团队经过短暂而有序的工作实践,已经快速积累起创新体系的规划能力、创新思想的推广能力、创新平台的运营能力、创新资源的整合能力。

据了解,为促进主导产业发展,运营团队与华北电力大学共同打造电力全系统公共技术中试服务平台,目前实施方案正在策划编写过程中。此外,作为由中关村管委会、中关村发展集团联合软通动力信息技术集团打造的创新创业服务机构——中关村领创空间的首批合作城市,保定市与中关村领创空间科技服务有限公司已经签约,目前保定市中关村领创空间选址及现场勘察工作已经完成,进入方案编写阶段。

(周亚梅 郭远传)