

雷军 10 亿美元投资落地 金山云扩张抢滩医疗市场



目前,阿里已经涉足医疗行业并推出云上医院、阿里健康等;腾讯也有意在医疗云领域展开布局;今年4月份,IBM公司宣布收购两家医疗科技公司,并牵手苹果,共同进军医疗云市场;6月份,金山云宣布与北大医信达成战略合作发布“金山医云”,正式进军医疗云领域,推动我国首家三甲医院实现“漫步云端”,并在近期加速在这一领域的步伐,引入新的战略伙伴——产研院,推出智慧医疗解决方案。

相较火热的游戏领域,医疗云显得并不那么惹人注目。不过,张宏江表示,众巨头杀入医疗云正是看中其巨大的成长空间。“医疗将是未来十五年内最大的产业,这一产业虽然已开始IT化,但各地区各家医院的IT系统缺乏互通,导致医疗信息仍然呈现孤岛状态。目前,国家战略推进医疗改革,将打破孤岛,给企业提供非常好的切入时机。”

然而在医疗这一产业的布局中,互联网

巨头们以往偏爱的烧钱圈地方式并不能完全奏效。

“通过与北大医信的合作,金山云正式进入医疗领域,除了提供金山医云平台之外,还为医疗产业和机构提供定制化、系统化的解决方案,促进医疗产业的信息化建设。在未来,通过医疗云平台的完善将构建良性的医疗生态圈。”张宏江告诉记者,“这一领域的进入并不单纯依靠钱就可以解决,由于产业巨大、市场前期拓展难等特点,产业盈利模式仍在探索之中。所以,合作是最好的打法。”

10 亿美金投资落地

杀入医疗行业的云计算企业面临着市场开拓的难关,当前阿里、腾讯都开始新一轮并购和整合,进入这一领域的打法也各不相同。

对此,张宏江表示:“云计算公司要想发展,需要找到一系列与你同样目标的公司

共同成长。金山云在存储领域快速发展,正是得益于小米数据量的快速壮大。每个行业有其壁垒,给新进入企业增加难度,因此,我们采用开放的、广泛结盟的心态进入新的产业。”张宏江将金山云这一竞争方式称为“合作打法”,“在整个产业链中,金山云的角色是基础服务提供商和平台供应商。”

他认为,正是采用建立平台的模式,用合作打法,金山云每一个新的业务成长速度才得以保证。

此前雷军高调宣布金山未来三年的战略重点将会是旗下的金山云,并承诺在未来3年到5年间向云业务投入10亿美元。时隔一年,这笔资金是否到位,又将以怎样的方式投进去呢?

“云计算是金山未来的战略重点。”在去年10亿美元战略宣布之后,金山和小米向世纪互联增资2.2亿美元。今年年初,金山云完成新一轮6666万美元融资,金山软件和小米公司行使A系列优先股认股权证。

张宏江表示:“今年的一系列投资动作,都是金山10亿美元战略投入金山云的一部分。这些投资分别以直接股权投资、贷款形式,直接投入生态链的多种形式来进行。”

三年前,金山软件就通过拆分金山快盘业务成立了独立子公司金山云,此后金山云一直与金山软件、小米保持密切关系。按照雷军的规划,世纪互联、金山、小米三家通过资本纽带和产业分工密切联系,小米做应用层,金山云做中间层,世纪互联做基础设施,而这正是小米未来与BAT竞争的重要砝码。

在张宏江看来,金山云和小米团队的合作是多层次的,“我们是云服务供应商,与小米进行深度合作,为小米的用户提供最佳体验。”他透露,金山云还将与小米进一步合作,通过创新型智能硬件公司布局移动互联网。

(贾丽)

阿姨帮 CEO 万勇:B 轮的钱七成没花 足以活到 2017

家政 O2O 市场广阔,巨头也看好,包括国外的亚马逊、谷歌以及 Facebook 都开始拓展这个领域了。

在国内,家政 O2O 比国外发展地更佳快速。相关资料统计,国内家政服务市场总规模 2015 年已经突破 1 万亿人民币,却仍存在巨大的发展空间,还在以每年 30% 的速度增长,足以成长几家上市公司及百亿美元级的公司。

阿姨帮是家政 O2O 行业中比较低调的一家创业公司,在遭遇裁员风波后,新浪科技采访了阿姨帮 CEO 万勇。

阿姨帮 想做好低频高客单价业务

阿姨帮公司现在有 400 多人,且不包含阿姨。在万勇看来,阿姨帮目前在基础业务



上,比如保洁,包括家电清洗这些业务做的最好。

清洁方面,阿姨这端并没有收取佣金,但会抽成,会跟专车一样,大概 20% 左右。

万勇指出,目前是圈用户的阶段,希望我们能做好低频高客单价的,比如家电清洗、家电保养,这些是挣钱的业务。

除了保洁家电清洗,阿姨帮也拓展了其他领域,比如洗衣业务。但是,万勇强调,洗衣服对阿姨帮来说,是第三个要做的事情,我们第一要做的是清洁,第二是家电清洗。

万勇表示,“洗衣这块我们和 e 袋洗泰笛并不是竞争对手,我们从供应链开始做,追求的是洗衣的品质”。阿姨帮的洗衣业务对标的是品质不好的干洗店。

并且阿姨帮有自己的干洗店,没有与第三方合作。

B 轮融资七成未花 可让阿姨帮活到 2017 年

针对 O2O 寒冬说,万勇指出,可能是有这方面的问题,但是仅是相对某个发展阶段,表明投资人在更加冷静地看待问题,实际上好的 O2O 项目,没有所谓的冷热。

万勇相信家政服务这件事情,并不是一蹴而就的。

前段时间有人说阿姨帮正在大裁员,对此,万勇表示阿姨帮被“媒体黑了”。

阿姨帮公司去年 10 月获数千万美元 B 轮融资,由祥峰投资领投,天使轮和 A 轮的投资方“顺为基金”和“策源创投”继续跟投。至今,将近一年的时间了。

万勇表示,“实际上,我们并不缺钱,B 轮的钱还有百分之六七十在银行里躺着还没花,我们花钱的效率还算蛮高的,这些钱足以让我们活到 2017 年。并且我们还有可能会寻求新的融资”。

万勇告诉新浪科技,第一次被媒体黑,挺意外,但对公司并没有造成特别坏的影响。然而,万勇还表示,阿姨帮目前正在完善法务这块,“我让别人知道,阿姨帮并不是那么好欺负的”。

(王上)

海尔布局外贸 OEM 生态圈 平台化转型加速

10 月 17 日,海尔小家电跨境综合服务平台(HotOEM.com)在广州宣布正式上线,使海尔在商业领域的互联网+版图再添一员,也是海尔第一次在公开场合对外宣告其跨境战略。

作为海尔集团旗下日日顺跨境电商平台的一个重要板块,HotOEM 垂直于小家电行业,通过跨境“B2B2C 模式”打造的全产业链综合服务平台。在该开放式互联网交互平台上,海尔集团不再靠生产制造赚钱,而是通过共享海外买家和供应链等资源,与用户共同打造产品,最终以利润分成方式获取回报。

“海尔近几年在做大转型,从生产冰箱等产品的工厂变为生产创客的平台。”海尔集团副总裁刁云峰接受记者采访时表示,互联网+工业、互联网+商业、互联网+金融是海尔平台化转型的三大板块,而单军在跨境电商一块,海尔迄今已投资逾亿元。

打造外贸 OEM 生态圈

目前,全球 2/3 的小家电产品来自中国,其中大多是由中国供应商为海外品牌 OEM 代工。但如今国际优质订单数量日益减少,中国家电企业获取订单的难度却越来越大,加上不断攀升的劳动力成本和日趋激烈的同质化竞争,正严重蚕食 OEM 业务的利润率。

一位参加广交会的小家电 OEM 厂商告诉记者,10 年前其公司的毛利率至少在 50% 以上,而如今毛利有 20% 已经很不错。而对于大部分不生产只做小家电外贸的人来说,利润更低至几个点。

以小家电产品的售价为例,惠人牌原汁

机在 ebay 上可以卖到 258-658 美元,而国产的只能卖 14-58 美元;Dyson 无叶风扇的售价是 200-600 美元,而国产的是 31-64 美元。

“找不到订单和优质大买家;有了订单,却因外贸经验不足或资金链压力无法接单;因为缺乏设计、质控、供应链管理等能力,白白丢掉订单。”刁云峰认为,获取主流品牌买家订单和全面提升企业及产品竞争力,是中国小家电 OEM 供应商逆势而上的重要途径。

于是在 3 年多前,海尔首先从线下开始着手,成立了广州海尔国际商贸有限公司,把海尔电器(即日下顺公司)作为集团在商业领域探索互联网+的载体。

面对当下众多跨境电商平台,海尔最终选择成为第四类。“第一类如大龙网、eBay 等,提供外贸流程中的单节点服务,也可直接拉动订单;第二类的中国制造网、环球资源等同样提供单节点服务,但并不直接带来订单;而第三类的一达通、世贸通等提供全流程服务,但也仅停留在信息服务,无法直接带来订单。”刁云峰认为,海尔的 HotOEM 属于第四类——既提供全流程服务,也直接带来订单。去年 HotOEM 在线下的营业额超过 30 亿元,刁云峰表示之所以选择在今年上线主要是考虑到要积累一定的用户资源才好对外公布。此前,海尔已经打造了海贸云商和易销云盟两大跨境平台,而 HotOEM 综合了两者优势和特点,初步形成 OEM 贸易生态圈。

平台化转型

2014 年,海尔集团在互联网战略的基础



上继续推进“企业平台化、员工创客化、用户个性化”的颠覆主题,提出:企业平台化对应企业的互联网思维,即企业无边界;员工创客化对应员工的价值体现,员工成为自主创业创新的创新者;用户个性化对应着企业的互联网宗旨,即创造用户全流程最佳体验。

“从具体战略上看,海尔分成了三大板块:互联网+工业、互联网+商业、互联网+金融。”刁云峰表示,在传统工业制造领域的互联网+改造,海尔将主要以青岛海尔作为载体;而在商贸领域,则是由香港上市公司海尔电器来承载,此外海尔集团底下还有金融服务公司,未来不排除拆分上市的可能。

目前,在工业的互联网改造上,海尔分别对外发布了智慧家庭战略以及对内进行互联工厂改造;商业领域的互联网+定位在价值交互的共创共赢平台,底下主要有巨商汇、跨境

以及商城三大板块;而在金融领域,海尔要做产业互联网金融解决方案平台。

据海尔官方最新披露,截至今年 7 月,海尔共建立起 21 个平台。迄今为止,有近 200 个小微在海尔平台上运行,77% 的小微年销售额过亿,而每个小微团队的核心成员只有七到八个。

不过,这种颠覆性的转型伴随着不少阵痛。

“与其被人杀掉,还不如自杀。”海尔小家电跨境综合服务平台总经理杨华如是形容海尔目前正在进行的改革。不过,转型似乎已看到希望。今年上半年,青岛海尔实现营收 419.20 亿元,同比下降 10.81%;但受益于产品结构优化等因素,实现净利润 26.28 亿元,同比增长 2.41%;而海尔电器上半年盈利按年上升 12.2%,至 10.96 亿元。

(叶碧华)



侯恩龙: 服务是电商争霸的 下个战场

“‘平京战役’不是为一个购物节准备的,现在外面误解很多。‘平京战役’是我们经过六年转型,所形成的发展战略。”

随着双十一的临近,电商口水仗持续升温。面对外界的质疑,苏宁云商 COO 侯恩龙解释道。

六年转型在做什么

侯恩龙回应道:“我干了三件事,第一件事自营供应链建设起来了,第二件是这两年一直潜心做的物流,第三是最近开始做的以旧换新、送装一体等服务。”

他认为供应链永远接近一个原则,市场并非任何能做完的。渠道与供应商合作共赢一定是永远的方向,不存在任何一家供应商专属于哪个渠道,也不存在供应商被挖走的问题。苏宁成立至今所积累,已经建立起了自营的供应链。

“兵马未动,粮草先行。”这八个字是侯恩龙总结苏宁在物流上的布局。

他介绍道,以上海为例,苏宁自动化物流仓库占地 25 万平方米,每日处理能力可达 80 万件货物。支持 100 万小件 SKU,月 1500 万件商品储存需求。而截至今年六月,在全国范围内苏宁已经有 452 万平米的自建仓储基地。

他透露目前以家电、3C 产品为主,苏宁已经全国范围内的 1600 多家易购店,挑选近 2000 多种产品,在 195 个城市内可实现免费两小时极速达。

同时为降低物流成本,提升服务体验,苏宁还在试点地区提供送装一体服务。此外还有以旧换新、当场验机、售后培训等服务。

电商未来怎么玩

“李彦宏过去从来不谈 O2O,但是现在投了几百亿做 O2O。纵观国内外互联网公司,O2O 已经是大家共同摸索出来的商业模式。”

侯恩龙表示,英德美法,国外电商企业都是线下成长起来的。即便是亚马逊,也不仅仅只发展线上业务。而国内传统的互联网公司黄金十年已结束,未来急需转型。

“消费者就是喜欢价格低、质量服务好的商品,没有消费者愿意涨价。”他认为虽然价格战是目前主流的做法,但门槛并不高。除了和供应链协调,渠道放还可利用广告收入补贴产品价格。侯恩龙称价格战的下一个阶段,就是物流战、服务战。

目前物流分为仓储和配送两个环节,压缩成本、提升体验成了重中之重。

侯恩龙表示在仓储环节是需要时间积累的,并非纯靠金钱就可解决。随着人口发展,现在若是申请使用土地建立仓储基地,很多地区政府批复难度就会很大。而若选择租赁,那么物流成本压缩空间又难降低。而传统人找货物的仓库管理模式,人力成本又太高。以苏宁仓储为例,自动化改造后,可为 3600 人的编制所见 3000 人的成本。

在配送方面,通过将配送、安装融为一体不但可节省物流成本,还可提升用户体验。侯恩龙还透露,未来或牵头成立物流联盟。共享经济大行其道,物流方面也应“拼车”配送。

侯恩龙表示已经在苏宁内部成立了培训机构,为配送人员提供专业技能、服务态度等方面培训。“除了上门送货、安装、取货,我们还代扔垃圾。”

他认为,通过服务品质提升获得用户口碑从而增加复购率这种自然流量增长,意义要远强于广告流量。

苏宁的发展方向

除了继续完善供应链、物流、服务品质,苏宁未来还将发展什么呢?是否有新的盈利模式?

侯恩龙表示,目前家电、3C 类产品基本已打通线上线下,而苏宁希望做全品类 O2O,目前线上在发展全品类,而线下却依旧是家电、3C 为主,所以云店扩张依旧被归入下阶段工作重点。他还透露将于年底推出云店 2.0 版本。

除此以外,苏宁将通过扮演投资方角色,通过在当地招工、纳税、销售、服务的方式与四线以下城市甚至乡镇合作,建立企业从而渗透次级城市以及农村,并进一步扩大苏宁物流的覆盖范围。同时还将推出类似农村星火电商合作人计划,鼓励返乡创业,并进行进一步渗透。

最后侯恩龙还表示未来将做定向物流的服务,在边远贫困县建立基地,将当地特产通过苏宁网络输送到全国各地。(大可)