

无忧我房惊艳亮相 2016 GTC 大会
成为国内唯一参展 VR 企业

4月6日,国内第一 VR 看房平台——无忧我房创始人兼 CEO 李熠率领技术团队携最新产品 VR3.0demo 正式亮相 GTC。

GTC 是由显卡界的奥斯卡——英伟达(Nvidia)在美国硅谷举办的全球科技大会。这次 GTC 的三大主题是 AI 人工智能,VR 虚拟现实,self-driving cars 自动驾驶。作为英伟达中国重要战略合作伙伴,无忧我房成为国内唯一一家受邀参展的 VR 企业,在现场为来自全球各地的科技大亨带来“VR+AI+房地产+金融”的惊艳冲击和感受。

发布 VR3.0 产品
引发硅谷轰动

早在 2014 年,无忧我房创始人兼 CEO 李熠就预言 2016 年将成为 VR 元年。果不其然,3 月刚过,阿里巴巴就宣布即将推出全新购物方式 buy+,腾讯发布了全套虚拟现实领域战略,乐视推出乐视 VR 一体机和头盔,小米开始筹建探索实验室投入 VR 领域。

不过相比在 VR 领域已经奔跑一年的无忧我房来说,精益求精才是最新的目标。2016 年 4 月,无忧我房 VR 样板间推出第三代产品,这次李熠率领无忧我房技术团队携最新产品 VR3.0demo 亮相 GTC,意味着无忧我房的技术已经站到了世界科技的最前列。

无忧我房此次展示的第三代产品围绕着 VR 和 AI 这两个主题展开,展示了无忧我房最新的技术,以及打造全球房地产行业 VR 科技领先水平的野心。

在 GTC 峰会上,李熠向全球科技大亨展示了第三代 VR 样板间产品。李熠介绍:“这次参展的第三代 VR 样板间产品,主要集中在 GPU 性能的提升,大约提升 20%。除了性能优化,还增加 AI 元素,联机方案,户外大场景功能。智能解说中,机器可替代人工进行讲解,用户在看房时可以随时打断并语音提问。联机方案中,可以多人同时看房,目前主要捕捉头和手的动作。同时我们是全球第一家可以做到户外大场景的房地产 VR 看房公司。”无忧我房第三代产品在 GTC 会场得到



● 无忧我房创始人兼 CEO 李熠与 HTC 副总裁兼 VR 部门负责人 Raymond 在 GTC 大会现场相遇

行业追捧,现场一位来自日本的科技人士,在体验过后立即发出合作邀请,希望成为日本市场的合作者。

VR+ 地产 跨界突围的领跑者

互联网时代,各大科技公司都在进行跨界,布局自己的 VR 生态链。跨界不仅是科技行业跨界到传统行业,更为传统行业打开了突破口。

无忧我房是当代置业孵化出的创业项目之一,志在通过“科技+金融”的力量撬动体量最大的传统行业。目前无忧我房通过前端 VR 虚拟看房、后端金融支持的闭环提供全产业链、全流程的服务。

自 2015 年 1 月上线以来,短短一年时间,无忧我房已深入布局 30 多个城市,与超过 200 个项目进行战略合作。现在,无忧我房积极推行的“VR 看房+众筹买房”的购房场景,已在中国地产界掀起旋风,得到越来越多房地产企业的青睐。

在上海当代万国府,无忧我房就曾为其创下还没有实体样板间就蓄客 1027 组的辉煌战绩。无忧我房创始人兼 CEO 李熠认为,这将是未来的主流趋势,VR 将成为房地产

企业和消费者之间主要的营销平台:“我们的目标就是未来人人只要一副眼镜一部手机就可以看遍全球的房子。”

永远只和第一合作

目前市场上真正意义上生产 VR 样板间的公司几乎没有,而无忧我房是其中唯一一家能够真正生产、落地,且能达到交互效果的 VR 企业。

作为无忧我房的创始人兼 CEO,李熠一直坚持技术和人才第一。为此,无忧我房组建了自己的核心内容自主研发团队,汇集了全国甚至全球最优秀的 UE 开发人员,北京、硅谷、上海、成都设立了研发中心。

目前无忧我房通过 VR 不仅能做室内房间,也可以做室外大场景,是全国房地产行业 VR 领域中,唯一一家可以实现室外大场景的公司。同时,还将动态实时渲染及流体动力效果用到 VR 中,加强体验的真实性,影子变化、光线变化、风吹树动、水流波动与真实无异。

除了场景的真实感,无忧我房还在样板间中做了交互设置,在虚拟的场景中,通过控制棒,即可实现控制整个智能家居系统,开



● 无忧我房工作人员正在给到访来宾介绍无忧我房产品

窗,开门,拿起水杯,与场景随心互动。

正是由于自身高科技的定位,李熠一直坚持与全球最牛的公司合作。例如,全球公认体验非常好的头显设备 HTC-VIVE,这次峰会的主办方、全球顶级的显卡制造商英伟达,都是无忧我房的战略合作伙伴。李熠强调:“要用最好的硬件、配置和引擎提供最上层的内容。”

体验者体验 VR3.0 产品

和英伟达、HTC Vive 等全球领先的公司进行合作只是无忧我房的第一步,更重要的是,无忧我房希望通过这些世界上最先进的 VR 设备及硬件产品让自家的 VR 产品如虎添翼,助力实现用最先进的科技对传统行业房地产进行颠覆和改革的时代使命。

在 GTC 峰会上,无忧我房的展位位于 ECS Pavilion 区 929 号,现场通过第三代最新产品,带来最新最酷的动态实时渲染、流体动力和智能交互,展现最不一样的虚拟看房感受。此外,在 GTC 大会期间,李熠也将走访硅谷其他互联网公司,获取全球最新的 VR 信息。

(无忧)

中铁二十三局集团四公司党委为“服务型党组织示范点”授牌

3月28日,中铁二十三局集团四公司党委将“服务型党组织示范点”牌匾授予了该公司养马河分公司党工委,并奖励1万元用以表彰在活动中涌现出来的先进集体和优秀个人。

去年下半年以来,该公司党委为着力强化基层党组织和党员的服务理念,丰富服务内涵,拓展服务途径,提高服务辐射能力,形成“机关服务基层、组织服务党员、党员服务群众、党建服务中心”的工作格局,开展了“围绕增进认同感、增强凝聚力、提高满意度、提

升贡献率”为目标,以“创建党建示范点”为突破,以“服务基层、服务群众、服务发展”为主要内容的“服务型党组织示范点”活动,来增强基层党组织的创造力、凝聚力、战斗力,充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用和党员先锋模范作用。

养马河分公司党工委严格按照公司党委要求,抓“关爱四必须”:职工住院必看望,困难家庭必慰问,青年员工必帮扶,员工诉求必回应;抓“四个必送”:春送关爱,夏送清凉,秋送助学,冬送温暖;抓“四个必谈”:要求进步的同志

必谈,情绪波动的同志必谈,奖励惩罚的同志必谈,职务变化的同志必谈;做到“六要”:标语要挂起来,身份要亮出来,号子要喊起来,手脚要动起来,相机要举起来,笔头要转起来。结合基础工作的开展,分公司党工委共评选出党员先锋岗17人(次),红旗责任区12个。党员突击队通过数百次数据整理、试验,桁架钢筋生产线调试成功,各工序仅用了3.5小时的时间顺利完成了49组双块式轨枕模型的轨枕生产任务。通过开展活动,提前2天完成了重庆酉阳钢结构基地建场工作,达到了钢模板、衬

砌台车等钢构产品的生产条件。

在授牌仪式上,公司党委工作部部长邓俊仪要求养马河分公司党委,要坚持在在“准、实、细”上下功夫,精准发力,突出特色,为员工办实事,切实解决职工焦点、难点问题。分公司党委书记余阳辉表示,此次授牌既是荣誉,更是责任;既是对分公司创建服务型党组织工作的充分肯定,更是对进一步加强服务型党组织建设的鞭策和提升服务能力、服务水平的更高要求。

(蒋晓萍)

小而美的金融服务才有未来

平台而言,现阶段是一个自我反思,认清金融本质的过程,真正的互联网金融平台只有坚持分散、小微、适度的原则,本分做事,重拾工匠精神,认真做到“小而美”,才能“笑”到最后。

与大机构抢食不明智

为什么这么说?首先,对于市场而言,更需要小而美的平台。当前,一些大的机构往往倾向于一个全国性的平台,关注整个全国市场,其性质决定了它会更多地关注宏观和全面的東西,在广度上下功夫而无法顾及深度。

而在笔者看来,中国金融市场尚未成熟,存在着大量尚未被充分关注的市场机会。对于创业者而言,与其和大的机构分抢蛋糕,不如充分运用大公司不关注的市场空隙,抓住在行业和地域的互联网创业机会,将细分行业和领域做精做细,最后也会发掘巨大的商业宝藏。这也是互联网金融诞生的真正原因。

但目前,绝大多数互联网金融企业仍然停留在平台与渠道之争的层面,甚至出现了“颠覆论”,其表面繁荣的背后是技术创新、风险防控等底层架构的缺陷,互联网金融作为普惠金融的价值没有得到充分的体现。

此外,处于风口期的互联网金融使得大部分互联网金融平台一味追求发展速度,大肆拼抢用户,形成了一种高市场占有率的假象。这些平台往往把交易总规模、注册用户数、服务用户数等数据挂在嘴边,成为自己宣传的一种“故事”。但笔者认为,对于资产端而言,最大的价值不是规模多大,而是合理有效的风控模型。这些平台就好比泰之大厦,其兴也快,其倾也快!

理性来看,目前市场上任何一家互联网金融平台的资产规模与传统金融机构相比几乎九牛一毛,更何况有些指标还掺杂着水分。他们所谓的注册用户数中存在着大量依靠“红利”吸引而来的“僵尸户”或者“羊毛党”。在笔者看来,这种用户是缺乏粘度的,对平台而言,只会徒增数量和运营成本,不会带来任何价值。

所以说,与传统金融机构分抢蛋糕,互联网金融只有死路一条。真正的互联网金融要认清自己的定位,不要尝试去做银行的事情,代替或颠覆银行,要尊重金融本身的属性。笔者认为,互联网金融平台就是要借助互联网特色,围绕用户、围绕自身所在的产业圈,精益求精,深挖用户需求,提供一种独特的金融服务,在品牌、市场、用户体验等方向下功夫,往“美的方向”发展。或许这样还能在未来的市场中占有一席之地。

做大做全的背后是风险剧增

高收益势必会对应高风险,这是一条亘古不变的真理。如果互联网金融过于追求做大做全,对企业而言,虽然多了一条盈利渠道,其盈利空间甚至会出现几何级增长,但高收益的同时,势必会带来更高的潜在风险。

企业做大的前提必然要有稳固的根基,要充分保证已有业务盈利能够完全承担新业务所带来的风险,使得企业所有业务有所权衡,能够持续发展。当前,互联网金融绝大多数业务都处于摸索期,互联网证券、信托等模式尚不成熟,多开辟一条盈利通道的同时,往往也意味着多了一个风险来源。有时候甚至会出现新增业务亏损完全对冲掉企业已有业务的盈利水平。

其实,做大的另一个风险还来源于用户。互联网金融存在着先天性风控缺陷,即便是银行,也不能保证坏账率,因为谁也不知道下一个用户会不会出现坏账。因此,多一个用户就会多一个风险来源。

但如果平台不是一味的追求发展速度,扩张用户的话,深度挖掘现存用户需求,认真做好每一款产品,对用户需求进行多次开发,满足他们多元化的金融消费需求。或许还能杜绝1亿坏账。这不是说要去限制平台开发用户,只是说要时刻警惕风险的存在。同时,扩张也要有一个度,要充分做好风控,尽可能地将风险系数降到最低。

只有“美”才能
让平台和用户成为“朋友”

中国人做生意,讲究“回头客”。因为绝大多数企业不像火车、旅游景点那样,总有源源不断的客源来让他们“宰”,更多的时候他们需要对已有用户进行二次开发。那么,对互联网金融平台而言,在“千团大战”的情形下,如何保证用户会第二次光顾甚至长久下去。

笔者认为,这其中的关键就在于“美”。对互联网金融行业而言,所谓的美,其实更多地是围绕用户需求,尽最大可能去提升用户体验。在他看来,只有“美”的金融产品才能吸引用户,留住用户,并且让用户长久留存继续使用。

“互联网金融的有形门槛低,不需要动辄上亿的注册资本。但无形门槛很高。做精做细一个平台,既需要对传统金融行业有深入的理解,又需要熟悉互联网行业的运行规律。在金融方面,需要对金融认知、风控把握、客户营销、头寸管理等有相当程度的把握;在互联网方面,则需要在品牌管理上下功夫,保证自己平台的美誉度。在营销手段上,可以更加倚重微博、微信等新的媒体渠道。”

从某种层面来讲,长久以来的“美”会让用户对平台建立信任感和认知度,最后形成一种粉丝效应,让平台和用户成为一种朋友关系。这种粉丝效应不仅会让用户一次次去体验产品,在公司推出新业务时,他们往往成为第一批体验者。

其实这种粉丝效应与互联网金融的属性也是契合的。因为,互联网金融的本质是社交,所谓无粉丝、不金融。粉丝的认同感和价值观最后会沉淀为一种独特的气质,形成亚文化,亚文化则反过来为粉丝群为企业产生的内容和粘性,自主自发地为平台的金融产品分享传播。

总体来讲,“美”是互联网金融平台追求用户认同感成为“老用户”的唯一通道,也是发掘用户长期发展之道。

达竹煤电公司
实行矿领导班子成员
经营风险抵押

3月30日,川煤集团达竹煤电公司印发《中山煤业公司、小河嘴煤矿、白腊坪煤矿领导班子成员经营风险奖惩办法》,在2016年对中山煤业公司、小河嘴煤矿、白腊坪煤矿的领导班子除了进行安全风险抵押外,还进行经营风险抵押。这是该公司首次对生产矿井领导班子成员进行经营风险抵押,以此传递市场压力,促使各矿创新求发展和管理增效益。

该公司按照“班子成员全体参与、与企业效益挂钩、风险与收益共存、考核后兑现奖惩”的原则,中山煤业公司和小河嘴煤矿领导班子成员经营风险抵押金标准为25万元,白腊坪煤矿领导班子成员经营风险抵押金标准为20万元,所有参加经营风险抵押的班子成员在4月15日前将抵押金缴纳到财务部门,经营风险抵押金考核周期为1年,经营风险抵押金不计息,由公司财资部门按规定进行核算。

该公司明确经营风险抵押金考核指标:一是在经营指标上必须完成年初公司下达的盈亏指标、经营现金净流量指标和应收账款余额指标;二是与矿区和和谐稳定挂钩,必须确保企业正常生产经营秩序和人员分流时的矿区稳定。同时,该公司还设置了包括盈亏指标考核细则、和谐稳定工作考核细则、各单位经营风险抵押金奖惩细则等在内的经营风险抵押金考核细则,由公司总经理李头负责,企划部、财资部、纪检监察审计部等部门组成考核小组严格按考核细则检查、考核和督查。

特别在经营指标考核上,以100分作为各矿盈亏指标考核基础分,依据公司考核确认的账面盈亏指标,按相关考核原则核减年度亏损考核指标。同时,设置盈亏指标考核加减分细则,当各矿盈亏指标考核分等于或者高于100分时,实行奖励,经营风险抵押金奖励最高不超过抵押金总额的1.2倍;当各矿盈亏指标考核分高于或者等于40分低于100分时,扣减其经营风险抵押金部分本金,经营风险抵押金本金扣完为止,当盈亏指标考核分低于40分时,全额扣减所在矿经营风险抵押金总额。

此外,该公司要求,参与经营风险抵押的各矿班子也要对应制定对其班子成员个人的抵押考核细则,还可参照制定对本矿非班子成员员工参加的经营风险抵押办法,经本矿职代会或职代会联席会通过后执行。通过逐层次的经营风险抵押,化解严峻煤炭市场形势带来的生产经营压力,激发员工活力,提升企业效率和效益,助推该公司实现企业保生存、员工保饭碗和矿区保稳定的目标。(杨涛)

[上接 P1] ▶▶▶-----

▼ 记者观察

不要把钱当“僵尸”

■ 郑传海

企业经营管理者都明白一个浅显的道理,在生产工具、劳动力和厂房等生产要素里,资金的流转速度越快,资金利用率就越高,企业扩大再生产面临的资金压力就越小。如果资金流转的速度很慢,它的使用效率自然就很低,生产经营需要占用的资金就越多,企业面临的经济压力和风险就越大。

从某种程度上讲,管不好企业开户的银行账户,管不住钱,外欠款迟迟收不回来,大量资金沉淀和游离于公司可监控的银行账户之外,本来属于企业的账款,长期“躺”在他人银行账户上,任由他人支配,对于当事企业而言,无疑于把钱当“僵尸”。

现实生活中,真正考验企业竞争能力,不但要看能拿到多少含金量高的订单,还要看资金管理能力和资金使用效率。如果不能有效管控企业开户的银行账户和资金,按照金融规律驾驭资金,按照产业资本循环规律科学使用资金,企业的个头再大,仍然摆脱不了虚脱贫血和负债经营的“阿喀琉斯之踵”。

建筑企业承揽施工的建筑产品投资额度大、施工周期长、占用资金环节多、回笼资金周期长,资金监管面临诸多不确定风险。要在五大发展理念的指导下做大、做强、做优企业,必须学习现金为王的基本知识,掌握现金为王的基本功,在企业上下养成既要能干,又要会算,还要会做现金为王这篇文章,熟谙资产经营之道,才不至于辛辛苦苦一年,到头来,还不得不贷款维系企业的生存发展。



■ 吴文雄 (91金融联合创始人)

对于互联网金融行业而言,2016年“两会”是一场及时雨,也是一针强心剂。一方面,e租宝、泛亚事件的溢出风险已大面积波及投资者并直接影响到监管行业,而且其劣币属性直接伤害到良币的正向效应,使得整个行业的价值大为贬值。因此,在强化合规的基础上重塑行业信心,已经时不我待。

另一方面,中国经济的转型压力使供给侧结构性改革提上日程,“新经济”成为中国经济升级的新动能,而作为有希望助力供给侧有效对接实体经济的新生代力量,互联网金融一时间又成为政府加大筹码重点培育的“香饽饽”。

可以说,2016年“两会”正式宣告了互联网金融野蛮生长风口期结束,规范、有序将成为新时代的主题。这意味着那些以互联网金融之名实施监管套利的不合规的、伪互联网金融平台将遭淘汰,而那些坚持“本真”的平台也将经历洗礼,面临一场“生死之争”。

从这个角度来看,笔者认为,2016年将会是互联网金融荡涤糟粕,造就行业明星的一年,更是回归金融本质、砥砺前行的一年。那么,究竟谁才能“笑”到最后?

此前,原银监会主席刘明康曾说,“互联网金融只有做小、做分散、做简单,才能存活下来,否则就离死不远”。在笔者看来,这句话一语道破互联网金融发展之道。对于互联网金融