

富士康入主夏普后的新动作:携阿里启动“云端”合作



品系统、营销和云服务上全面配合和支持“新夏普”电视。10月14日,夏普联合阿里发布新一代互联网电视。“这是合作的新业态、新形态的工作方式。”

“云端”合作

根据双方此次发布的合作计划,“新夏普”电视将采用阿里 YUN OS 作为产品系统;阿里可通过夏普电视从云端向消费者提供教育、娱乐内容;夏普将与阿里在“双十一”联手促销等举措。

郭台铭表示,“此次富士康跟阿里合作,是凭借阿里网络云端的技术,它是云,我们电视是端。但消费者要通过硬件来实现数据和软件带来的服务。”

除了利用阿里的平台进行合作销售等策略,郭台铭认为夏普的品质也可作为淘宝和天猫的品质背书,“过去很多人认为淘宝上有假货,但现在有更多好的品牌在这个平台上售卖,可以做示范,这样的合作是彼此共享资源。”

在合作伙伴的选择上,郭台铭表示,“我们的合作不是排他而是利己,未来的目标是

能够覆盖 3.5 亿家庭。阿里是其中一个合作伙伴,未来我们也会跟其他的平台合作,基于不同的应用或者增加更好效能的合作。”

被收购之前的夏普曾受主业液晶面板业务的拖累,深陷亏损的泥沼。业内有分析指出,夏普与富士康之间存在互补、合作的关系。夏普拥有优质的技术研发及品牌资源,而富士康在制造和市场开拓方面有优势。

据富士康方面表示,利用夏普原先在面板技术领域的优势,“只要更快地转化到生产和营销上,就可以与其他品牌形成天然壁垒,这对中产家庭快速增长的国内市场而言无疑是极大的吸引。”

如何将优势资源从“to B”迁徙到“to C”上,是业界认为最终促成郭台铭下定决心与夏普“联姻”的原因。对富士康来说,夏普有面板产能优势,也有与终端消费者的天然联系,“夏普在中国已经拥有了 650 万用户。”郭台铭补充说。

另一方面,富士康充裕的现金流和制造规模优势也为双方合作提供了基础。郭台铭表示,“目前我们手上还有超过两百亿美元的现金流,可以研发任何需要的技术,不需要向银行借一分钱。”

根据富士康收购夏普时,台湾富邦证券出具的相关报告,“鸿海目前手上拥有 6110 亿台币现金及银行存款,总流动资产达到 2 兆台币。实际贷款比率也不高,因此仍有负债空间,预计该收购案不会影响鸿海日常运行。”

“新夏普”的发展方向

今年 4 月,夏普签订接受鸿海(富士康) 3888 亿日元出资的协议。6 月 23 日,日本夏普公司召开股东大会,以多数赞成批准了成为鸿海精密工业公司(富士康)子公司的议案,另外批准鸿海副总裁戴正吴将在鸿海收购完夏普后担任社长。鸿海出资 3888 亿日元(约合人民币 245 亿元)收购夏普 66% 的股权。

但对于富士康如何经营接手前负债累累的夏普,一直是业界关注的焦点。

据夏普公司公布财报显示,今年 5 月,公司销售额大跌 11.7%,为 24615 亿日元;整个财年净亏损 2560 亿日元,而 2014 财年夏普净亏损 2223.5 亿日元,连续两个财年出现巨额净亏损。至此,夏普已陷入资不抵债的境地。截至 2016 年 3 月 31 日,该公司负债超过其资产 312 亿日元。夏普社长高桥兴三在记者会上表示,虽然目前夏普陷入了资不抵债的局面,但将与台湾鸿海协作,“我们指望双方的协同效应,将事业安定地延续下去。”

此次郭台铭在云栖大会上为夏普新产品站台,也是其思考“新夏普”发展路径之一。据其描述,作为新夏普品牌的中国元年,要从原本思考如何做最好的电视、家电、手机,转向关心用户要什么、想什么。郭台铭表示新夏普会是实现+互联网的全新产品,“这次先从客厅开始、和阿里的合作开始。”

对于“新夏普”的发展方向,郭台铭表示,“我们现在有三个发展方向。”除了上述面板业务,“还有夏普的空气净化器等业务,要提供给大家更干净的空气、食物和空调等等。一些先进的技术要让它到中国来生产,用夏普、富士康加上阿里的技术,我们希望可以得到良性的循环。”

“贵茶联盟”在江口落幕 现已有 40 余家联盟企业

在江口结束的“贵茶联盟”第二届大会上,贵茶联盟主席、著名制茶专家牟春林说:“我们的目的是在贵州建设符合欧盟出口标准的无污染茶园,联手当地企业与国际检测机构对茶园进行专属管控,从而稳定供应符合欧盟标准的原料。在联盟过程中,贵茶对联盟企业生产设备、工艺、管理等各方面做扶持与支持,在一定程度上提高了贵州茶整体生产管理水平和茶农收入。同时也实行一票否决制,只要一次抽检茶叶农残超标、不合格,就取消联盟企业资格。”

贵茶联盟成立于 2015 年,目前已发展到 40 余家联盟企业。除自有茶园外,贵茶在贵州各地寻找符合欧盟出口标准的无污染茶园,联手当地企业对茶园进行专属管控。大会现场,牟春林向 22 家新加入联盟的企业授牌。

贵茶公司现场与全球知名的检验、鉴定、测试和认证服务机构——SGS 检测公司,签订合作协议,将强强联手,进一步合作,让贵州茶走出去。据了解,贵茶公司从几年前创建之初是零销售额,2016 年已完成 2 个亿的销售额,出口美国某知名咖啡品牌的绿宝石绿茶,2012 年产量仅 200 吨。

(谭芸)

江西“老字号”抱团续写新传奇

有着悠久历史的“老字号”,在当今如何续写新传奇?日前,“江西省老字号企业联盟”在九江正式成立,迈出了该省“老字号”抱团发展的步伐,加快生产经营和营销方式与现代社会环境接轨。

“老字号”是指拥有时代传承的产品、技艺或服务,具有鲜明中华民族传统文化背景 and 深厚的文化底蕴,取得社会广泛认同,形成良好信誉的品牌。目前,该省共有 94 家“老字号”企业,其中“中华老字号”22 家,“江西老字号”72 家,主要分布在工业、农业、商业、文化等领域,它们所传承的独特产品、精湛技艺和经营理念有不可估量的品牌价值、经济价值和文化价值。去年该省“老字号”企业营业总额达 240 亿元,利润总额 40 亿元。不过,由于历史变迁和体制转换等多种因素影响,该省也有很大一部分“老字号”企业经营举步维艰。老字号企业联盟成立后,将引导企业通过科技和工艺创新,生产出符合现代市场需求的产品,推动老字号行业增品种、提品质、创品牌。同时探索电子商务和连锁经营等现代经营模式,支持企业采用连锁经营方式,推广统一采购、配送,统一形象,统一标准规范,统一经营手段和服务方式。

(郑荣林)

辣椒快打加强战略合作 开拓全球游戏市场

辣椒快打 10 月 12 日在北京举行发布会宣布,辣椒快打已和中国移动、中国电信、中国联通、中国广电等国内四大运营商深度合作,并联合华为牵手欧洲领先的英国运营商 Lyca 和比利时电信 Proximus 等,共同开拓海内外电视游戏市场。辣椒快打作为以软件技术为核心的软件服务型平台,正在致力于提供优质游戏资源及全新的交互操控方式。

据辣椒快打介绍,目前正在整合全球大屏游戏平台,积极与多家全球性游戏厂商达成战略合作关系,为全球电视用户提供免费的精品游戏内容。比如近期,辣椒快打将与美国 EA 旗下知名游戏发行商 Chillingo 合作签约,实现世界级精品游戏在电视端全新操作体验,并计划共同致力于大屏游戏的开发与发展。这些合作标志着辣椒快打精选游戏平台做到全球化发展。

辣椒快打新推出“家有富翁”全新的电视经营类游戏,可以实现多人同屏互动,辣椒快打联手欢乐之城火爆 IP,以全新的游戏玩法、关卡及人物信息等丰富游戏剧情,将为用户带来全新的体验。辣椒快打此款产品将在 11 月中旬正式上线,为用户呈现更多的新应用、新体验。这是辣椒快打经过 1 年多的创新研发的成果结晶。通过不断增强科研技术水平及软件研发创新,实现了在多个行业领先及业内技术突破。

辣椒快打认为,随着智能硬件的普及及应用的多元化,客厅娱乐正在悄然改变。辣椒快打以技术创新,成为客厅娱乐最后三米的软件解决方案提供商,向用户提供灵活多样的交互及绚丽多彩的效果。

辣椒快打市场调研后认为,在智能电视、手机飞速发展的今天,坐在电视前的不再以中年妇女为主,用户看的也不再只是八点档电视剧。客厅娱乐的多元化犹如雨后的春笋般正在加速地生长。客厅是家庭最重要的生活场景。面对这样的市场机遇,辣椒快打致力于在智能电视或大屏使用场景下为用户提供全球性优质游戏资源及全新的交互操控方式,自信可以让用户回归客厅娱乐,让娱乐在客厅发芽生长。在备受瞩目的智能行业发展的今天,辣椒快打提出客厅娱乐理念助力行业发展,也是未来发展战略的重大战略布局。

(徐克勇)

卢彬

“2007 年马云说‘蚂蚁要把大象扳倒’,我认为是有难度的;时隔九年,他提出了新的销售业态,有了大数据和云端的结合,这群蚂蚁有了统一的方向,力量已经不止撼动一只大象。”10 月 13 日,在阿里巴巴举行的云栖大会上,富士康集团总裁郭台铭对记者表示。

阿里巴巴集团董事长马云在当日的演讲中提出,电子商务并没有打击、摧毁传统行业,只是把握并用好了互联网的技术和理念,产生了一种适应互联网数据时代的商业模式。而且“‘电子商务’这个词可能很快就被淘汰,阿里巴巴从明年开始将不再提‘电子商务’这一说法,因为它只是一个‘摆渡的船’。”

马云同时提出,未来将有五个全新发展深刻影响人类,分别为“新零售、新制造、新金融、新技术和新能源”。

郭台铭对此表示,“新制造对我们来说叫智能制造,就是虚拟和现实、软件和硬件的结合。”

这促成了双方的合作。据郭台铭介绍,富士康入主夏普后的发展方向之一,是联合阿里发力“互联网+制造业”领域。阿里将在产

探路者联手灵狐科技 业绩估值有望双升

日前,灵狐科技签约探路者,成为其重要的社会化数字营销合作伙伴,共同携手营造精准高效的数据化营销策略,使探路者成为公众健康生活的引领者和组织者。

随着数字营销作用的日益凸显,越来越多的品牌主开始对用户及数字资产给予高度重视,而社会化营销给品牌带来的惊人价值和颠覆性变革,催生了 SCRM(Social CRM,社会化客户关系管理)。

与传统的 CRM (Customer Relationship Management,客户关系管理)侧重于效率提升及流程管控不同的是,SCRM 更多致力于帮助品牌主构建一套完整的粉丝、用户、会员管理体系,在针对海量数据进行挖掘分析的基础上,结合对消费者的深入了解,开展精准、高效的营销活动,从而稳定地提高潜在客户的转化率、老客户的粘度、以及品牌的口碑美誉度等。从市场层面来看,作为数字营销的高级形式和大型企业向社会化营销转型升级的方向,SCRM 服务已经进入井喷期,来自品牌主的需求十分强烈。

探路者思考互联网时代的商业本质,就是用户中心、数据驱动、极致产品和生态协同。通过探路者对用户和社群的研究发现,他们对户外活动和天然式旅行的关注点非常接近,户外运动天然具备社群化属性。可以说,研究了社群,就研究了用户。社群能够支撑探路者的新战略,围绕户外活动服务和体验式旅行展开的社群生态建设是探路者进化的必经之路。

在这样的思考下,掌上探路者应用而生。掌上探路者是探路者围绕健康生活方式展开的会员服务体系,是探路者以用户为中心的社群生态战略的集合体现。依托探路者旗下户外、旅行、体育产业资源,期待打造一个为会员提供全方位健康生活方式的综合服务平台,包含户外、运动健身、体验式旅行,及各细分运动类目的培训、赛事等丰富活动,旨在为用户精选最优健康生活服务。

灵狐科技认为,SCRM 是企业营销转型的必由之路,服务目标是帮助品牌主实现聚合、运营、管理消费者,持续挖掘用户价值,最终营造出灵狐团队、品牌企业、消费用户、网络入口资源共生共赢的生态圈层模式。

由此看来,在营销理念和战略思想上,探路者与灵狐科技不谋而合。

中国户外市场正处于快速发展阶段,竞争的重点已从最初的产量竞争、价格竞争、渠道竞争、中外品牌竞争,演变到当前及今后的综合实力竞争,而能否迅速向社会化营销模式转型,建立全新的客户关系,无疑是决定竞争成败的关键要素之一。灵狐科技与探路者在 SCRM 方面的合作与探索,或能为户外及其他行业的社会化客户关系管理和数字化营销提供成功的经验和经典的范例。

(中国鞋网)

喀什地区 44 家企业 加入沪喀农产品产销合作联盟

10 月 11 日,第三届喀什农业博览会期间,沪喀农产品产销合作联盟研讨会在疏附县举行,喀什地区 44 家企业成功加入该联盟。

此次研讨会围绕喀什农产品“走出去”战略,充分发挥沪喀农产品产销合作联盟优势,借助与会代表分享沪喀两地农产品营销专家观点和经验交流为主题,促进喀什农产品资源与上海市场深度对接,进一步加强喀什与上海的经贸合作交流,完善喀什特色农产品在上海的宣传推介和销售平台。

喀什地处新疆西南部,是中亚弧形经济圈中心,具有“五口通八国一路连欧亚”的区位优势,农副产品品质优良、品种繁多且

营养丰富。2013 年国家工商总局批准喀什红枣、甜瓜等系列瓜果为十大地理标志证明商标,在内地市场知名度和占有率逐步提高,彰显了良好的合作前景。

据了解,早在上世纪五六十年代,就有一大批上海知青自愿支援喀什边疆建设,架起了两地友谊的桥梁。如今,上海援疆干部更是积极推动内地产业向喀什转移,促使喀什农副产品以最快速度走入上海市场,并深受当地民众青睐。

上海市对口支援新疆工作前方指挥部副总指挥、上海市人民政府驻新疆办事处主任姜爱峰介绍,自新一轮援疆工作开展以来,“疆果东送”行动成效显著,喀什特色农副产

品已逐步走向上海市场,不仅先后进入“家乐福、大润发”等大型商超,还在上海市常熟路及上海西郊国际农产品展示中心分别设立了“今日喀什馆”、“喀什馆”,同时在上海农产品批发市场、龙吴路水果批发市场销售。

上海援疆前方指挥部产业组高级农艺师、喀什地委农办副主任陈杰表示,希望通过此次研讨会,进一步加强喀什与上海的经贸合作交流,完善喀什特色农产品在上海的宣传推介和销售平台。让更多的上海企业了解喀什特色资源和优势产业,广泛吸引上海企业到喀什开拓市场,加快喀什地区农业产业化发展的步伐,增强喀什农产品的市场竞争力。

(张新平)

百度云加盟大企业创新联盟 探索双创可持续发展之路

去年双创周,“中国智造”小度机器人被李克强总理点赞,华丽丽亮了个相;今年,百度将再次带着炫酷百度大脑的无人车、语音识别等技术参展。不过除此之外,刚刚宣布品牌升级的百度云还以大企业开放创新联盟成员的身份参与今年的双创周,为我国“双创”事业添了一把火。

在当下的经济新常态下,创新要素驱动经济增长成为关键要义。推进大众创业、万众创新,是培育和催生经济社会发展新动力的必然选择,是激发全社会创新潜能和创业活力的有效途径。除了通过展示世界一流的双创成果来让国内双创的氛围“躁”起来,目前国内还需要一些新动能来驱动实体经济的发展,这样才能促进创新创业走上一条可持续发展道路。

以“发展新经济、培育新动能”为主题,本届全国双创周北京会场于 10 月 12 日在中关村创业大街拉开序幕。本届双创周一大亮点是,作为领跑全球科技创新竞争的中关村联合国内外多家行业骨干发起成立了大企业开放创新联盟,搭建联结产业需求与创新项目的全球创新创业生态,以科技创新促进实体经济发展,推动创新创业与实体经济相结合。

该联盟将提供大企业创新需求的发布对接线上和线下平台,征集契合大企业创新需求的优秀项目,并联合优秀创新创业服务机构,与大企业共同开展联合孵化,集成“产业资源+技术平台资源+创新创业服务资源”,建立大企业开放创新联盟联合孵化基金。联盟成员则将根据其自身的创新升级战略目标,以全球创新创业发展的视角,以各



家企业业务运营的实际需求,合作共享产业资源,激发企业自身活力。

据了解,凭借广泛的行业资源与资本资源,行业领先的自主核心技术,在创新领域的探索经验,以及行业骨干的地位等优势,百度云作为首批成员单位入围联盟名单,与英特尔、海尔创客实验室等 18 家知名企业一起探索企业创新发展道路。

作为刚刚完成品牌升级的百度云来说,此次加入大企业开放创新联盟可谓具有特殊的意义。在今年 7 月份的百度云计算战略发布会上,除了发布“云计算+大数据+人工智能”三位一体的发展战略,百度云(原百度开放云)还提出了“创举计划”,宣布将携手合作伙伴用科技的力量促进社会创新和产业建设,共建一个公平、透明、开放的云计算生态。百度云计算品牌升级公告发布,面向企业服务的原百度开放云正式启用“百度云”的新品牌,除了发布会提到的技术优势

和融合 AI 的差异化优势,从全行业解决方案切入的生态优势也将成为新“百度云”的一大立足点。

三个月间的品牌、战略动态,足可见百度云对于构建云计算生态以及推动创新创业生态建设的重视。

李彦宏曾说,过去十几年百度的技术都藏在后台,而未来将会把百度的技术能力充分开放出来,与各行各业相结合,打开每一个行业没有被开发的潜力。此次加入大企业开放创新联盟,符合百度云技术能力开放的发展目标,也是携手众多企业培育新动能,技术创新驱动经济增长的重要举措。除了通过百度云的天算、天像、天工三大智能平台满足企业的业务创新需求,百度云背后所依托的百度生态资源,也能带给企业创新发展更多的助力和扶持。行业猜测,在实现全面品牌升级之后的百度云将会释放出更多“双创”的新政策,构建新型云计算生态。

(央广网)