



● 华为 Mate 9

■ 本报记者 余胜海

11月14日,华为在上海发布了年度最重磅旗舰手机华为 Mate 9。作为华为梦想之作和其创新实力的集中体现,华为 Mate 9 基于软件和硬件两个方面的深度创新,实现了 Android 手机的革命性突破,在性能、续航、拍照等多个领域获得了具有里程碑意义的体验提升。

华为 Mate9 作为 2016 年度压轴旗舰机,华为可谓放出了杀手锏,采用华为自主研发的最新麒麟 960 芯片,和汽车领域奢侈品牌厂商保时捷合作,双曲面设计,搭载徕卡双镜头,第一部久用不卡的安卓手机等,华为的 Mate9 看起来来势汹汹,直逼苹果和三星。

华为 Mate 9, 向高端品牌进军的使命

华为 Mate 9 在德国发布后,一时间,国内手机行业再次“炸开了锅”。而其中除了技术实力的展示之外,最令人惊讶的莫过于国内售价, 3399 元—5299 元人民币, Mate9 保时捷设计限量版售价 8999 元人民币,这一定价已接近和超过苹果、三星的高端智能手机。

不难看出,华为正竭力占据高端市场,欲打破长期以来被苹果和三星把持高端的局面。可谓“司马昭之心,路人皆知。”而华为想要赶超这两大巨头,在智能手机高端市场占有一席之地却并不容易。但对华为来说,如今也许是最好的时机。

Note 7 深陷爆炸门困扰的三星,正忙着在全球范围内召回所有三星 Note 7 手机,这意味着这一段时间内,智能手机高端市场将有很大一部分空缺需要填补。并且,受此影

响,三星正遭遇历史上最大的用户信任危机,何时能摆脱困境,恢复元气还很难说。

另外如今苹果的颠覆性创新不再,苹果 7 被指“毫无创新”,其业绩已有明显下滑迹象。

毫无疑问,华为 Mate 9 的发布,已是华为正式向苹果和三星的高端市场进发的重要一步。但仅仅是用高配置和高价格来进攻高端市场,还不足以让华为的高端机一战成名。相比于苹果和三星的高端品牌形象以及知名度,长期耕耘在中端市场的华为则要显得逊色一些。而华为此次和世界汽车奢侈品牌保时捷合作,发布华为 Mate9 保时捷版,一定程度提升了华为的品牌形象,令其高端定位更加清晰。

由此种种,不难看出华为向高端市场进军的信心和野心。而肩负着华为高端化路线重任的华为 Mate9,能否真的助力华为敲开高端市场之门?除了以上说的,从华为的 EMUI5.0 中我们也能管窥一斑。

华为 EMUI 5.0, 重新定义智能手机体验方式

华为在德国慕尼黑举办的华为 Mate9 发布会上,同时还发了华为的新一代手机操作系统 EMUI 5.0。它是国内首个基于安卓最新发布的 Andriod7.0 原生系统深度开发而成的自主操作系统。

自 Android 智能手机诞生以来,卡顿、耗电、拍照不佳等一系列问题是安卓手机长期以来最大的一个痛点,对此,各大手机厂商都在尝试优化解决,但似乎并无较好解决方案。而华为与谷歌进行合作,对安卓系统存在顽疾进行“对症下药”。通过 EMUI 与华为麒麟 960 芯片深度结合,华为充分发挥了其软硬件结合的技术优势对安卓手机久用卡顿问题进行了解决。

与流畅性一起革新的,还有 EMUI 5.0 全新的美学设计和更便捷的交互方式。EMUI 5.0 对系统界面进行了扁平化设计,并针对不同的使用场景进行了步骤精简和误触优化,90%的常用功能只需三步操作即可完成,为消费者带来轻松便捷的操作体验。

在及时感知应用的资源需求方面,麒麟 960 芯片也将紧密结合按需实时动态调度 CPU、GPU、IO 等资源,对不同应用进行区分调度。彻底改善“公平资源调度”策略下,应用打开越多手机越慢的现状。



● 华为 Mate 9 发布会



● 华为 Mate 9 发布会

据悉,在长时间重度用户模型下,华为 Mate 9 手机综合性能可平均提升 50%。这一目标的实现,将极大提升安卓手机性能,而 Mate 9 将毫无意外,迎来鲜花与掌声。

华为将成为国内首个彻底解决安卓手机用久变慢的手机厂商,这对于整个安卓阵营来说,都具有变革性意义。

另一方面,EMUI5.0 除了在性能提升上有着出色的表现,在 UX 视觉交互体验上也有非常大的提升。

在 EMUI5.0 的设计中,华为一如既往地遵循简单实用的原则,简化了应用的操作程序,使得很多应用和操作基本可在 3 步以内完成,让用户真正感受到体验的便捷,而非单纯的科技感。

一向被人们认为在颜值方面并不突出的华为,此次在 UI 视觉体验方面也下足了功夫。

“生命的活力,自然的韵律,艺术的炫美。”华为用这句话形容了 EMUI5.0 在设计方

面的纯净(Clean),简洁(Simplified)和律动(Living)特性。EMUI 5.0 的视觉核心设计理念灵感来源于爱琴海蓝白风格。在系统界面上,干净舒适的蓝白色系,被贯穿于整个系统之中,并且看起来清晰明朗、主次分明。

这很让人想起另一奢侈品牌 Prada 的故事:Prada 公主与他的画家男友,在爱琴海上空那场“绝世之恋”。

另外,在使用过程中,简洁之美也贯穿始终。在所有 EMUI5.0 系统应用中,华为的异常提示弹框要比普通的少三分之一;同时优化冗余的垃圾通知消息,用户可通过连续两次轻触指纹识别快速删除所有通知,这些细节处的优化,使得整个界面更加的简洁。

相信所有手机用户无不对应用过于“关怀备至”的通知心存怨恨而无可奈何,Mate 9 的出现,算是声张了“正义”。

律动则是 EMUI5.0 在 UI 设计上的另一大特色,比如录音过程中界面呈现的如同水母浮游般跟随声音而动的效果,让用户放佛感到 EMUI5.0 是有生命的,这种视听一体的效果可谓用心而巧。

类似细节的用心与优化在华为 EMUI5.0 中随处可见,足见华为志在打造全新智能手机体验的决心与努力。

对于华为来说,EMUI5.0 也是一次具有里程碑意义的重大更新,这意味着华为 EMUI 在安卓定制 OS 领域正在强势崛起。而此次和华为 Mate 9 一同亮相,可谓双剑合璧。

华为终端业务从 2011 年开始向 2C 转型发力,华为自有品牌从零起步,短短 5 年时间,华为手机已经跻全球前三强,华为 Mate 9 的发布更是给业界带来更多震撼,同时折射出华为的信心和野心。

在华为 Mate 9 发布会上,华为宣布联合阿里巴巴、百度、腾讯、网易四家国内知名互联网企业,成立安卓绿色联盟,共同推动安卓应用体验提升,国内首个聚焦于提升安卓用户体验的组织就此成立。阿里巴巴集团 CTO 张建锋、百度副总裁梁志祥、腾讯集团 COO 任宇昕、网易公司副总裁王怡共同出席了华为 Mate 9/Mate 9 Pro 发布会,并一同见证了安卓绿色联盟成立的这一重要时刻。

发布会结束后,华为消费者业务 CEO 余承东接受媒体采访时表示,华为终端到 2020 年将成为全球最大的智能手机厂家。相信华为的高端化之路,将走得更加坚实。

茅台葡萄酒公司改革发展系列报道之三

改革发展 执手未来 茅台葡萄酒前三季度销售收入同比增长 25.66%

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

提起河北昌黎的知名企业,一个耳熟能详的名字——坐落在“中国葡萄酒城”昌黎县城郊的茅台葡萄酒公司便浮现在人们眼前,该公司经过十多年的发展,不仅通过自主创新实现了企业的自身发展,也为昌黎不断积蓄着创新能量。尤其是在 2016 年,自 1 月 5 日起,以茅台葡萄酒公司董事长司徒军为首的新领导班子上任后,不断进行内部体制、机构、人员、制度、流程等综合改革,特别是茅台集团工作组 4 月份进驻公司后,公司的综合改革取得了突破性的发展,茅台葡萄酒公司的各项工作上了一个新的台阶。

改革引领发展 激活生产销售

茅台葡萄酒公司董事长司徒军接受企业家日报社记者采访时说,2016 年茅台葡萄酒公司的改革已初见成效,特别是 7 月 1 日改革发展会议后,销售公司实现了平稳过渡和业绩提升,同时,茅台葡萄酒销售公司内部也实行了大量改革措施,销售上的“五个一”工程建设和十件大事的推进、下半年任务重新分解、平衡计分卡签订、季度绩效考核等,有力地保障了目标的达成。今年公司整体销售任务仍然任重道远,接下来的时间里,将是冲刺攻坚阶段,要全力以赴进行市场业务拓展与业绩达成。销售公司还将在 11 月底前完成 2017 年总体规划与计划,并试行产销分离、独立核算,激活生产与销售两个系统的主观能动性,从而达成真正意义上的降本增效。茅台葡萄酒公司将依靠茅台集团强大的品牌力量,不断实现自力更生、自我突破,并尽快实现盈亏平衡。

以业绩为导向 培养销售团队

茅台葡萄酒公司经营总监、销售公司总经理傅崇接受记者采访时表示,在 2016 年的销售过程中,我们要边规划边落实,全面推行预算化管理,做到投入产出心中有数;抓管理、抓销售,着力打造以业绩为导向,讲正气的新生态环境,培养一支优秀的销售团队。以确定一批主力产品,冲击一个主渠道,找到一批优质客户,打造一个根据地市场,培养一支能打硬仗的正规军团队为主线,同时对销售公司组织架构及人员进行分工调整;对 2016



● 茅台洞藏葡萄酒董事长戚永昌(左二)、茅台葡萄酒公司董事长司徒军(中)、天鹅庄董事长李卫(右二)参观茅台葡萄酒洞并合影



● 参观两学一做博物馆



● 茅台葡萄酒

年销售任务重新进行分解及制定考核与激励办法;以“茅台红”为主品牌,进行品牌与 VI 识别体系的优化,优化产品结构,找到一批优质客户,优势互补,资源共享,合作共赢。

实现销售突破 拓宽业务空间

茅台葡萄酒公司自 7 月 9 日对销售公司管理层调整后,销售公司整合资源,极大调动销售人员积极性,不断开拓发展,积极进取,到 9 月 5 日,累计实现销售收入比上年同期增长 25.66%,取得了可喜的销售业绩。茅台葡萄酒公司的业务分为三个部分,即主体业务、拓展业务、全员营销业务。这其中主体业务至 9 月 5 日实现销售收入较 2015 年同期增长 18%,目前销售团队稳定,销售业绩有较大增长空间,拓展业务至 9 月 5 日销售收入同比 2015 年增长 31.61%。

更值得称道的是,茅台葡萄酒公司以董事长司徒军为首的领导班子的对销售公司管理层调整后,自 7 月 10 日至 9 月 5 日实现的销售收入较 2015 年同期同比增长 88.82%。秋风送爽,红叶映景。当我们与茅台葡萄酒公司董事长司徒军漫步在茅台葡萄酒园区内的大道上,园区栽种的优质葡萄在空气中散发着醉人的馨香,下班后的干部和员工在篮球场上欢快运动……亲临如此温馨的场景,面对茅台葡萄酒文化的交融,我们深切感受到,茅台葡萄酒公司干群团结,全力以赴。

展望茅台葡萄酒的未来,我们深信,通过在该公司董事长司徒军为首的新领导班子带领下,一定会不断结出新的丰硕果实。任时光飞逝,沧海桑田,茅台葡萄酒公司一定会迎来更加辉煌的未来!

恒大 增持万科 A 股至逾 10%

据香港《明报》15 日报导,联交所数据显示,恒大于 11 月 10 日(上周四)再买入 7366.4 万股万科 A 股,以当日平均股价计算,涉及逾 20 亿元;持有万科 A 股的数量增加至 9.88 亿股,A 股持股量升至 10.16%,相当于万科 A+H 总股本的 8.94%。

14 日,财经爆料王曹山石在其“山石密语”中曝光:恒大可能持有万科股份在 15%左右,先前传出新世界动用百亿资金进入万科,甚至在老爷子郑裕彤丧事期也没有停止买入脚步,这绝对不是寻常举动;据悉,香港“大 D 会”背后或有内地资本市场金融枭雄的身影,明天系肖建华很有可能已经借道其旗下险资进入万科争夺战。

针对该消息,明天控股官方微信当天回复称:明天控股有限公司从未介入万科争夺战。

恒大主席许家印近 1 个月来不断增持万科 A 股股份,先后引来保监会和深交所介入。上周四恒大已抢先一步再斥资逾 20 亿元,增持万科 A 股至超过 10%,意味恒大在 4 个月内豪掷 200 亿元增持。

万科企业曾在本月 10 日公告,今年 8 月 16 日至 11 月 9 日,恒大在市场上进一步收购 1.62 亿股万科 A 股,连同此前收购,恒大共收购 9.15 亿股万科 A 股,占公司已发行股本总额的 8.285%,总代价为 187.7 亿元。

恒大增持不断

回溯四个月前,今年 7 月宝万华之争中恒大牌入局。

根据恒大今年 8 月 8 日披露,2016 年 7 月 25 日至 8 月 8 日,恒大通过广州市昱博投资有限公司(下称广州昱博)、广州市奕博投资有限公司(广州奕博)、广州市悦朗投资有限公司(广州悦朗)、广州市凯轩投资有限公司(下称广州凯轩)、广州市广域实业有限公司(下称广州广域)、广州市欣盛投资有限公司(下称广州欣盛)、广州市仲勤投资有限公司(下称广州仲勤)等多家公司,以竞价交易的方式,买入增持万科约 5.52 亿股,占万科总股份的 5%。至此,许家印完成了万科 A 首次举牌。

随后恒大披露的持有万科 A 的股份是 8 月 15 日,万科 A 公告称,中国恒大通过其附属公司在市场收购 7.53 亿股万科 A 股股份,持股比例为 6.82%,收购总价为

145.7 亿元。

但恒大的增持并未停息。今年 10 月底恒大完成第四季度举牌廊坊发展,重回第一大股东之位。根据廊坊发展 10 月 31 日披露的权益变动书,恒大所持万科股份比例已增至 7%。

仅仅过去 8 个交易日,恒大再次增持万科 1.285%股份,从 10 月底的持股 7%增至 11 月 9 日的持股 8.285%。

中国恒大 11 月 9 日晚间公告,从 2016 年 8 月 16 日至 2016 年 11 月 9 日,公司通过其附属公司在市场上进一步收购共 1.62 亿股万科 A 股,占万科已发行总股本的 1.467%,收购耗资 42 亿元,由公司内部资源支付。

另外,加上中国恒大于 2016 年 8 月 4 日及 2016 年 8 月 15 日公布已收购的共 7.53 亿股万科 A 股,截至 11 月 9 日,恒大共持有 9.15 亿股,占万科已发行股本总额约 8.285%,收购总代价达 187.7 亿元。

就收购理由,恒大表示,万科是中国最大房地产开发商之一,其财务表现强劲。本次收购为公司的投资。由于收购事项按照现行市价进行,董事(包括独立非执行董事)认为收购事项属公平合理并符合公司及股东的整体利益。

恒大再接手中渝置地资产

另外,恒大在土储或地产项目方面也动作不断。中渝置地 11 月 14 日收市后宣布,向恒大出售位于西安“中渝·国际城”综合商住项目,以及一家物业管理公司西安鸿泽,总价约 5.55 亿元。

根据资料,截至今年 10 月底为止的 10 个月,中渝·国际城及西安鸿泽已获得 3723.1 万港元的净利润,2014 年及 2015 年全年则分别获得 2818.9 万港元,及 4070.2 万港元的净亏损。

中渝置地表示,出售事项对公司而言,是一个在投资项目获利的良好机会;而且更可加强集团的现金状况,并为集团其他的潜在投资机会提供额外资金,继而进一步有利于集团。

据了解,中渝置地于 2015 年来就曾先后向恒大等多家公司出售过重庆、成都、贵阳等地的项目,对此,今年 3 月份业绩会上,中渝置地方面表示,过去一年接二连三的资产出售已经让中渝置地在产生合共约 144 亿港元的现金流入。
(来源:证券时报网)