

●光线电视的最后一次机会

●专车去哪接驾?

●不靠谱投资方式哪家强?

每周出版的商业新闻杂志

# CBNweekly

## 第一财经周刊

2015.01.19 (逢周一出版)  
2015年第3期 (总第338期)  
人民币定价 RMB 12元  
港币定价 HKD 30元



创新者  
用户

Geek  
用户

迷茫期

早期用户

后期大众

落后用户

### 那些在CES上 你没有看到的事

我们对新技术的狂热是不是有点过了头?  
那些卡在小众市场止步不前的技术,  
到底遇到了什么问题?

中国邮政发行业务报刊

第一财经·出品

ISSN 1674-2168





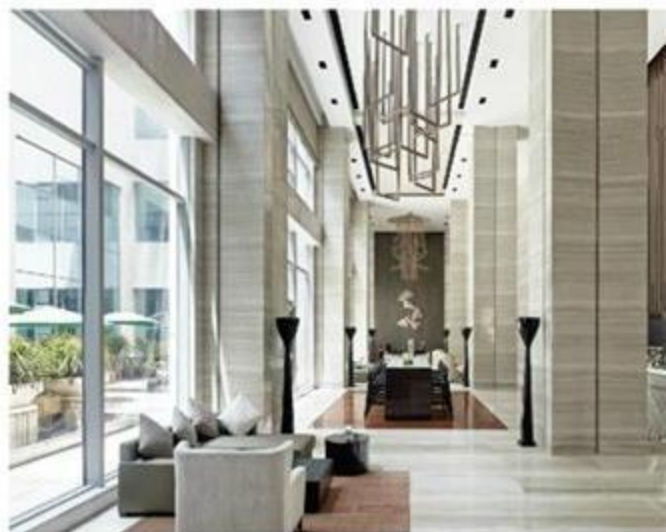




LANGHAM PLACE

XIAMEN

高情杂志网原创  
www.gqzzw.com



## 厦门朗豪酒店 春季会议包价

坐落于城中新兴的商务与休闲商圈，朗豪酒店配备327间宽敞客房、5间特色餐厅、9个会议及宴会场所、设备齐全的健身中心，及「川」身+心水疗中心。

仅需700元净价，享受春季会议包价及多项礼遇：

- 入住智客房一晚
- 每次入住可免费升级1间客房至行政楼层
- 会议期间，每次入住达30个房晚即赠送双人“朗豪下午茶”一份，或每次入住达100个房晚即赠送双人60分钟水疗疗程一份
- 双倍takethelead会员奖励计划积分
- 每次入住达30房晚即赠送1间免费智客房

### 条款与细则

- 本礼遇需于2015年1月1日及3月30日期间预订，入住期限由2015年1月1日至6月30日。
  - 上述价格已包含15%服务费。
  - 本礼遇适用于30间以上付费房间。
  - 本礼遇视客房预订情况而定，并需提前预订。
- 本礼遇不得转让，不得兑换现金，亦不可与其它促销同时使用。
  - 水疗服务需提前预订。
- 如遇争议，厦门朗豪酒店保留取消或修改本促销的权利，且无需提前通知。

电话：(86) 592 602 9999 转 宴会销售部

厦门朗豪酒店

中国福建省厦门市仙岳路4668号 邮编 361009 电话(86) 592 602 9999 传真(86) 592 236 6277  
LPXIA.INFO@LANGHAMHOTELS.COM XIAMEN.LANGHAMPLACEHOTELS.COM

takethelead

朗廷酒店集团 你的会议策划专家



# In 2015

## CBNweekly 第一财经周刊



¥12/期 × 期50/年 = ~~¥600~~

涨价不是我们的风格  
订阅全年还是  
还有一报、一书、一刊、一车跟你走

订阅全年《第一财经周刊》还可同时获赠以下精美礼物



2015年  
《第一财经日报》电子版  
¥108



《移民就那么简单》  
¥15



2015年  
《汽车族》  
¥240



精美遥控跑车车模一辆  
¥165

- 活动截止日期2015年1月31日
- 此活动和赠阅时尚期刊活动不得同时参加，只能任选其一
- 邮局订阅均不参与此次活动
- 活动面向全国读者，港澳台读者不包邮
- 《第一财经日报》电子版有效期是2015年1月1日-2015年12月31日，如果在2014年12月31日之后订阅《第一财经周刊》全年的读者，获赠的《第一财经日报》电子版有效期也是截止2015年12月31日，不顺延

全国订阅咨询电话：400 811 0021

第一财经杂志中心官方订阅淘宝店铺：<http://shop59644566.taobao.com>

发行投诉短信平台：18210358978（请短信告知您所在城市、收件人姓名及投诉内容）

发行客服QQ：2667408148 工作时间段：周一至周五，早九点至晚五点

北京市区上门收订 电话 400 811 0021

上海市区上门收订 电话 400 811 0021

广州市区上门收订 电话 020-22198901

深圳市区上门收订 电话 0755-83265916



## Prose

### 欧洲的“伊斯兰恐惧症”

现在，反伊斯兰情绪开始在欧洲出现。

1月7日，一伙自称“基地组织”的武装人员闯入《查理周刊》巴黎总部开枪射击，造成12人死亡，4人重伤。3天后，嫌疑犯中的两人现身，并被警方击毙于巴黎东北部印刷厂。

1月8日凌晨，嫌疑犯的身份被公布，其中两人是一对兄弟，姓库阿奇，出生于巴黎第十区，说一口流利的法语。令人介意的是，他们的祖籍是伊斯兰国家阿尔及利亚。随着他们身份的曝光，欧洲与伊斯兰世界的矛盾也开始逐渐激化。

奥朗德发表公开讲话申明了“恐怖袭击嫌疑犯与伊斯兰教没有任何关系”，多个伊斯兰国家与组织也一同谴责巴黎袭击，强调暴行与信仰无关。但报复显然已经发生了。从1月7日晚到1月8日凌晨，法国多地发生伊斯兰宗教场所或其附近地区遭袭事件。一位从阿尔及利亚移居巴黎50余年的女士表示：“现在出门都觉得害怕，我感觉法国已经不再是从前的法国了。”

就在1月11日巴黎举行反恐大游行后不久，数以万计的德国人集会于东部城市德累斯顿，反对“西方国家伊斯兰化”。德国是欧洲拥有伊斯兰人口第二多的国家，约为400万人。德国《亮点》杂志2015年1月1日发表的一项民意调查显示，有13%的德国人考虑过“反伊斯兰化”游行，29%认为伊斯兰教确实对德国人的生活造成影响。《查理周刊》的袭击事件进一步加深了这种矛盾。

1月13日新一期的《查理周刊》在浩劫之后如期上架了。在这期名为“幸存者号”的特刊中，伊斯兰教先知穆罕穆德再次站上封面。但这一次，针对《查理周刊》不再讽刺。穆罕穆德的眼角被画上了一滴眼泪，他手中举着“我是查理”的标语，头上还写着一行字：“宽恕一切”。但显然伤痛和愤怒都不会这么快过去。







**Frau Merkel  
hier ist das Volk!**









### Lives 国际滑稽大游行

2015年1月7日，在捷克布尔诺举办了一年一度的国际滑稽大游行日 (International Silly Walk Day)。活动当天，大约50人西装笔挺，模仿1970年代著名英国喜剧组合蒙提·派森，参加了这次街头行走活动。你很容易就能在街上认出他们。整个大行走队伍全都穿着笔挺的西装，头戴礼帽手提公文包，表情淡定地迈着夸张怪异的大跨步。

滑稽大游行日是对英国6人喜剧团体蒙提·派森的纪念。他们尤其善于用荒诞不经和超然的方式来挑战和表现各种社会禁忌、规章、权威、不合理现状和刻板印象，影响力不亚于披头士乐队对音乐的影响。他们在1970年代首创了无厘头类型的搞笑。直到如今，很多好莱坞的喜剧段子都有其作品中的影子。

### Lives at a Glance

**Don Williams巡回演唱会** / 2015年1月14日—2015年2月26日 / 美国塔斯卡卢萨Bama剧院、托皮卡表演艺术中心 / Don Williams是美国著名的乡村歌手，2010年入驻乡村音乐名人堂。他擅长以刚毅的男声唱出温柔关切之情。听他的音乐，就好像是在听一个老朋友叙说心事。

**波兰维斯塔弦乐四重奏** / 2015年1月30日—2015年2月6日 / 成都锦城艺术宫、常州凤凰谷大剧院等 / 维斯塔弦乐四重奏是波兰顶级室内乐团之一，其热衷于表演19世纪和20世纪的沙龙音乐，保留曲目包括一系列由海顿、莫扎特、贝多芬、舒伯特、德沃夏克、鲍罗丁和希曼诺夫斯基所作的弦乐四重奏精品。

**为什么不留下来吃早餐** / 2015年1月9日—2015年1月31日 / 昆明市工人文化宫 / 《为什么不留下来吃早餐》出自英国喜剧大师雷·库内之手。一个脾气火爆的未婚准妈妈闯入一个“老古董”的中年男人家里，上演了一出宝宝接生记。本不会相遇的两个人因为宝宝的降临，莫名其妙地过起了吵吵闹闹的同居生活。





## Exhibition

### 一起去体验太空飞行

2014年12月1日到2015年2月1日，“美国航空航天局——人类的探险”太空展览活动在泰国曼谷尚泰Ladprao商场举行。美国第10位登上月球的太空人察尔斯·M·杜克特意前往泰国参与了展览的开幕仪式。

该展览展示350件年代久远的航天神器及技术设备，包括航空员的太空服、太空食品、亚特兰大号航天飞机的操控板、太空器用降落伞、航空员抗压力训练器等，有不少都是曾经在空间站中使用过的实物。此外，现场还展出了仿真度极高的演练模型。参观者除了能近距离参观航空技术的发展，还能参与模拟太空飞行，体验一把失重的感觉。

对于主办方来说，这次展览的目的很简单，就是通过体验航空技术，使当地的人们产生探索宇宙的兴趣，而这或许就是培养未来科学家的起点。

## Exhibition at a Glance

冷暖天涯：伊拉克和阿富汗士兵故事 / 2015年1月5日—2015年3月29日 / 美国加利福尼亚棕榈泉艺术博物馆 / 此次展览是艺术家珍妮弗·考劳伊的个人摄影作品展。她根据美国退伍军人在伊拉克和阿富汗的战争经历制作了一系列照片，她的图像通过戏剧性的肖像捕捉到了反叛乱战争造成的状况，揭示了战争记忆和平民日常生活碰撞的心理体验，而每张照片附带的文本都是从士兵们自己的言语中直接选取的。

风俗画中的欧洲绘画真髓 / 2015年2月21日—2015年6月1日 / 东京国立新美术馆 / 此次展览



## Commonweal

### 把高速公路盖起来造花园

德国汉堡的A7公路刚刚建成时,曾将整个城市一分为二。不过最近,被高速公路分隔两边的居民们又重新连接到了一起,而这全都归功于汉堡市政府的高速公路改造计划。再过不久,将有3座公园覆盖在这条高速公路上。

A7是德国最长也是最繁忙的一条高速公路。随着交通越来越繁忙,噪音越来越大并远远超过国际噪音污染法规所制定的标准,当地政府意识到必须采取些措施了。简单地造隔离墙已经远远不够了,所以它们决定干脆将这条高速公路都覆盖起来,真正还周边居民以清静。

而在一段覆盖的区块上,当地政府将建起公园,种上草坪、树林,铺设自行车道。总的来说,高速公路的覆盖长度将超过3公里,创造的绿色空间将达到60亩。

汉堡城市发展和环境部负责人Reinhard Schier说,这个项目将从2015年开始动工,2022年竣工。届时不仅高速公路周围的环境将变得鸟语花香,城市居住面积也将大大扩展,会有更多的人愿意居住到高速公路周边。

## Commonweal at a Glance

**澳洲新型太阳能电池转换效率达40%** / 最近,澳大利亚开发了一种新的太阳能系统,可将大约40%多的太阳能转化为电能。这项新纪录让太阳能的未来变得更加光明。这项技术是新南威尔士大学Martin Green教授带领团队的研究成果,他们用市售普通太阳能电池结合光学滤波器,捕捉太阳能电池不能捕捉的波长的光。这种做法很好地降低了系统维护成本。

**多吃红肉易患癌之谜被破解** / 美国加利福尼亚大学圣迭戈分校研究人员日前在《国家科学院学报》上称,他们可能破解了多吃红肉增加患癌风险之谜,问题的关键或许是名为Neu5Ge的糖类分子。报告说,多数食肉动物自身会产生这种分子,但人类不会。因此,人类食用红肉后会把其中的Neu5Ge分子当成外来分子,从而产生对应的免疫反应,不断产生抗体并导致炎症,而炎症会促进肿瘤的形成。

览从卢浮宫选了80多件维米尔、伦勃朗、提香等大师的杰作,试图以风俗画为切入口,向人们展示欧洲绘画的精髓。描绘人们日常生活的风俗画是画家综合艺术才能的体现,画中人物与众不同的形象和个性,人物周围的环境道具摆设,都是对画家水平的考验。

**索尼娅·德劳内:抽象的颜色** / 2015年1月6日—2015年2月22日 / 巴黎现代美术馆 / 这是索尼娅·德劳内自1967年以来在巴黎的第一次回顾展,整场展览会展出超过400幅作品,包括绘画、墙饰、水粉画、版画、时装和纺织品等德劳内的应用艺术作品,突出她在欧洲先锋派运动中的独特地位和作为一个开拓性的理想主义者的重要作用。







## Speeches at a Glance

如今,如果不把国家主导的网络攻击行为纳入其中,根本无法形成完整的预测。

——《连线》杂志网络版近日在根据最新趋势对2015年网络安全行业面临的重大安全威胁进行预测和盘点时表示。

市场表面是开放的,但由于国际巨头先入为主的优势,后发的国产芯片想推广仍然困难重重。

——从2015年起中国将逐步以金融IC卡替代磁条银行卡,但目前荷兰恩智浦公司占据中国金融IC芯片市场超过95%的份额。对此,中国银联一位不愿意透露姓名的工作人员在接受《经济参考报》采访时表示。

很多曾经对技术痴迷的人正在“拥抱”能够让他们远离互联网的静修活动,用冥想或者榨汁取代上网。一种反技术趋势已经出现。

——伦敦通讯机构Hotwire做出预测,称2015年将成为“反技术年”,人们将开始抛弃电子设备、社交网站,转而追求简单的生活。

我在公司一再告诉大家,千万不要去碰京东。别到时候自己死了赖上我们。

——在最新发布、由方兴东与刘伟合著的《阿里巴巴正传》一书中,马云如此谈京东。对此,京东发表《我们会做好自己,时间将证明一切》一文回应:“让你如此操心,使我泪流如注。”

我们所做的一切,未来都会被超越。

——2015年是摩尔定律发布50周年。本届CES上,提出“摩尔定律”的英特尔创始人、86岁的戈登·摩尔通过VCR进行了发言,称如今技术领域发生的一切都是此前他无法预料的。

## Speech

### 物联网不再是白日梦

1月5日,三星电子总裁兼CEO尹富根在CES 2015上发表主题演讲,号召业界更大的开放性与更广泛的合作,从而开启物联网的无限可能。

“物联网拥有改变我们社会、经济和生活方式的潜力。我深知没有哪个单独的公司或行业能够提供物联网所带来的好处。为了建设物联网领域,我们要看到物联网在各个行业的潜力。我们只有团结一致才能改善人们的生活。

“在物联网时代,传感器芯片变得更加先进和精确,所有基于物联网的设备都能够通过传感器芯片来侦测信息。增加物联网生态系统设备以及使其运转的组件是实现物联网的第一步。

“物联网不再是白日梦,物联网的发展已如同箭在弦上。这是因为已经有许多消费者产品准备或已经加入到物联网之中。对于物联网来说机遇和利益都不可小觑,不过挑战和困难也同样存在。我们需要一个开放的平台,并且要在整个行业内展开合作。”





汤唯



**RADO**

SWITZERLAND

瑞士雷达表『皓星』系列  
一生一世限量版

白色高科技陶瓷  
永恒之爱 汤唯倾情演绎  
全球限量发售1314枚

RADO瑞士雷达表办事处：北京 010-5763 3129 上海 021-2412 5313 沈阳 024-2358 9855 广州 020-6660 4106





## The Who 乔治·克鲁尼

2015年1月12日，第72届金球奖颁奖典礼上，乔治·克鲁尼被授予终身成就奖。乔治·克鲁尼现年54岁，曾以《晚安，祝你好运》《选战风云》等电影多次获得奥斯卡。获奖之后，他还不忘调侃最近发生的索尼影业遭黑客攻击事件。他说：“来到这里我也很开心，能和一些老朋友碰头。2014年似乎所有人都被黑客黑了。有意思的是，之前大家都人模人样出现在红毯上。”



### 比尔·盖茨

2015年1月5日，比尔·盖茨在个人博客中公布了一段视频并引来热议。视频中，他饮用了经由污水处理机Omniprocessor处理过的水，并说“水的味道和平时喝的瓶装水的味道一样。我很乐意每天饮用。”随后，他表示这款装置即将在非洲国家塞内加尔投入试运行。



### 理查德·林克莱特

在2015年1月12日所举行的第72届金球奖颁奖典礼上，导演理查德·林克莱特凭借《少年时代》一片获得了最佳导演大奖。与此同时，《少年时代》还获得了最佳影片和最佳女配角两项大奖。《少年时代》讲述的是一个男孩从6岁到18岁的成长历程，花了12年的时间才拍摄完成。



### 何振梁

2015年1月4日，中国奥委会名誉主席何振梁因病去世，享年86岁。何振梁曾在1993年和2001年两次参加北京奥运会申办，是北京申奥由失败到成功的标志性人物。对于他的离世，国际奥委会主席托马斯·巴赫1月8日表示：“奥林匹克运动失去了一位最热情的大使。”

## Top-list

### 2014年十大发明

2015年伊始，各大媒体都在发布诸如2015十大趋势等等的预测，而《时代》杂志发布了一篇关于总结最好的2014的文章。在《时代》看来，正是这10件在2014年出现的发明，让世界变得更好、更智慧，从某种意义上讲，也更有趣。

**01.滑行者** 自1989年小说《回到未来II》出版以来，滑板悬浮就成为了人类的梦想。现在加利福尼亚的技术企业Hendo把它造出来了。

**02.超级智能航空器** 9月24日，印度人的火星飞船进入火星轨道，工艺成本仅7400万美元，是首个一次尝试成功的国家。

**03.核聚变反应堆** 10月，洛克希德·马丁公司成功使聚变反应堆小到放在卡车里，这极有可能使全球能源产生巨大变化。

**04.无线电源** WiTricity公司将无线电源在丰田电动车和英特尔电脑上测试。10年内，房间内的家电都可以用上无线电源。

**05.3D打印机** 一台机器可以制造任何东西，3D打印机让这件听起来像科幻小说里发生的事实现了。

**06.手表重新定义了智能** 2014年，苹果宣布Apple Watch即将问世，它除了能显示时间，还可以发送消息，GPS定位和进行无线支付。

**07.注重隐私的智能手机** Blackphone认为手机隐私高于一切，这款手机开发的安卓系统使数据能如日历般同步，保护脆弱的数据。

**08.Coolnest** 这款冷藏箱可谓派对神器。除了能用来存放食物和饮料，它还具有LED灯、USB充电器和蓝牙扩音器等功能。

**09.lumolift** 人们腰酸背痛的原因就是忘记了休息。这个简单的提醒装置可以分析用户的身体状态，通过震动发出提醒。

**10.让电动车同样受欢迎的汽车** 宝马i3，颠覆了人们对电动车速度慢的印象，极速可达150千米/小时。





## 新一年惠更好 梅赛德斯-奔驰售后服务新价格

**修养之道 一脉相承**  
My Service

服务的真正价值，就在于让您付出更少，却能得到更多。

2015年1月1日起，梅赛德斯-奔驰售后服务以优化的原厂配件价格全面提升服务体验，助您更好地控制爱车养护成本，惠享安心。同时，先进的诊断设备、原厂配件、标准化服务流程，以及比肩全球技能大师水平的认证服务人员，也将保障您的爱车时刻处于最佳状态。更有季节性检测、车主讲堂等用心服务，让您安然畅享无忧之旅。

开年之际，梅赛德斯-奔驰诚挚祝福：新一年惠更好！

注：以上提及价格均为厂商建议零售价，具体零售价格请咨询当地授权经销商。



Mercedes-Benz





## Media

### 1.《经济学人》2015.01.10

#### 讽刺致死

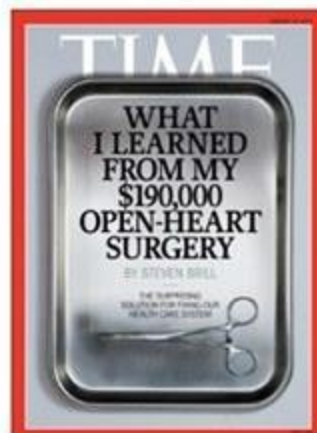
最新一期法国讽刺漫画杂志《查理周刊》头版刊登了米歇尔·维勒贝克的一部有关法国和欧盟伊斯兰化的想象小说。出版当天，蒙面的持枪暴徒闯入了《查理周刊》的办公大楼，枪杀12个人，多人受伤，酿成了半个世纪以来法国最严重的恐怖事件。

该杂志社成为袭击目标，是因为它崇尚并推动了冒犯他者的权利，特别是针对穆斯林的冒犯。这种动机引发了两大问题。其一是关于言论自由，报社的批评讽刺是否应该有所节制？答案明显是否定的。其二是有关穆斯林式的欧洲，这样的事件是否可被定性为西方民主和极端伊斯兰之间的文明冲突？同样，答案也是否定的。

认为伊斯兰恐怖主义是单一持续的历史倒退是具有误导性和危险性的错误认识。不同群体都有着不同的背景和目标，西方的穆斯林大流散也发源于不同国家和文化。正如法国很多主流伊玛目在事后很快声明的那样，大部分穆斯林不是极端分子，支持暴力的少之又少。

当然，恐怖分子经常迫切地向人们证明，西方确实在排斥所有穆斯林。

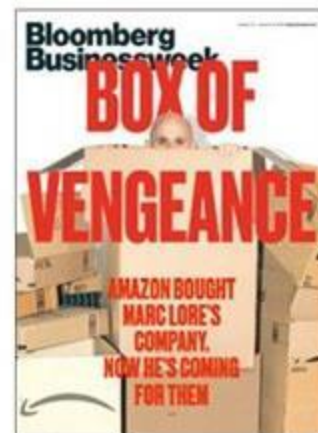
把这样的嗜血猎手看做是一个宗教的代表，片面地将整个群体简化成他们所期待的形象，这无疑是对他们犯罪行为的褒奖，这就犹如：限制言论自由的原则，必将导致我们屈从于恐怖分子们中世纪的幻想。



### 2.《时代》2015.01.19

#### “医保苦药”作者谈美国医保问题

2013年，斯蒂文·布里尔为《时代》撰写了一篇有关美国医疗费用高居不下的特别报道。他随后将自己对于奥巴马医改提出背景以及改革优劣分析的报道结集成书，并于2015年1月5日出版。书中作者描述了自己就医的痛苦经历，手术医疗费用高达19万美元。据其介绍，美国2014年医保账单达3万亿美元，比位列其后的10个国家的总和还多。但这种巨资投入却没有带来更好的结果。在美国的体系中，有150万人供职于医疗保险产业，而实际上真正执业的医生数量却不到一半。讽刺的是，技术非但没有降低医疗成本，反而使之不断水涨船高。



### 3.《彭博商业周刊》2015.01.12

#### 亚马逊昔日对头卷土重来

最近在美国新泽西成立了一家名为Jet.com的网络零售初创企业。Jet是Quidsi创始人马克·洛尔的又一“力作”。此前Quidsi旗下流行网站Diapers.com曾与亚马逊打了几年价格大战，最终于2010年不敌亚马逊的重压，以5.5亿美元的价格被其收购。洛尔曾为亚马逊效力了两年多，如今他准备反戈一击，重塑批发贸易市场。在90天免费试用期后，Jet客户须支付49.99美元的年费以享受优惠业务，洛尔称这笔年费可以让客户得到比其他网购网站还低10%到15%的折扣。投资人士分析，如果洛尔选择正确的话，Jet将比Quidsi做得更大。



### 4.《明镜》2015.01.05

#### 中国推动亚太自贸区进程

2014年11月的APEC会议标志着亚太自贸区进程的正式启动。这释放出一个明确信号：中国欲赢得全球经济主导权，并有信心在未来的全球贸易领域与美欧日同台竞争。目前，美国正加快与亚太国家签订跨太平洋伙伴关系协定（TPP），中国未被邀请参与。美希望藉此与伙伴国家率先制定包括知识产权保护在内的贸易规则和标准，在中国真正崛起前形成美日对亚太地区贸易的主导局面。德国相关人士担心，随着中国市场的逐步放开，德国长期以来作为中国经济腾飞最大受益国的格局将被打破。一旦美亚比欧洲更先达成一致，欧洲恐将被动接受游戏规则。



### 5.《新闻周刊》2015.01.16

#### 华莱士涌动的才华

2008年9月14日，大卫·福斯特·华莱士在忍受了多年的抑郁症之后自缢于自家车库。后来在这间车库里，他的妻子找到了一部未成形的小说的零星章节，经小布朗图书公司编辑皮奇修订，这部小说《惨白的国王》得以出版。这可以称得上是华莱士最好的小说。自该书出版后，华莱士的资产管理人与皮奇接着又出版了好几本华莱士的作品，多为其哲学方面的思考。刚出版的《大卫·福斯特·华莱士读本》是一本集合了其虚构与非虚构作品以及教学素材的选集，由24位编辑选出。华莱士的死无可挽回，但皮奇努力让他的作品不被世人遗忘。

——编译 金丹、周佳蕾





## 惠聚关爱，安心回家 梅赛德斯-奔驰新春检测活动

**「修」之道 一脉相承**  
My Service

其实关爱您的人，不只在家里。

2015年1月17日至2月15日，梅赛德斯-奔驰售后服务惠聚无限关爱，为您爱车奉上15项安全免费检测、精选羊年好礼以及汽车养护新春礼盒，确保您在回家的旅途中安然无忧。同时，3年以上车主更可获赠为期3个月的免费24小时道路救援服务，畅享安心旅程。

新春之际，梅赛德斯-奔驰一路关爱：伴您安心回家！



Mercedes-Benz



## 技术本善

李海

editor@yicai.com

如果你像我们的记者一样在CES上游走于3600个大小参展商之间,经受了无数新产品发布的轰炸,并把它们的自High与实际市场表现相对照,你会发现猎奇心最终被失望所替代。



人人都知道爱迪生发明了灯泡,却可能不太认识一个叫做斯旺的英国物理学家。

事实上,他跟爱迪生同期实现了这个伟大的发明,甚至,从技术上看,他的发明要更好。但爱迪生向市场提供的不仅仅是技术本身,而是带动了一个产业,比如专门为电力公司的使用而设计,提前安排好了融资、销售系统,就连供电给电灯泡客户的界限专利也准备好了。假如更进一步去看,他还很好地把握了创新的时机:有些人早于他10年就开始研究灯泡了,而他则一直等到与之相配套的电力产业发展完善,也就是说,形成了迫切的需求。

这个时代,有谁不爱技术吗?它们看上去又酷又炫,也跟时尚走得越来越近。或者,换个问法,还有谁能摆脱技术狂热的轰炸吗?显然,比起600年前甚至更早以前,我们身边的技术就像信息本身一样,出现了过剩的趋势。假如你读过布莱恩·阿瑟写作的《技术的本质》,大概会知道,技术向来是从已有的技术组合里诞生的,当这个基数无比之大,这解释了一种级数增长的根源。

CES大概是每年集中观察技术趋势的一个场所。今年,我们派出了两名记者。而本期的封面故事则试图从商业的角度,去梳理一些大红大紫的技术趋势,看看它们背后的公司和产业为什么让人感到失望,没能像创业者、风投家和媒体们声称的那样成功。其中比较典型的一个例子可能就是Google Glass,我们的记者发现它在今年的CES上基本绝迹了,而去年到处都有戴着它晃悠的人群。另一个被严重高估的领域可能是可穿戴物品……

刨除一些还在实验室内的技术,当一个公司对一项技术下注,调动各种资源、投入营销费用,并正式把它推向市场,这个公司就不能学斯旺而是要做爱迪生。就像阿瑟提到的,绝大多数技术创造的利基市场不是基于人类的需求,而是来自技术本身。这导致了如Google和索尼这样的伟大创新者也会在最表浅的问题上犯错。

当我们沿着杰弗里·摩尔的视角去看一个技术或产业的生命周期,会发现很多新技术不管看上去有多么酷炫,都因无法迈进一个主流市场而夭折。在早期的Geek用户和主流客户群中间,存在着一个巨大的鸿沟,很多公司都无法跨过,“原因就是它们没能及时发现,至少是清楚地表明自己的产品具备哪些强大的应用功能,可以对顾客的利益带来明显的改善。”基于这一点,德鲁克也早就告诫企业家们不要对未来进行创新,并且,他认为,那些如上述一般跨越不了鸿沟的公司根本还谈不上创新,充其量是有一个聪明的Idea。

新技术最终被市场接受需要走过很多道坎,其成功也弥足珍贵,但是,破旧立新还会引起旧势力的阻挠,因为新技术通常会改变整个产业的价格体系和链条。眼下最典型的例子可能就是本期快公司里写到的专车遇阻,行政力量的干预属于其中最恶的一种。但假如施以一种更长远的眼光去看,这些做法都是徒劳,管理者需要更仁慈、更有智慧一点。■





*Season's Greetings*



天梭豪致系列自动上弦腕表

搭载机械动力80机芯，经瑞士官方天文台表检测机构COSC认证，动力存储可达80小时，316L精钢表壳，表盘上镶有优质威塞尔顿钻石创新，源于传统

TISSOT.CH

**TISSOT**

LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

产品咨询电话：北京 (010) 5763 3189 上海 (021) 2412 5114 广州 (020) 6660 4092 沈阳 (024) 2358 9833  
售后服务热线：400-670-1853 天梭未授权任何网上销售，购买时请到天梭官方授权零售商店

高清杂志网 WWW.GQZZW.COM 国内杂志 实时更新 热门期刊 免费下载





## 44 | Giant 大公司特写

### 佳兆业的“黑蝴蝶”

这家历经多次市场调控仍保持领先优势的上市房企,却在市场变好时陷入了困境。

What's Up 3  
Pause 4  
Lives 7  
Exhibition 8  
Commonweal 9  
Speech 10  
The Who / Top-list 12  
Media 14  
编读往来 24  
全球商业报道 74  
照亮绿色节能新城市 / Diane Cardwell  
意大利遭遇橄榄灾荒年 / Elisabetta Povoledo

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com

#### Giant 大公司

##### 48 / 新闻 / TCL买Palm, 值吗?

在手机红利时代的尾声, 不再风光的Palm还剩下多少品牌价值可供TCL挖掘, 是个未知数。

##### 49 / 新闻 / 李嘉诚继续腾挪

##### 50 / 新闻 / Jeep不确定的下一步

##### 51 / 新闻 / 渣打裁员求变

##### 52 / 技术 / 万能计算

Wolfram Alpha搜索引擎并不能取代Google, 但它却可能衍生出一些新的商业模式。

#### Fast 快公司

##### 56 / 新闻 / 专车博弈

在颠覆传统出租车行业的过程中, 互联网用车服务总会遭遇政府和传统行业带来的问题, 这一次博弈发生在了中国。

##### 60 / 快公司 / 将超市搬上门

社区001和线下商超合作, 让用户下单后1小时就能够收到送货上门的商品。虽然做的事情像是电商, 但它们看上的是房地产的后服务市场。

##### 64 / 创业 / 找课上, 还要找朋友

从工具类型的产品出发, 课程格子希望能成为大学校园里的社交网络。

#### Star 炫公司

##### 66 / 炫公司

##### 光线电视还有机会么?

曾经的中国电视业创新者错过了这一轮变革, 它能借一档新节目改变失落的命运么?

##### 72 / 新闻

##### 《查理周刊》和挣扎的法国媒体业

这本诞生于1970年的法国杂志早已渐渐失去它的读者, 更大范围的法国媒体业也在遭遇明显挑战。





**网购立减乐**  
淘宝网、天猫满额最高立减**20元**  
大麦网、聚橙网  
购票满300元减**100元**  
最高可享**200元**免单



### 农行信用卡乐享周六再升级, 网购惊喜享不断!

- 每周四、六, 在淘宝(含天猫)商户全场单笔消费满一定金额, 使用支付宝快捷支付(含快捷分期)即可享最高立减**20元**优惠。
- 在大麦网、聚橙网购票, 使用农行银联信用卡在“银联在线支付”完成支付, 每单满300元立减**100元**; 使用漂亮的妈妈信用卡在“银联在线支付”完成支付, 最高可享**免单200元**。



**至诚相伴**  
Accompany You With Sincerity

农行【信用卡】



即刻关注  
农行信用卡  
官方微信/微博

www.abchina.com“信用卡”频道 客户服务热线 40066-95599, 021-61195599



**中国农业银行**

AGRICULTURAL BANK OF CHINA



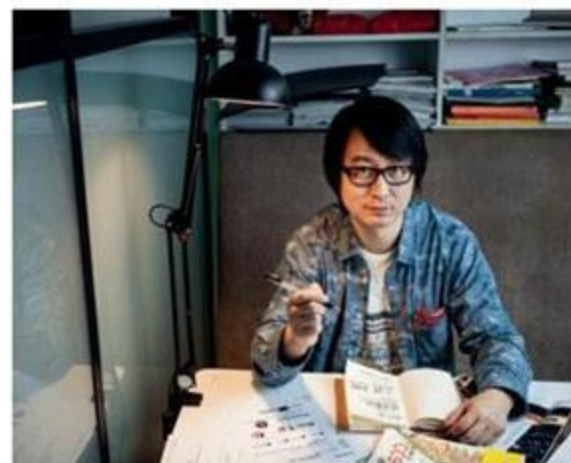


## 28 | Cover Story 封面故事

# 看不见的CES

我们对新技术的狂热是不是有些过头? CES上那些我们没有看到的和感到失望的部分,也许能给人以更多商业上的启发。

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



## CBN 商业评论 商业就是这样

77-84

### 78 / 商业就是这样

新能源汽车技术专利为何不值钱? / 董晓常

79 / 汽车观察 / 汽车公司跟上摩尔定律 / 李博

80 / 对话

奢侈品也得接地气 / Stefano Canali

不被低迷市场打败 / Eberhard Wedekind

82 / 报告

中国的金融消费者,是一群什么样的人?

84 / 酷生意

运气垂青勇敢的创业者 / Richard Branson

### Points 观点

16 / 编者的话 / 技术本善 / 李洋

26 / 宏观 / 市场绝不会被工具杀死 / 崔鹏

27 / 全球 / 总统与经济 / Paul Krugman

### Personal Business & Life Style [kù] 个人商业&生活方式

86 / 富大人话题

和新贵吃饭却并未大受刺激 / 富大人

88 / 理财专栏 / 不靠谱投资方式哪家强 / 崔鹏

92 / 公司人 / 跟着行业的变化走

94 / 职场 / 年终总结怎么写?

98 / 话题 / 范冰冰的脖子下面到底是什么?

102 / 读书笔记 / 索尼的早年历史

104 / 十问

陈正道: 任何人做事都是自我实现

封二-P1 厦门朗豪酒店  
P11 雷达表  
P13/P15 梅赛德斯-奔驰售后服务  
P17 天梭  
P19 中国农业银行  
P21 UPS

P33 美度表  
P41 全日空 (ANA)  
P54-P55 正谷  
P63 上海报业集团  
P87 兆讯传媒  
封底 OMEGA





Copyright © 2015 United Parcel Service of America, Inc.



高清杂志网  
www.gqzzw.com

MADE in CHINA 2.0  
优强中国造

## 高科技产品要快人一步， 是失商机还是占先机？

高科技行业，产品更替迅速，先机就是一切，安全决定成败。

UPS为高科技产品定制**领先物流**，

强在完善的服务网络确保货件次日\*即达世界主要市场；

更有精密包装和先进科技，全程为高科技产品保驾护航。

您的客户赢得头筹，您自能占领商机，决胜千里。



UPS助力高科技行业，成就“优强中国造”  
欢迎您了解更多行业方案 [ups.com/mic/hightech](http://ups.com/mic/hightech)  
或关注官方微信

\*需符合UPS相关条件与条款，详见[ups.com/cn](http://ups.com/cn)



## CBNweekly 第一财经周刊

主管/主办 Published by  
上海广播电视台  
上海文化广播影视集团有限公司

出品 Produced by  
上海第一财经传媒有限公司

出版单位 Created by  
《第一财经周刊》编辑部

发行人 Publisher  
黎瑞刚 Li Ruigang

出版人 Producer  
周峻 Zhou Jun

执行总编辑 Executive Editor  
李洋 Li Yang (liyanyang1@yicai.com)

副总编辑 Deputy Chief Editor  
赵嘉 Zhao Jia  
崔鹏 Cui Peng

助理总编辑  
Associate Chief Editor  
徐涛 Xu Tao  
高宇雷 Gao Yulei

视觉中心总监 Creative Director  
戴喆骏 Dai Zhejun

新媒体总监 New Media Director  
刘春 Liu Chun

第一财经传媒有限公司  
China Business Network Co., Ltd.  
总经理 General Manager  
周峻 Zhou Jun

杂志制作中心  
Magazine Production Centre  
总监/广告总经理  
Director/Advertising General Manager  
张勇 Zhang Yong

副总监/新媒体总经理  
Deputy Director / New Media  
General Manager  
刘春 Liu Chun

发行总经理  
Distribution General Manager  
陈东皓 Chen Donghao

助理总监/市场总经理  
Assistant Director /  
Marketing General Manager  
张海珍 Zhang Haizhen

### 采编 Editorial

上海新闻中心主任  
Chief Director of Shanghai office  
陈锐 Chen Rui

大公司主编 Editor  
赵嘉 Zhao Jia

快公司主编 Editor  
董晓常 Dong Xiaochang  
高宇雷 Gao Yulei

炫公司主编 Editor  
张晶 Zhang Jing  
(zhangjing1@yicai.com)

ikú 个人商业及生活方式主编 Editor  
陈锐 Chen Rui  
符淑淑 Fu Shushu  
(fushushu@yicai.com)

CBN商业评论主编 Editor  
高宇雷 Gao Yulei

编辑 Assistant Editor  
刘心力 Liu Xinli (报告、专栏、对话)  
许诗雨 Xu Shiyu (Business+)  
孟佳丽 Meng Jiali (职场、公司人)  
倪妮 Ni Ni (大公司新闻、技术、环境)

主笔 Senior Writer  
李潮文 Li Chaowen  
林仲曼 Lin Zhongmin  
杨轩 Yang Xuan  
刘获 Liu Di  
李博 Li Bo  
宋宝 Zhu Bao

北京记者 Reporter Beijing  
沈从乐 Shen Congle  
姜晓晶 Lou Xiaojing  
唐晓霞 Tang Wanxia  
叶雨晨 Ye Yuchen  
吴杨盈莹 Wu Yangyinghui  
牙韩翔 Ya Hanxiang  
方婷 Fang Ting  
张睿 Zhang Rui

上海记者 Reporter Shanghai  
何丹丹 He Dandan  
郭苏妍 Guo Suyan  
吴洋洋 Wu Yangyang  
林若茹 Lin Ruoru  
肖文杰 Xiao Wenjie  
卢隽婷 Lu Juntong  
李嘉文 Li Jiawen

广东记者 Reporter Guangdong  
张鑫 Zhang Xin  
华薇薇 Hua Weiwei

海外 Oversea correspondent  
徐涛 Xu Tao (硅谷)  
李善慧 Li Ronghui (硅谷记者)  
张晶 Zhang Jing (纽约)  
赵慧 Zhao Hui (东京主笔)  
姚芳沁 Yao Fangqin (伦敦记者)

专栏作家 Columnist  
Richard Branson  
Phil Libin  
吴晓波 Wu Xiaobo  
李翔 Li Xiang

实习记者 Intern  
顾加敏子 Gu Jiaminzi  
王水 Wang Shui  
刘影 Liu Ying

采编部行政主任 Editorial Operating  
徐如 Xu Ru  
流程编辑 Process Editor  
李黎 Li Li  
编务 Assistant  
于扬 Yu Yang  
校对 Proof Reader  
李超光 Li Qiguang  
俞培娟 Yu Peijuan  
朱妮 Zhu Ni



总监 Creative Director  
戴喆骏 Dai Zhejun

设计总监 Design Director  
王方宏 Wang Fanghong

资深美术编辑 Senior Art Editor  
徐春萌 Xu Chunmeng

平面设计 Graphic Designer  
项凯 Xiang Kai

美术编辑 Art Editor  
陈干 Chen Qian  
景毅 Jing Yi  
蒋亦哲 Jiang Yizhe

图片编辑 Photo Editor  
马赛 Ma Sai  
殷莺 Yin Ying  
王安娜 Wang Anna

插画 Illustrator  
于瑞 Yu Yang  
金迪 Jin Di

图片后期制作 Photo Art  
彭奥 Peng Ao

### 发行 Distribution

总经理助理 General Manager  
Assistant  
王晓松 Wang Xiaosong  
8621-32505418  
行政助理 Operating Assistant  
田雪洁 Tian Xuejie  
8610-65925008-686

华东区总监 Eastern China Director  
陈伯忠 Chen Bozhong  
13918596022  
华东区高级经理 Eastern China  
Senior Manager  
尚锡安 Shang Xi'an  
13901781034  
华东区经理 Eastern China Manager  
江灏 Jiang Hao  
8621-52138603  
华东区助理 Eastern China Assistant  
徐悦 Xu Yue  
8621-52138958

北方区总监 Northern China Director  
刘铭斌 Liu Mingbin  
13811089505  
北方区助理 Northern China  
Assistant  
西征征 Xi Zhengzheng  
8610-65925008-658

华南区总监 Southern China  
Director  
赖胜 Lai Sheng  
13556156190  
华南区高级经理 Southern China  
Senior Manager  
游加强 You Jiaqiang  
13826553559  
华南区助理 Southern China  
Assistant  
刘国宽 Liu Guokuan  
8620-38394487

品牌服务总监 Brand Service  
Director  
朱治微 Zhu Zhihui  
大客户经理 Key Account Manager  
蔡圣伟 Cai Shengwei  
15920310015

### 广告 Advertising

广告部行政主任 Advertising  
Operating Manager  
申秋 Shen Yi  
8610-65002106  
广告部行政助理 Advertising  
Operating Assistant  
苗丽荣 Miao Lirong  
8610-65925008-620  
李晓微 Li Xiaowei  
8610-65925008-619

全国渠道总监 Channel Director  
孙毅勤 Sun Yiqin  
13052016821

华东总监  
Eastern China Director  
吕品 Lv Pin  
13671522507

华东行业总监 Eastern  
China Industry Director  
赵剑秋 Zhao Jianqiu  
13817273649

华东资深客户经理 Eastern China  
Senior Account Manager  
章琪琛 Zhang Qichen  
18621990981  
徐昕 Xu Xin  
18621775293  
王翊 Wang Xuan  
13764476607  
孙丽华 Nelly Sun  
13817905737  
刘江 Liu Jiang  
13764962320

华东资深渠道经理 Eastern China  
Senior Channel Manager  
周岚 Zhou Lan  
8621-52138632  
倪婧 Ni Jing  
8621-52136937

华北总监 Northern China Director  
尹佩华 Yin Peihua  
13901025367

华北行业总监 Northern  
China Industry Director  
玄莉 Xuan Li  
13910526806

图片合作 Pictures  
CFP / 东方IC / 华盖创意 / 路透社 / Corbis

内文字体提供 Fonts

本刊所有使用方正字体系方正集团旗下之方正集团授权使用

法务 Legal

本刊常年法律顾问: 吕红兵

国际刊号 ISSN 1674-2168 | 国内统一刊号 CN31-2010/F | 邮发代号 4-816 | 发行范围 公开

版权声明:  
本刊编辑部保留一切权利,如欲转载  
须获本刊编辑部许可。

所有编辑记者邮箱除特殊标注外为  
姓名全拼@yicai.com





订阅如此轻松



电子版主编 Digital Project Lead  
刘春 Liu Chun

电子版主编助理  
Digital Project Lead Assistant  
张蕾 Zhang Lei

资深工程师 Senior Engineer  
刘宏锦 Liu Hongdi

新媒体广告总监 Advertising  
Director of New Media  
冯燕武 Feng Yanwu  
13910524784

新媒体策略经理  
New Media Strategy Manager  
王紫薇 Wang Ziwei  
13651041076

新媒体编辑  
New Media Editor  
刘宁 Liu Ning  
陈阳 Chen Yang

电子杂志资深美编  
New Media Senior Art Editor  
程星 Cheng Xing



#### iMarket Studio

策划副总监 Deputy Director of  
Planning Department  
周岚 Zhou Lan  
8621-52138632

活动总监 Event Director  
刘磊 Liu Lei  
13816951377

活动经理 Event Manager  
丁斌 Ding Hong  
18621990698

公益项目策划 Public Welfare  
Project Planning  
赵剑秋 Zhao Jianqiu  
13817273649

#### 品牌推广 Promotion

品牌推广总监  
Brand Promotion Director  
段佳 Duan Jia  
8621-52138632

市场总经理助理  
Marketing General Manager  
Assistant  
车跃 Che Yue  
8621-62551037  
高级品牌推广经理  
Senior Brand Promotion Manager  
杨珊珊 Yang Shanshan  
8621-52138951  
品牌推广经理  
Brand Promotion Manager  
李文静 Li Wenjing  
8610-65925008-656  
活动经理 Event Manager  
郭昊 Guo Hao  
8610-65926518

华北行业副总监 Northern  
China Industry Deputy Director  
王瑜婷 Wang Yuting  
13910931181  
李伟鹏 Li Yipeng  
13910813561

华北资深客户经理 Northern China  
Senior Account Manager  
刘蕊 Liu Yi  
13911129597  
许佚 Xu Yi  
13701255377

华北客户经理 Northern  
China Account Manager  
丁宁 Ding Ning  
15810202215

华北渠道经理 Northern China  
Channel Manager  
金阿奎 Jin Ayin  
18610820737  
于正心 Yu Zhengxin  
13810210152

华南总监 Southern China  
Regional Director  
林贤 Lin Yun  
13600452983

广州客户经理 Guangzhou  
Account Manager  
苏薇 Su Wei  
13570306507  
高秋婵 Gao Qiuchan  
18680550863  
杨尚维 Yang Shangwei  
13802900461

深圳高级客户经理 Shenzhen  
Senior Account Manager  
陈焱焱 Chen Yanyan  
13798427736

深圳客户经理 Shenzhen  
Account Manager  
邵崎岭 Shao Qiling  
18126206886



承印 Printed by  
利丰雅高印刷(深圳)有限公司  
上海利丰雅高印刷有限公司  
北京利丰雅高长城印刷有限公司

社址 Address  
上海海防路555号同乐坊11号楼1楼秀工场(200040)  
4th Floor, (No. 11 building), the New Factories,  
No. 555 HaiFang Road, Shanghai, 200040 China  
电话 Tel 8621-62558266  
传真 Fax 8621-52138932 (广告、发行) 8621-62558752 (采编)

北京运营中心 Beijing Bureau/VVW  
北京市朝阳区光华路2号阳光100D座805(100026)  
805 Tower D, Sunshine 100  
2 Guanghua Road, Beijing 100026, China  
电话 Tel 8610-65925008  
传真 Fax 8610-65925018

广州办事处 Guangzhou Bureau  
广州市天河区242号保利丰兴广场B座1902(510620)  
1902 Tower B, Poly Fengxing Plaza  
242 Tianhe Road, Guangzhou 510620, China  
电话 Tel 8620-28383349  
传真 Fax 8620-28383349-800



#### 使用方法:

- > 进入官网: [www.cbnweek.com](http://www.cbnweek.com), 注册账户并激活订阅码
- > 进入《第一财经周刊》App, 用注册账号登录
- > 点击“数字订阅”, 选择“恢复购买”
- > 等待提示后进入书店即可下载杂志

## 《第一财经周刊》电子订阅码

一次付费, 同步阅读权益, iPhone/Android/iPad/Web版通用

可以自用, 亦可送亲友

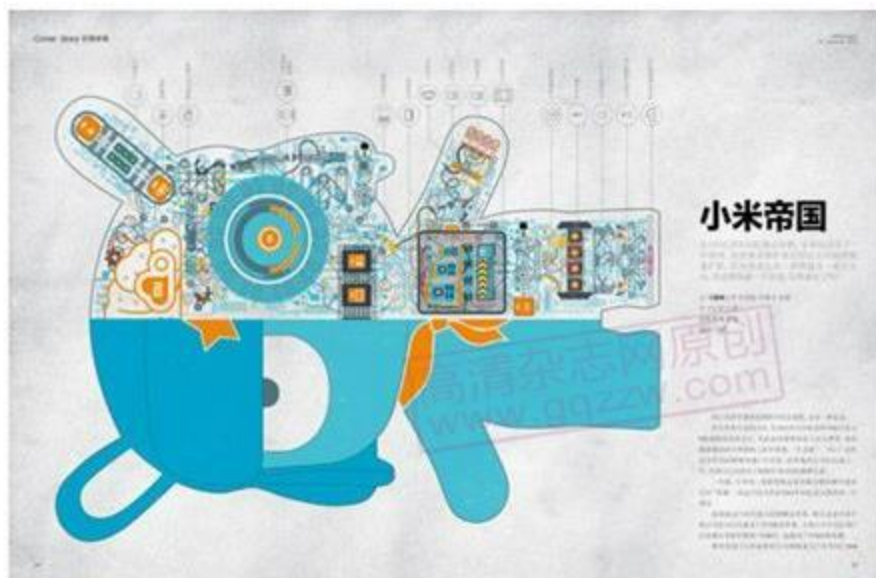


iPhone版



iPad版





## 更正及致歉



- ① 2014年第45期P52《福特SUV，江铃造》一文中，翼博的英文名ECO-Boost正确应为Ecosports。
- ② 2015年第1期P44《巨头对决女性运动市场》一文中，耐克CEO Mark Park正确应为Mark Parker。
- ③ 2015年第1期P33页《在2014年失意的大公司》一文中，“其（民生）尝试的社区银行被银监会叫停，何时恢复还不得而知。”应为“其（民生）尝试的社区银行在2013年获得牌照之前，也曾被银监会叫停。”

在此更正，向相关人士道歉，并向读者致歉。

## 微博互动专区



**Mrbonbon糖:** @第一财经周刊 君，涨两元钱也是蛮拼的！零钱没备足……再团购记得告诉我~省事~

RE: 没问题。

**hope扬:** 看@第一财经周刊 的文章，预计比较严重的通货膨胀要来了，建议买入资产对抗通货膨胀！[作揖]不知道会不会那么快来，在中国还是比较好的啦。

RE: 同呼吸共命运。

**nicholas7130**吐槽点已经不正常：

@第一财经周刊 一财君，你们的文章被“中国听写大会”官微转载却没有标注哎，要不要告Y的？

RE: 我们曝光一下。

**与馨:** 《第一财经周刊》推荐了不止100本书……额……压力巨大啊……除了少部分看过，大部分都没看过。On Writting Well到现在也没看完……不夸张地说，每一页都是精华，不做笔记就白读了。还有，这年度图书的开篇文章真好，慢慢收着看。

RE: 开篇作者表示欣慰。

## 境外收入如何征税？



最近看到新闻说中国将实施新规定，禁止各种被视为避税的国际投资，要求中国公民和企业必须根据全球的收入来纳税。我想知道境外收入通常都是如何征税的？

——Headey

中国在1993年颁布税法时即认同全球性课税，然而由于缺乏公民海外收入和投资的数据，所以执行率较低。一直以来中国税务机关对于中国公民境外收入的征税方法是，如果在境外已纳税，还应在年度终了后30日内向中国税务机关申报缴纳个人所得税。在中国申报纳税时，准予其在应纳税额中抵扣已在境外缴纳的个人所得税额。现在中国政府是要更加严格地执行这个全球征税政策，也就是要求中国公民和离岸企业不仅要为在中国取得的收入纳税，也必须为在其他国家和地区取得的收入缴纳国内税。

根据目前的动向来看，中国接下来可能会采取和美国相同的做法，也就是在全球范围内征税。这可能会影响到一些外派人员、离岸企业、在海外有大型投资的个人和企业等。按照中国税法，中国人每月最终收入达到1.29万美元（8万元人民币）就要按照最高税率纳税。也就是说，达到纳税条件的中国公民和企业需要申报海外收入，并据此纳税。

虽然中国效仿了美国的全球纳税方法，但还是有不同之处。中国公民在境外的收入，每月只能得到210美元的额外减免额。在美国，外派人员境外收入的免税额为9.92万美元，超过这个数字的部分会被征税。而针对企业海外所得税部分，2012年白宫公布了争议性很大的税收计划。奥巴马政府建议对美国企业在海外的收入征收“最低限度税款”。这一构想将确保美国企业的所有海外利润只按最低税率交一次税——向美国或者另一个国家。

在对课税范围的认同上，与中、美不同的是欧洲及日本、澳大利亚等国家。它们对企业海外利润的征税采用了所谓的“属地制”。如果实行属地制，该国企业的海外利润将只需在利润产生的国家交税，而无需向本国政府交税。这些国家认为比如外派人员使用的政府服务较少，如公立的医疗体系，而且他们在促进出口方面发挥了很重要的作用，所以这些国家在本国境内向公民课税，但是它们对大多数外派人员和海外子公司，豁免了本国国内的所得税。然而，也没有哪个国家在企业海外利润征税方面能实行纯粹的“属地制”，几乎所有国家都对投资收益等“流动的”企业收入课征国内税收。

中国税务机关要继续这么执行的话，那将加大对中国企业和公民海外收入及投资数据的掌控力度。目前美国政府正在搜集海外美国企业和公民信息。中国政府也在与美国及其他国家协商，以共享中国公民海外银行账户的信息。

《第一财经周刊》实习记者 刘影

## 向我们提问吧！

为什么它会是那样？为什么它可以这样？关于商业，你有这样或那样的疑惑吗？向我们提问吧。来信请发：letters@yicai.com 我们将尽可能迅速和详细地回答你的问题。



## 读者来信



## 麻烦核实一下

2015年第1期文章《在2014年失意的大公司》第33页：相对于四大行，董文标领导下的民生银行属于金融界的激进派，在保守的金融企业中乐于推出新的模式。但其尝试的社区银行被银监会叫停，何时恢复还不得而知。”

关于社区银行银监会已对民生银行发放金融牌照，麻烦核实了再发表！谢谢。

——Rosa.c

RE: 感谢提醒，已更正。下次必当更加细心。

## 一点建议

尊敬的编辑：

你好！我是一名来自南京邮电大学的CBNweekly读者，也是南邮SCDA（大学生职业发展协会）的会长，我的名字叫严安。联系方式：1589××××14。我认为CBNweekly是一个很好的杂志，但是，从我身边来看，杂志在大学生中的普及度不高，因此，我想通过我们协会举办的“攒蛋比赛”来宣传CBNweekly（通过扫描CBNweekly二维码的方式让学生进行下载，下载量50个）。同时，希望贵杂志社可以给予我们活动一定的赞助支持。

形式：3个1年期电子版订阅号（98元/个）；两个用做冠军奖品，一个用做现场观众抽奖（策划书中的费用是我们协会找别的商家拉的赞助）。

附件为我们此次的活动策划书，望尽快得到贵杂志社的回复。

同时，作为一个3年的读者，我想给贵杂志一些建议：贵杂志可以向《彭博商业周刊》借鉴，提供一些免费的电子版文章给读者阅读，而不是仅提供两期免费周刊给读者，并且还要注册这一项对于读者来说比较麻烦。简单说一下我的方案：先直接提供给用户两期免费，注册后再送一期，这样效果更好一些。（以上仅是个人观点）

谢谢！

——合肥 方超

RE: 谢谢建议，两期免费，注册之后搭送一期听起来也很合理。关于活动策划，我们稍后会回复你的。

## 一点感想

成为读者已有好几年了，从中感受到了商业浪潮的各种翻腾与明规暗律，特别是近几年互联网及其带动的相关产业在大家的日常生活和资本市场上都得到了极大的关注。无论深耕互联网，通过App或其他方法服务大家日常生活的，还是深入金融，利用公司日常闲散但相对大额的资金进行金融创新等等的创业er们，每每看一本一财都心潮澎湃，却又在心里微微一叹。

我身处过去被誉为黄金10年的房地产业，虽说待在华润置地上海，日子也没有特别的窘迫，但总觉得住宅、商业地产的增长曲线已经很锐角了，而且会越来越锐。和新兴互联网的结合，比如未来只能做持有不动产行业的生意了，物业，像叮当小区但肯定不限于它，统筹资源以后未来的物业可能只存在于线上等等。但总觉得想做起来容易做起来难，缺乏勇气，或者说自己只是天马行空随便想一下而已，因为每个创业er背后肯定都有很多艰辛。然后我的问题终于来了，作为一个传统行业的人，面对风起云涌的新经济，该如何面对，如何参与一下，或者说怎么压抑看完贵刊之后的澎湃？这感觉就像自己被关在一个屋子，屋外风云变幻我却难以去感受；又或是一个丰乳肥臀的艳丽尤物从我身边走过，我却不知道怎么去抓住？这种感觉你懂的。另一个小问题，整天说传统媒体和新媒体，但我想把我还没送到的期刊转成iPad版本却不行。

——蓝色偏执

RE: 懂这心情，遗憾的是我们也无解。环境的确撩拨人心，但失败的多数人都不会吭声。尤物从身边过，（佯装）淡定比花枝乱颤好一点？当然，盘算之后，最坏的结果若可以承受，另当别论。

## 一个小问题

一财你好！在第335期杂志里，《万科革自己的命》这篇文章里的“万科前十大股东”是不是应该写上截止到什么时间，因为股东持股比例已经有些小变化了，具体可查看大智慧或同花顺哦。

——yuanyuan

RE: 谢谢你的指出，这样更严谨。

## 关于财经记者的困惑

一财君好~

本人女，是一位研二的学生。本科和研究生阶段都是学的经济，有兴趣以后从事财经方面的工作，如财经记者、编辑等。硕士阶段跟随导师做过项目，写过一篇论文（但未发表）。之前未接触过记者、编辑这方面的媒体工作，想在这一年多锻炼下自己，积累一下经验，但不知从何入手。请问一财君能否给几点建议呢？希望能帮助我以后在找这方面工作时，自己已经具备一定竞争力以胜任岗位需求。

我也准备着手向一财投实习简历啦，不知结果会如何。即使被拒绝，我也依然会在财经记者道路上继续走下去的！祝一财越办越好~少做点广告，多来点新鲜文章让我们读者解渴、饱饥啊！

——FengAnne

RE: 除了寒暑假常规实习，你现在可以踏实开发你的“自媒体”。比如从整理热点新闻搜集讯息开始，找到有价值的、可挖掘的新闻，也是一种很好的灵敏度的锻炼方式。

## 商业书籍与文学作品

有个学生朋友给我发来了《第一财经周刊》推荐的商业书目，然后说“自己在去年看的27本书中全是文学类书籍，觉得自己太浅薄了。”我想说同学啊，在年少时阅读文学作品的经历，真的是一段不可多得的财富。在青春时阅读的小说、散文、诗歌，不会染上功利主义的气息，没有实用主义的现实，它们会悄悄地滋养我们的心灵和气质，然后在未来十几年后的某个时刻，它们会变成拿着盾牌的小熊，和你并肩一起抵抗那些丑陋怪物的侵害。贝索斯少年时喜欢科幻，亚马逊现在就在研发无人机送货，马斯克年轻时超爱科幻名著《银河系漫游指南》，特斯拉和SpaceX也很像是个科幻故事。“无用之用，方为大用”，在还没有工作前，多读点文学的东西，没有坏处的。

——i大狗熊

RE: 你说的没错。年少和年老以及年富力强时期都应该多看文学作品。商业类书目也应该看，这并行不悖。

## 本周我推荐



## 武后一生跨越的唐朝流行史

因电视剧，武则天又红了一遍。她一生历经初唐至盛唐，那一段时间的宫廷服饰，随着整体国力、经济、风气等各种因素变化，从审美、妆发、服装到面料、纹样，都发生了巨大的改变。图1贞观时女装风格接近北朝末、隋，崇尚纤细的身材，着装相对保守；图2帷帽裙纱开始缩短；图3武周风格相比于之前更加华丽和开放；图4武周开始，除下层侍女，女性穿男装、胡服的风气逐渐形成。

推荐人：扬眉剑舞

上榜理由：权力与时尚

欢迎各位来信推荐，在过去的一两周里你所见到的最有趣的、最萌的、最印象深刻、最愿意分享给其他人的事件。可以是新闻，可以是图片。附上推荐理由，发到这里吧：  
letters@yicai.com



## MACRO-ECONOMICS

宏观 | 崔鹏



### 市场绝不会被工具杀死

让更多的人投机，只要这种投机行为是中性的可以对冲的，那么就对市场有利。

证监会新闻发言人邓舸在1月9日的证监会新闻通气会上表示，证监会批准上交所开展股票期权交易试点，产品试点范围是上证50ETF期权。这种产品将在2月9日正式上线。证监会后发布了《股票期权交易试点管理办法》以及一些配套规则。

虽然股指权证这次推出得比较低调，但对于资本市场来说，其实是个挺重要的事，有点类似于苏德战争中的列宁格勒战役。而且这也是2015年中国资本市场改革的第一步，预计今后更多样化的投资产品将会更多地推出。

股指权证其实是一种用于降低股票市场风险的交易工具，它是投资者的一种权利。如果一个投资者拥有一张期指权证，他就有权利（非义务）在某一时间以特定价格买入（卖出）ETF50指数基金。而要获得这种权利是要花钱的。

在大部分成熟资本市场，股票的指数期权在1990年代就开始有了。在美国，股指期货、期权对整个市场的影响力在某种程度上（主要是短期走势）还要强于股票现货交易市场。所以经常出现的情况是，坐落在瓦克尔大街的芝加哥期货交易所跺一跺脚，纽约的华尔街就会跟着发生地震。纽约股票交易所里那些有经验的交易员都会关注期货市场传过来的交易信息，如果期货和期指交易非常频密，他们就会感到恐慌（这是因为，指数期货期指交易频密一般象征着股市将面临大幅下跌）。他们形容场内越来越大的期货自动报价机打印纸带的声音就像平原上的农民听到的蝗虫拍打翅膀的声音，声音越大说明灾难越临近。也是由于交易员们太敏感的缘故，在1992年4月一个很美好的下午，

芝加哥金融区的下水管道爆裂了，这影响了芝加哥期货交易所的交易，整个市场的流动性也受到影响，进而还导致纽约市场的成交量下跌了1/4，指数也大幅度下挫。

在中国内地市场推出上证ETF50指数期权交易，这被市场认为对估值是有影响的。比如，只有上证50股票在这种交易之内，而且投资者又不能完全进行裸交易。这就会增加上证50股票的成交量和需求量，从而导致这些股票估值中枢上升。另外，由于期权有比较强的“赌性”，所以偏好于投机的交易者会慢慢向这种期权的旗号下聚集，放弃对小市值股票的投机，从而使得股票整体估值的泡沫减少。

其实，几乎所有的投资衍生品都是中性的，相信在中国内地市场新推出的交易方式和工具也都是这样的——投资者想得到多少也就可能输掉多少。

有个有趣的现象，中国资本市场的投资产品推出顺序和发达市场总是有所不同，比如在美国的资本市场是先有股指期货，然后才有的ETF，ETF基本可以算是股指期货的衍生品。

而在中国市场这两种产品推出的顺序正好颠倒过来，关于ETF的期权最后才有。中国证券市场的监管层以及投资者的保护者似乎有点担心中国投资者的抽象思维能力，他们总是先推出比较具象，投资杠杆比较低并且交易速度偏慢的投资产品。这种用意很明显，是在保护投资者，特别是中小投资者，以确保他们不会在短期交易中因为信息不对称（交易性无知）而损失大量的金钱，进而影响社会安定。

不过从中国资本市场长期的走势来看，在这个市场上响应号召的长期投资者，投资收益要少于监管层对中小投资者保护更少的美国市场。虽然这种相对收益的差别有很复杂的原因，但也可以看出，减小市场的投机性，通过监管层保护缩小可交易范围并不是最好的途径。相对扩大可投机范围，运用市场的力量增加可对冲的投机工具，尽量分化市场中的利益群体，对市场所起到的作用更加明显。毕竟，没有一个市场是被交易工具杀死的，杀死市场的都是人们自己。■



GLOBAL

全球 | Paul Krugman



## 总统与经济

虽然从政治上讲,奥巴马的经济刺激或许是一个失败,但是绝大多数经济学家都认为,他的经济刺激有助于缓解经济衰退。

忽然之间,或者说从表面上看,美国的经济正在好转。虽然这种向好的势头已经有一段时间了,但是此时此刻这种经济好转的迹象,比如就业增加、GDP快速增长、公众信心不断上升,才是确定无疑的。

经济形势的好转无疑是奥巴马总统支持率上升的一个重要因素。尽管在中期选举中获胜,但是共和党人明显感到了恐慌,他们期待能在2016年的大选中打破失败的记录。如果经济形势不错的话,那可怎么办?

算了,那是他们的事。我要问的是,这种观点到底有没有道理。白宫的主宰者到底能对经济施加多大的影响?经济学家的标准答案是:影响不大。但是这一次会有不同吗?要搞清楚经济学家为何总是淡化总统在经济方面的作用,我们先来重温一下美国经济史上一段神话般的插曲:1980年代经济的衰退和复苏。

当然,右翼人士将1980年代看做一个奇迹的时代,这要拜幸运的里根所赐,他提出减税政策,带领美国实现了空前绝后的就业增长。实际上,里根时代增加的1600万个就业岗位只比他上任之前的8年所增加的1400万稍多一点。而且,在他之后的克林顿,在任期内创造了2200万个就业岗位。但是,有谁会在意这些呢?

然而,不管怎么说,对于里根时代经济周期的严肃分析都没把重点放在里根身上,而是突出了美联储的作用。因为制定货币政策的是美联储,而且它在很大程度上独立于政治之外。1980年代初,保罗·沃尔克治下的美联储决意遏制通胀,即便这要付出沉重的代价。它采取了从紧的政策,大幅推高利率水平,抵押贷款利率超过了18%。随之而来的是严重的经济衰退。

之后,美联储认为美国已经遭受得差不多了,于是它

放松了管制,利率直线下降,房价开始飙升,经济形势出现反弹。“Morning in America”让里根收获了政治声誉,但沃尔克才是左右经济衰退和繁荣的关键先生。

这一观点是说,管理宏观经济的通常是美联储而不是白宫。我们是否应该将这一规律套用在奥巴马身上?并不尽然。

一方面,在2008年金融危机之后,巨大的房地产和抵押贷款泡沫使得私人支出对于利率的响应相对迟钝,美联储有段时间难以获得动力。这一次,货币政策真的需要从临时增加政府开支上获得帮助,这就意味着总统可以发挥很大作用。奥巴马的确也这么做了,虽然从政治上讲,奥巴马的经济刺激或许是一个失败,但绝大多数经济学家都认为,他的经济刺激有助于缓解经济衰退。

共和党激烈的反对推翻了奥巴马最初的努力。事实上,扣除通胀和人口增长之后,目前的联邦支出水平比奥巴马刚上台的时候还要低;而同一指标在里根时期,要比现在高出20%以上。

不过,从另一种意义上讲,奥巴马可以说发挥了很大作用。美联储有段时间难以获得动力,但它至少为提振经济付出了努力——它顶住了保守派的猛烈攻击,因为后者一再指责其“贬低美元”,并且为失控的通货膨胀创造了条件。如果奥巴马没有保护美联储的独立地位,美联储很可能已经被人要挟加息,那样一来结果将是灾难性的。所以说,总统先生通过抵御要求硬通货的暴徒,间接促进了经济增长。

最后,也是很重要的一点,即使你认为奥巴马并没有为经济的好转做多少贡献,但事实上,奥巴马的反对者几年来不停地叫嚣他的错误态度,即他曾多次表示,一些银行家表现恶劣。反对者声称这种态度应该对经济的疲软负责。如今,奥巴马执政下的经济出现意想不到的强势表现,这些人不能转而说这一切与奥巴马无关吧。

那么,是总统造就了不断加速的经济复苏吗?不是。尽管如此,我们能不能说,假如换成共和党掌权,情况还不如现在?当然。那些指责奥巴马该为所有的经济问题负责的人现在是否看起来像无赖和傻瓜?是的,因为他们本来就是。■

版权声明: 本栏目内容由《纽约时报》提供版权

作者

Paul Krugman

《纽约时报》专栏作家, 2008年诺贝尔经济学奖获得者

译者: 刘宇



# 看不见的CES

我们对新技术的狂热是不是有些过头? CES上那些我们没有看到的和感到失望的部分,也许能给人以更多商业上的启发。

文 | CBN记者 徐涛 李蓉慧 李潮文 李博

制图 | 项凯

```

<!-- open graph -->
<meta property="og:type" content="website" />
<meta property="og:site_name" content="International CES" />
<meta property="og:url" content="http://www.cesweb.org/Home" />
<meta property="og:title" content="Home" />
<meta property="og:description" content="The International CES is a global consumer electronics and consumer technology tradeshow that takes place every January in Las Vegas, Nevada.">
<meta property="og:image" content="http://www.cesweb.org">
<!-- open graph -->

<meta property="twitter:account_id" content="10668202" />
<!-- Twitter Summary Card -->
<meta name="twitter:card" content="summary">
<meta name="twitter:site" content="@IntlCES">
<meta name="twitter:creator" content="@IntlCES">
<meta name="twitter:title" content="Home">
<meta name="twitter:description" content="The International CES is a global consumer electronics and consumer technology tradeshow that takes place every January in Las Vegas, Nevada.">
<meta name="twitter:image" content="http://www.cesweb.org">
<!-- End of Twitter Summary Card -->

<link rel="shortcut icon" href="/ces/favicon.ico" />
<link rel="icon" href="/ces/favicon.ico" />

<!--[if !IE]><!-->
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-main-style" type="text/css" rel="stylesheet" media="screen" />
<!--<![endif]>-->

<!--[if lte IE 9]>
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-IE8" type="text/css" rel="stylesheet" media="screen" />
<![endif]>-->

<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-mediaelementplayer.min" type="text/css" rel="stylesheet" media="screen" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-captions" src="text/css" rel="stylesheet" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-slider-style" src="text/css" rel="stylesheet" media="screen" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-flexslider" src="text/css" rel="stylesheet" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-prettyphoto" src="text/css" rel="stylesheet" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-settings" src="text/css" rel="stylesheet" media="screen" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-fonts" src="text/css" rel="stylesheet" media="screen" />
<link href="/CMSPages/GetResource.ashx?stylesheetname=ices-print" src="text/css" rel="stylesheet" media="print" />

```







一年前,你对今年的电子产品会有什么期待?在自己家也来上一套比尔·盖茨家用的那种智能系统?或一个真的可以帮助你减肥不反弹的可穿戴设备?

这样的期待没错。CES——这个全球最大的消费电子展览——在去年或过去几年允诺了这样的愿景。

但如果你像我们的记者一样在CES上游走于3600个大小参展商之间,经受了无数新产品发布的轰炸,并把它们的自High与实际市场表现相对照,你会发现一些猎奇心最终被失望所替代。

去年,CES会场上佩戴Google Glass成为了新时尚,让人期待它迭代后于这一年能给我们带来惊喜。但今年Google Glass迅速在会场上绝迹了。虽然索尼、东芝和联想等追随者都推出了各有特色的智能眼镜,但它们看起来暂时无法超越Google Glass,更难以获得后者也还没有突破的市场。

我们也没有看到Gartner预测的会变为主流的智能服装。这家市场调研机构在2014年下半年做了这一预测。但你在CES上丝毫看不到它们能成为主流的可能性——除非,地球人统统失去了理性,愿意穿着丑陋以及因为传感器而行动不便的衣服。

两大技术巨头Google和苹果在智能家居上的努力,多少会让人觉得这一领域即将变得有趣,但CES上的情况看起来并非如此。虽然这些家用电器都实现了联网,可以在手机上显示信息并和人互动,但绝大多数看起来也不比多年前那个会在微博上卖萌的饮水机来得更让人想把它们搬回家。

这些失望足以列出一个单子,我们在后文的确也都将把这些列了出来。

若说起它们令人失望的原因,恐怕在于:这些技术离用户的实际需求太远了。

无论哪个领域,它们大多能和Gartner提出的“技术成熟和应用曲线”(Hyper Cycle)相吻合。今年CES上那些无趣的东西也许只是证明,几年前大量新技术涌现已让人们的期待达到峰值,而现在,当炒作淡去,那些没办法真正满足用户需求的技术开始让人变得失望和不耐烦了。

“当人们看见技术的魔力后,你很难控制他们对这项技术变得简单容易的期待。”3D打印设备商MakerBot的CEO Jenny Lawton说。

对于这些领域的从业者而言,他们是时候丢掉自己过于乐观的情绪了,或者他们中的一些已经开始感受到了压力。无论如何,从技术的出现到变成主流产品,其中要经历的问题和挑战并不少。

在CES上,你能看到最司空见惯,但也偏偏被创业者和厂商忘记得最彻底的一个问题是:用户究竟需要什么。偏离

66

两大技术巨头Google和苹果在智能家居上的努力,多少会让人觉得这一领域即将变得有趣,但CES上的情况看起来并不完全如此。

99

了这一点,它们在技术上的探索在市场表现上就变得超前和一厢情愿,也可能毫无意义。

从去年开始,人们对可穿戴设备的一个质疑是:人们是否还想在手腕或身体的其他部位多戴上点什么号称智能的东西。今年CES,你可以说这种质疑被一种以近乎无厘头的方式激发出来:一个来自法国的创业者展出了一条智能腰带,声称如果你吃多了肚子很撑,它会自动松开搭扣——好吧,还真是吃饱了撑的。

如果细想一下,Google Glass遇到的问题并没有如此荒诞,但也十分类似:它作为一个实验室产品的确很酷,但它提供的这些功能现在的人们还用不上——它是为未来而设计的。当Google Glass刚亮相时,制造业觉得也许它能帮助工人更好地进行操作,手术医生觉得它能帮助他们更好地做手术……但一年过去之后,即使是硅谷的极客们也觉得为了录像拍照或导航而戴上这个怪异的眼镜颇为画蛇添足。要知道,Kleiner Perkins、Andreessen Horowitz和Google Venture早在2014年3月就已结盟,准备为Google Glass生态链上的创业公司投资。但现在,这款产品在市场上因高贵冷僻而乏人问津,更别提形成什么生态链了。

智能家居也面临相似情况,虽然它们都带有联网功能,并且能和智能手机进行互动,但究竟有多少人有意愿高价买一个在早晨会为你做好咖啡的咖啡机,有事没事跟自家冰箱对对话,抑或在家里安装一套带人脸识别的安防系统?

“物联网现在的问题,和联网无关,而是技术本身能给我们带来什么体验和价值。”Autodesk的CTO Jeff Kowalski对《第一财经周刊》说,“我其实有时候都不需要它们和我交流,只需要它们能知道彼此可以做什么,以及判断周遭环境如何就好了。”

这也不仅仅是物联网的问题。无论在什么领域,创新是否能称其为真正的创新,都取决于它是否能为用户创造新价值这个最简单而本质的问题。

Nest的创始人及CEO Tony Fadell也持有类似的观点,他认为现在太多智能硬件产品已经是为了智能而智能,徒增了很多没有必要的功能,却没有解决消费者的根本问题。

对于想要通过技术改变世界的公司和创业者而言,另一个巨大的挑战在于,正因为这些技术有着巨大的想象空

>> 无人机是今年CES最热门的话题,在一个展区内就有数个公司和产品展出。







间，他们必须在枝蔓丛生的可能性中找到一种优先级。

“今年，至少对于MakerBot而言，我们某种程度上是正在经过一个拐点，并且需要多想想硬件之外的解决方案和应用程序——不是说提供什么，而是为什么要提供这些。” MakerBot的产品副总裁Anthony Moschella在接受The Verge采访时说。你能看到3D打印领域通向爆发之路还有多少事情需要做：厂商们需要研发出打印速度更快的打印机，也要研发出更丰富的打印材料；它们还需要耐心培养生态圈，让更多用户和服务商进入这一领域。在市场足够大之前，它们也需要坐下来一起制定硬件和软件的标准。

有点似曾相识？所有新技术及其背后的产业最终会一步步走向成熟，而它们现在所做的事，与传统打印机时代一样，用户也需要考虑硬件是否和自己的电脑以及电脑中的文字编辑软件相兼容。

即使MakerBot说要仔细斟酌思考下一步，它要做的事情也已经太多了：今年尽管没有发布新的打印机，却发布了3种新的打印材料，并许诺会让打印材料更加丰富；为了克服消费者没有易用的设计软件的问题，这家公司自己开发了一套

设计程序；它还开始向用户提供咨询、教育和设计服务。也许我们可以担心一下这家公司的管理和成长压力。

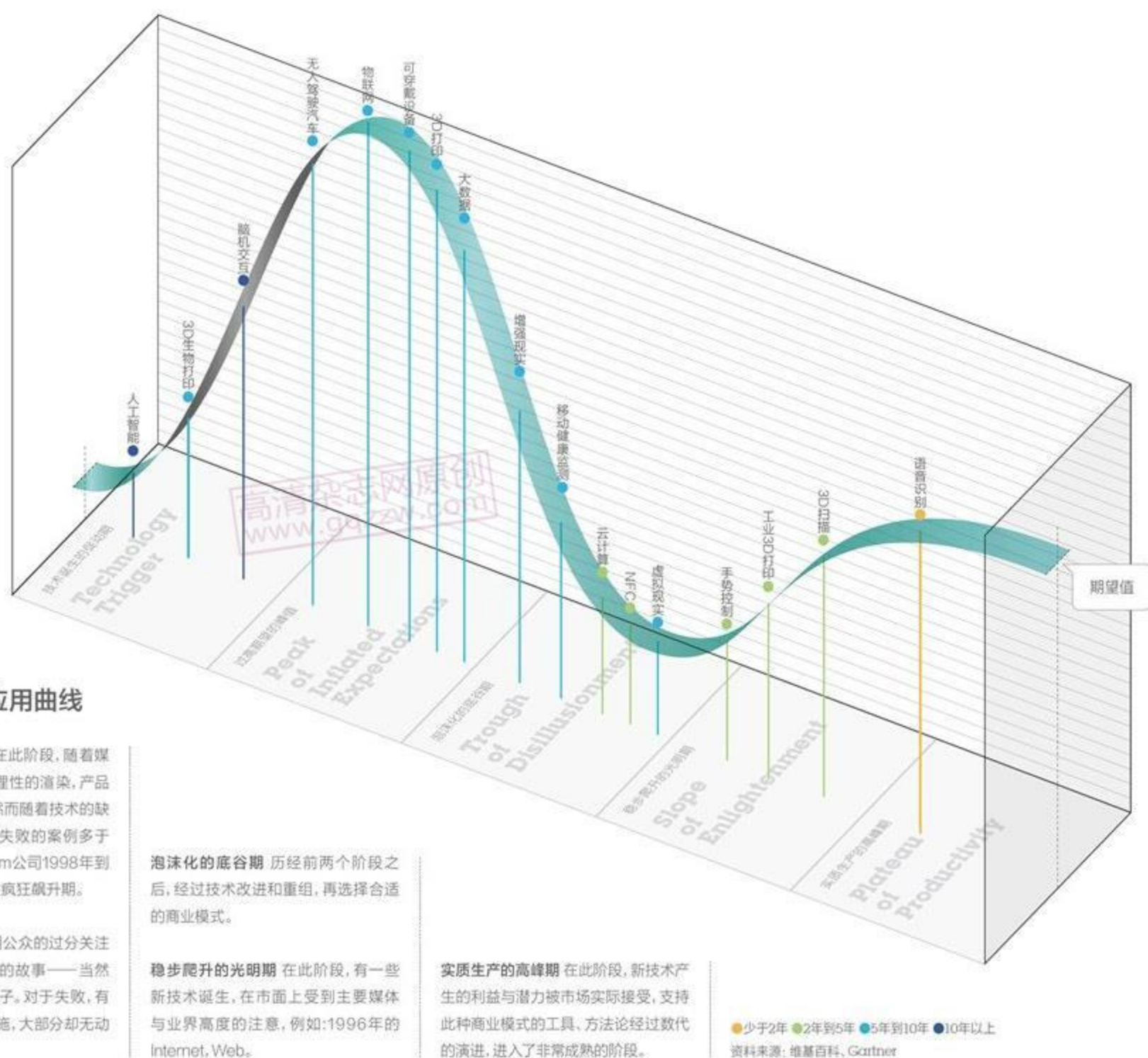
智能汽车的进展也许能说明，即使技术成熟，整个行业的改变依然可能缓慢。在2006年，福特、本田和微软就在CES上讨论了应该如何将最新的消费电子设备安装在汽车上，但到2014年Google和苹果分别发布了Google Android Auto和CarPlay之后，消费者才有希望买到带有和自己智能手机性能相当的导航娱乐系统的汽车。

“对于新技术的应用，更难突破的地方在于商业上的考虑。汽车厂商通常持有更保守稳健的态度。它们对安全考虑更多，不会让一点风险来损害自己的品牌。” 福特前硅谷实验室的负责人TJ Giulii在接受《第一财经周刊》采访时说。

在这之外，这个生态圈中复杂的利益关系也让进展变得缓慢。

“汽车和手机很不一样，Google做开放汽车联盟其实很难。汽车厂商和软件开发者之间有利益纠葛，说到底，这个联盟要解决的问题是：究竟用户是谁、使用软件后产生的数据是谁，以及创造的商业机会和利益属于谁。” Elektrobit >>





## 技术成熟和应用曲线

**技术诞生的促动期** 在此阶段,随着媒体大肆报道,过度非理性的渲染,产品的知名度无所不在,然而随着技术的缺点、问题、限制出现,失败的案例多于成功的案例,例如.com公司1998年到2000年之间的非理性疯狂飙升期。

**过高期望的峰值** 早期公众的过分关注催生出了一系列成功的故事——当然同时也有众多失败例子。对于失败,有些公司采取了补救措施,大部分却无动于衷。

**泡沫化的低谷期** 历经前两个阶段之后,经过技术改进和重组,再选择合适的商业模式。

**稳步爬升的光明期** 在此阶段,有一些新技术诞生,在市面上受到主要媒体与业界高度的注意,例如:1996年的Internet, Web。

**实质生产的高峰期** 在此阶段,新技术产生的利益与潜力被市场实际接受,支持此种商业模式的工具、方法论经过数代的演进,进入了非常成熟的阶段。

的战略副总裁Martin Schleicher对《第一财经周刊》说。这家公司为奥迪、奔驰等汽车厂商提供软件。

当今年CES上各大汽车厂商都在展示自己拥抱无人驾驶汽车的态度时,一个显而易见的障碍在于,消费者需要多长时间来信任这种不由他们自己掌控的汽车,以及政府会如何对这类汽车做出规范和管理。今年CES上炙手可热的另外一个领域无人机——也面临这样的问题。美国联邦航空局已经声明将采取法律措施来限制无人机的使用范围。

当然,即使没有法律和政府法规的干预行为,对于普通消费者而言,安全和隐私也会成为最大的问题。

“同IT公司相比,消费者在使用汽车过程中对于私密性的期望值是截然不同的,打个比方,当我们的车主驾驶自己

的私家车出行的时候,他当然希望和使用公共交通方式出行相比,自己可以拥有更加私密的空间,同时希望相关的行车信息可以得到保密。”福特车辆设计与信息电子小组资深主管Venkatesh Prasad在接受《第一财经周刊》采访时说。

而在智能家居领域,产品遭到黑客攻击的案例已开始出现了,这意味着,你最私密的信息都有可能被盗取。对于消费者而言,未来阻碍他们购买智能家居的最大障碍在于,他们需要不断权衡,究竟选择便利性还是要一个更安全而私密的家。

那些只拥有聪明的Idea却无法面对困境、问题和挑战的公司必将死去,那些真正找到问题解决方案的则将存活下来,将技术以一种更好也更人性化的方式带入生活。■





埃菲尔铁塔.巴黎.法国

A mark of true design | 灵感印证永恒  
瑞士天文台认证首选品牌之一



CALIBER 80  
瑞士天文台认证  
长达80小时的动能存储  
自动机械机芯

指挥官系列

精雕细刻的自动机械机芯,316L不锈钢表壳  
蓝宝石水晶镜面,螺旋式底盖,防水深度50米



MIDO®

SWISS WATCHES SINCE 1918

瑞士美度表

服务热线: 4006701918 (021)2412 5306 www.mido.cn 国际建筑师协会官方合作伙伴

高清杂志网 WWW.GQZZW.COM 国内杂志 实时更新 热门期刊 免费下载





## 新技术面临的不确定性



### 无人机：成为“日用消费品”

对着CES会场里满天飞的无人机，大多数人会有这样一个疑问：谁会真的买下它们？虽然它们真的很酷。

一款叫Nixie的飞行器或许能够帮你理解飞行器未来的市场：这款平时能够戴在手腕上的产品，可以飞行，且自带相机，在你抛出它的瞬间，它已经对你所在位置做出定位，并在飞出一定距离后对准这个位置拍照，且准确返回。

它具备飞行器的几个要素：能够飞行，能够拍照，体积小可以戴在手腕上，成为可穿戴的一种。这也意味着它作为飞行器的价格能够不断向下探索，而易于被普通消费者接受。Nixie的创始人Christoph Kohstal认为，在与孩子奔跑着放风筝时，或者是在攀岩时，都可以用他们这款穿戴式飞行器。

从今年CES来看，这个原本看起来只是Geek们的玩具的品类，发展的速度或许超出大多数人的想象——它们的制造商希望其作为一款“会飞的相机”被普通消费者所接受。无论是小到能够戴在手腕上的Nixie，还是仍然具备飞机形状的Airdog、Hexo+和Zano等，今年都在强调，作为飞行器，它能够自动跟着你，为你拍照。

越来越多的人参与到这个行业，至少在技术上没有太大门槛，《连线》杂志前主编Chris Anderson创办的3D Robotic无人机，早已向外界开源。

价格也并非难以接受，在无人机市场较为成熟的公司是中国制造商大疆，它们售卖得最好的是Phantom系列，价格向下探至4000元左右。而他们更高端的产品应用于较为正式的影视拍摄，包括《生活大爆炸》《国土安全》和《神盾局特工》等。

但无人机并不甘于只做一款会拍照的相机，越来越多的优化技术正在拓展它的市场边界。

就在今年CES的Keynote上，英特尔布置了一段曲折的飞



01



02

行路线，一款无人机顺利地避开诸多障碍到达目的地。它们更邀请了4名工作人员站在台上，围住一款无人机，当这几人无序地靠近这款无人机时，它都能安然无恙地避开。

由于采用了英特尔的实感技术，无人机能够自动飞行。在德国公司Ascending Technologies和英特尔合作的这款机器中，安装了6个英特尔的3D摄像头，全方位感知外界，从而自动避开障碍物。“目前的飞行器主要靠操作者操作去避开障碍，对障碍物的识别也主要是人眼。”大疆技术人员告诉《第一财经周刊》，他们对英特尔展出的这款无人机也感到惊喜，认为这是未来无人机发展的一个方向。

而Chris Anderson在接受The Verge采访时也表示，英特尔、高通这样的芯片巨头正投入巨资去解决无人机遇到的问题，毫无疑问将促进这一行业在2015年的发展。看上去，像亚马逊用无人机送货，或者是如同那些生产商所描述的，它们的产品将被用于农业、救援等多个领域时，这个行业却面临着最大的不确定性——美国政府正在考虑全面禁止个人拥有无人机。

01 Airdog自动跟踪型四轴飞行器配置前悬挂式的运动相机，能够紧紧锁定追踪目标，捕捉其一举一动。

02 Zano的飞行器特点是小并且高度智能。

03 大疆的Phantom系列产品已经成为最成功的民用无人机。

04 3D Systems的3D打印机虽然足够便宜，但还是没有流行起来。

03

04





## 3D打印：消费者难题

无论如何，你现在还难以相信3D打印机会像那些生产商所说的那样，变得跟传统打印机一样普及。在此之前，它面临的仍是个小众市场。

即便如此，从今年CES来看，这个还未大规模商业化的产品声势并没有出现衰退的趋势。在位于CES主展馆之外的金沙展厅，相当大一部分展区被3D打印以及相关配件公司所占据，有MakerBot和3D Systems这样的大公司，也有来自中国浙江某个不知名的小厂商。

3D打印机的价格已经够便宜了，但仍然没有流行起来，建模是一个重要的障碍。更容易为普通消费者所接受的方式是通过扫描仪扫描，将物理世界的物体变成文本向打印机输入。但是，这意味着在3D打印机之外消费者还需要负担额外的成本。

一些新的技术看上去可以解决这个问题。比如3D摄像

头能够准确地捕捉外界物体的三维信息，而英特尔这样的芯片厂商正在推动戴尔这样的生产商在普通平板和笔记本上安装这样的3D摄像头，这意味着在普通电脑上能够完成3D扫描，从而降低成本。

已经走上这条路的大多数生产者大概不得不坚信市场美好。“这就像现在我们所使用的2D打印机一样，一开始不被消费者接受，但到后来为大多数家庭持有。”三纬国际的资深开发经理舒家诚认为，3D打印机的发展也会遵循这条路线。

无论如何，熙熙攘攘的生产商和好奇的参观者之间，始终有道壁垒。

但无法忽视的是，3D打印在一些生产领域带来的改变是颠覆性的——它能够让个体生产者在生产硬件时不再依靠大型生产线，而可以依据个性化需求使用3D打印机打印各种配件或是整个物体，避免传统生产花费颇巨的开模等环节，将成本控制在较低范围内。

一些小型创业公司也因此能够进入高技术硬件生产领域，那些原本被大公司所垄断的领域。一家名为Openbionics的公司就利用3D打印机生产假肢。这种用打印机打印出来的义肢连接在残障人士尚且有感知的手臂上，连接部位有一些传感器和计算芯片，能够捕捉到健康的手臂肌肉传来的神经信号，通过计算，对这些信号做出反应。

3D生产用于义肢假牙等医疗领域再合适不过。比如义肢连接部位与自体手臂的咬合，尤其需要定制化生产，按照传统生产方式，这意味着为每个个体制作模具，再开动生产线生产单个产品，成本巨大，而3D打印机大大降低了这个成本。

让人意外的是，一些从事计算的技术公司能够进入到传统大公司的生产领域，降低成本，让消费者以更低的价格获取产品。不仅仅是义肢生产，可以期待的是，未来诸多无法负担大型机械生产的个体生产者，都能够在3D打印机上找到解决方案。

这项技术的前景可观。但就像许多首先发力于企业级和军方市场，最终才走到大众面前呈现爆发之势的技术一样，这个领域的成熟尚需要时日——那些现在努力把它应用于消费者市场的公司可能找错了方向。

一家叫3D Hubs的公司就认为，并非每个人都需要打印机。在CES上，它展示了其打造的3D打印网络。它对《第一财经周刊》表示，3D打印应该解决就近原则和按需打印的问题，基本用法就像在Airbnb上选房子一样，上传自己的设计文件后可以找到附近的3D打印机，它可能是被某个公司所有也可能是被个人所有。

>>





## 虚拟现实: 等待内容

CES最新最热门的趋势都能够追根溯源到一项技术上——3D摄像头对外界的感知技术,从无人机到3D打印以及可穿戴,虚拟现实也没有例外。

Oculus开放了新品Oculus Crescent Bay原型机的体验。相比第一代产品Oculus Rift,从清晰度、分辨率等方面,新品的体验的确要好出不少——戴上头盔后,枪林弹雨“穿”过你的身体,外星人能够和你面对面地交谈……

Oculus Crescent Bay是Oculus公司2014年12月收购Nimble VR后推出的最新产品。Nimble VR是一家从事手势追踪的初创公司,自2012年起,就一直从事用3D摄像技术来进行手势追踪。而Oculus面临的一个重要问题是如何在虚拟现实中与机器交互,Nimble所拥有的这项技术正好能够弥补Oculus的技术缺陷。

看上去,虚拟现实正在变得繁荣——越来越多的公司参与到这个领域。除了Oculus,索尼也推出了Project Morpheus在GDC (Game Developers Conference) 2014上亮相;三星在发布Galaxy Note 4新旗舰机时,也推出了虚拟现实设备Gear VR;微软将于今年推出Xbox One头戴设备,来对抗Oculus Rift。

不必跟风抱怨现在的硬件体验还不够好,它总需经历一个升级的过程,但我们需要认识到的是一个进退维谷的问题再次发生——缺乏内容,在相信这个领域最终会发展起来之前,大多数内容商不会真正为其制作内容,而没有足够多的内容,硬件的发展也会受到制约。

在今年CES上,福克斯展出了采用了《走出荒野》的样片,观众随着演员瑞茜·威瑟斯彭(Reese Witherspoon)和劳拉·邓恩(Laura Dern)一同漫步,身临其境地体验森林的全景画面。但就如媒体所评价的那样,这些影片并不是将虚拟现实技术作为手段,而是在将这项技术本身当作卖点,这意味着传统电影叙事并不是重点,为了体现这一技术,制片人或许在放弃叙事。

但也不必过于悲观,在我们看来,虚拟现实已经是一个确定的趋势,只不过我们还无法确定它的边界,除了像现在这样被用于媒体,奔驰展出的概念车“F015 Luxury in Motion”也拓宽了我们对虚拟现实的想象。这款车已经实现了无人驾驶,在车前窗和四周都有着巨大的液晶屏幕,在驾驶的过程中,可以选择驾驶场景,如果嫌城市里景色过于无趣,可以把场景调至沙漠或者原野,那些逼真的景色将在这些巨大的液晶屏上显示出来。当然,这还停留在概念阶段。



01



02

03



## 智能家居: 从平台之争开始

巨头们对这个领域非常迷恋,它们的争夺才刚刚开始。CES上最引人瞩目的两个发布说明了这一点。

已被Google收购的Nest宣布了一长串合作伙伴名单,其中不仅包括LG、飞利浦等老牌厂商,也包括智能锁August、灯泡Lightify、家用电动车ChargePoint等新玩家;而三星则颇为隆重地介绍自己于2014年9月收购的SmartThings平台,非但结盟了一系列厂商,还宣布这一平台将完全开放。你能看出这两个巨头已经在争夺智能家居领域的控制权。

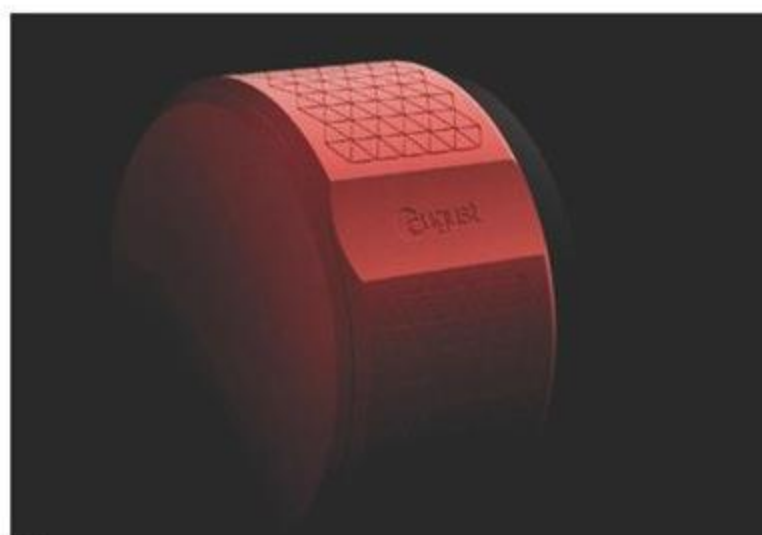
显而易见的是,人们不会希望家中十几个智能设备因为有着不同的系统而阻隔了通信。按照SmartThings CEO Alex Hawkinson的说法,智能家居平台“将是一场大规模的游戏”。

这个竞技场上除了三星和Google,还有苹果。这家公司从来都不在CES上露面,但并不影响它在CES上的影响力。在



01 Oculus Crescent Bay实现了比上一代产品更高的清晰度和分辨率。

02-03 索尼的Project Morpheus, 拥有1080p分辨率, 90度视野和环绕立体声。



04

04 智能门锁August成为了智能家居平台争夺的焦点。

05 Lightify是著名照明厂商欧司朗推出的智能家居产品。

06 ChargePoint不仅仅是一款充电产品还是一个充电网络。



05



06

2014年6月举行的WWDC上, 苹果发布了智能家居软件平台HomeKit。而在今年的CES上, 你已经能经常听到有参展商向来往人群介绍自己的产品“已经接入HomeKit平台”。

“我们的设备目前还在测试, 也在等待苹果的审核。这个会场上应该有不少公司和我们的思路很像, 你可以去问问它们, 审核通过了没有。”智能家居厂商Elgato的工作人员对《第一财经周刊》说, 其展出了名为Eve的智能家居设备, 并迫不及待地为自己打上了“为HomeKit设计的智能外接设备”的标签。

除此之外, 老牌厂商Honeywell在2014年也发布了自己的智能恒温器Lyric以及一套软件平台。Honeywell安全设备部门产品推广负责人Robert J. Puric在CES的展台上告诉《第一财经周刊》, Honeywell Lyric的定位是与Nest类似的智能家居平台, 目前包括烟雾探测器、恒温器、门窗警报以及中央控制器等。

这套设备将在今年年中推出, 主要面向美国和加拿大市场。而贝尔金旗下的WeMo已开始销售智能家居设备, 并帮

助其他厂商的设备实现互联。

甚至AT&T和Comcast这样的电信巨头也在声称自己要给消费者提供智能家居解决方案, 一副唯恐落后的样子。

在这场争夺中, 这些巨头已在较量谁能更懂得用户的需求。

三星的SmartThings和贝尔金的WeMo能让用户通过触发IFTTT这样的网络服务, 来进行简单编程, 好让用户自己定义这些设备之间如何互动。而被Google收购的Nest则更倾向于用用户的数据来训练软件, 好让智能家居产品自动完成操作。

无论如何, 这个行业面临的一个巨大的问题在于安全和隐私。比起其他地方, 人们对家庭的隐私和安全需求都来得更高。

虽然即使智能家居才开始起步, 但已经出现了黑客黑入私人网络监视摄像头对着婴儿咒骂的案例。这解释了产业各方对于巨头们的品牌更为信任和依赖。这场平台的战争才刚刚开始。

>>





## 智能汽车：数据拉锯战

这算是个好消息：今年CES会场里，顽固的汽车厂商有了前所未有的改变——积极拥抱技术。奔驰和奥迪宣布了新款无人驾驶汽车、大众支持全手势交互、丰田开放燃料电池专利……但考虑到消费者何时能买到一款真正的智能汽车，情况就未必如此乐观。

奔驰展示的F015 Luxury in Motion可能是今年CES上最吸引眼球的“概念”。如果你没法通过图片想象使用它的情景，那么就想想过去在电影中所看到的人们在车里开Party的画面，车内四周的屏幕就是操控界面，奔驰也对外表示这辆车的概念是为人们提供一个移动的休息场所。

但奔驰的工作人员告诉《第一财经周刊》，此次展示无人驾驶汽车的主要目的是向人们展示“无人驾驶汽车可以做成什么样子”，这样的汽车要到2030年才可能进行量产。

“汽车厂商面对的难题是，无论汽车生产过程还是人们更换汽车的周期都很长。等某个时下火热的技术植入到了汽车里再制造出来，可能热点已经过去了。所以汽车厂商一方面会希望给消费者‘预备’一些未来会需要的功能；另一方面就只能靠更新软件了。”Elektrobit高级副总裁Martin Schleicher对《第一财经周刊》说。Elektrobit为奥迪、奔驰等汽车厂商设计车载软件，合作已超过15年。

对于消费者而言，也许能更早实现的是，他们的车内导航娱乐系统终于可以和智能手机性能相当了。2014年，Google发布了Android Auto平台，而苹果发布了CarPlay平台。从今年CES上的情况看来，这两个平台以及功能成为了汽车厂商的标配。奥迪在CES的发布会上宣布奥迪A7汽车同时支持Android Auto和Apple CarPlay；而大众在发布会上展示了新款Golf R Touch也同时支持这两个系统。

“原本奥迪确实是最早加入Google开放汽车联盟的成员，后来我们也和苹果合作了。原因很简单，我们不能忽视iPhone的用户。”Christian Felbermeir对《第一财经周刊》说。他在奥迪负责与Google对接并植入Android Auto的工作。

但在成为标配之后，消费者的汽车究竟能有多智能还未可知。除了安装一些应用程序，有着和手机一样的音乐与导航体验，人们也期望汽车零部件的使用数据能更多被分享和分析，这些数据能让汽车能得到更好的保养和维修，或是保险公司能据此提供更个性化的保险。

“Google汽车开放联盟推进过程实际上困难重重。如果汽车厂商使用了这两个软件系统，最后的问题就变成了用户究竟是谁的，用户开车产生的数据到底是谁的，由此衍生出



的商业机会又属于谁？”Martin Schleicher说。

汽车厂商们同时接受Android Auto和Apple CarPlay，大多也仍然在继续更新自己的软件平台，例如福特依然高调宣布更新自有的SYNC 3系统。这些动作目的明显：汽车厂商们并不愿意将数据拱手相让。或许不久以后，这些厂商们还会为你的数据展开一场搏斗。

当然，有一个最重要的问题，这些汽车厂商们还回答不了：消费者究竟是否需要这样的车？

奔驰没有公布无人驾驶汽车的售价，反正还有15年的时间；奥迪和大众习惯的全手势操作，和消费者手持方向盘更多使用语音的直觉相悖；丰田开放燃料电池专利以期促进氢能源电动车的普及，但同时也还需要建立足够的充电桩；宝马和奥迪分别宣布与三星和LG合作，未来可能你需要用这两个厂商制造的手表来做车钥匙，但问题就是，消费者是否想佩戴这样的钥匙手表。

所以，在对智能汽车前景表示乐观之前，还是先等等消费者给出的答案。

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com

>> 奔驰的F015概念车是本次展会的焦点，但要到2030年才会量产。





## 可穿戴设备：严重高估的领域

CES上，你能不能找到一款让你立刻想掏钱包去买、并愿意坚持戴它超过半年的可穿戴设备？

答案很可能是没有。而且更糟糕的是，可穿戴式设备在五六年前就已经被寄予厚望，而CES上关于可穿戴式设备的喧嚣已经持续了好几年。

可穿戴式设备最初出现时，其最大的诱人之处是能“量化自我”：它可以探测你的心跳、运动和睡眠数据，让消费者第一次拥有这些数据；厂商和公司们也不停告诉消费者，拥有这些数据能让你的生活更健康 and 美好。

现在CES上展位越来越拥挤的厂商们仍然在谈论探测心跳、运动和睡眠数据。但鲜有人能告诉消费者，早期花钱订购这些产品的人，究竟坚持戴了多久？或者，那些数据，是否真的帮助大多数消费者改善了健康状况。一个事实是，它们在黏住用户方面存在问题——大多数消费者在新鲜劲头过

后，就再也不会费心去查看自己的各项数据，而且，这些数据通常对他们而言就只是一堆数字而已。

在可穿戴设备中最具有想象空间的智能手表现在看起来也并不让人激动。

智能手表的研发者们除了赋予手表那些“量化自我”的功能，也将智能手机的一些功能加入进来。但在Pebble引发大家对智能手表的兴趣之后，无论三星的Galaxy Gear还是Moto 360看起来都远未吸引更多消费者埋单。人们开始意识到这些智能手表的外观远远不及传统手表，也意识到手表不仅仅是个看时间的工具，而是个用来显示品位的配饰。而现在的智能手表显然只能显示极客这一人群的品味。

意识到人们对随身穿戴之物的时尚需求之后，技术公司开始和时尚行业有所交集，并且引发人们对技术改变时尚的预测。

而那些对数据更有需求的细分人群看起来才是可穿戴设备设计者应该追随的目标，例如在孕期对胎儿忧心忡忡的准妈妈，或者对自己的宠物关心备至的主人。

事实上也有公司这么做了。你在CES上能看到通过监测女性体温从而帮用户确定最佳受孕时期的BloomRing，以及为孕妇测量胎儿心跳的Bellabeat。但对于这些用户而言，他们正是因为所经历的事关重大，所以才对数据有强烈需求，而作为创业公司如何获得这些用户的信任，也的确是一件颇需要技巧的事儿。

当然，这个过于拥挤和吵闹的行业还出现了太多匪夷所思的产品。

Muse展示了一款“头环”，声称每天戴着它3分钟就可以监测脑电波；类似的还有Emotiv Insight的头盔，它的主要功能不是帮用户监测脑电波来改善健康情况，而是让用户放弃游戏手柄，用脑电波来控制配套游戏中的赛车。哦对了，它们看上去都像一个古怪的发卡。还有一家叫做Sleep Shepherd的公司做了一个帽子，它在头顶部位装了传感器、在耳朵位置有传声筒，目的是让用户戴上时听到均匀的声音保持心情平静，从而帮用户改善睡眠。Sleep Shepherd团队对《第一财经周刊》说，“睡觉的时候戴上这个帽子，并不是什么麻烦事。”

这种乐观精神让人回想起已经趋于平淡的Google Glass。

如果连Google的可穿戴——这意味着有超强的研发团队，预算充足的市场营销团队，以及等着为它培养生态系统的投资人——都没有成功，只能证明大家对市场的预期实在太超前了。

>>





>> 参观者在展台体验英特尔的实感技术。



## 实感技术：走出实验室

那些你在科幻片里无数次看到的全息电脑正在变成现实——无需物理键盘，在投射在普通桌面上的虚拟键盘上敲击，实现与机器的交互。

在英特尔的Keynote上，CEO科再奇播放了一段视频，在视频里，没有出现科幻片那样的全息投影键盘，而是电脑屏幕上出现了钢琴键盘，用户不用接触任何物体，在电脑前的空气中弹动手指，仿若指下有着一架真正的钢琴，钢琴被奏响了。

这用的正是英特尔实感技术，通过摄像头识别用户手势，从而实现人和机器的交流。毫无疑问，这是继键盘输入和语音输入之后人与机器的另一种交流方式。

正如我们看到的，实感技术已经被应用于无人机上，而它原本是英特尔为电脑开发的，在2014年就出现在英特尔CES的展台上。当时，英特尔公司还只是展出一个摄像头，并投射出一个全息屏幕，在这个屏幕上能够与机器交互，并不灵敏，无论如何看上去都像是个又会“停留在实验室”里的创新。

然而就在2014年1年间，这个技术商业化并投向市

场。在戴尔新发布的平板电脑Venue 8 7000上就采用了这款技术，因此这款平板上也有了4个摄像头，399美元的售价亦算合理。

所谓实感技术就是电脑通过3D摄像头感知到三维世界。这意味着电脑能够将面前的用户的手或者是脸甚至其他物体，实时从背景中分离出来，捕捉到它们的立体形状，与其他物体的距离，从而做出计算反应。

实感技术并不新奇，比如微软的游戏机Kinect正是利用了这个技术，而英特尔的贡献在于，它能够让安装了芯片的普通电脑在多配置几个摄像头后就具备了这项技术，让这项技术更为普及。

在今年CES上，英特尔也展示了这个技术更广泛的应用场景，除了让无人机自动飞行，还可以应用于可穿戴设备比如智能衣服中，让有需求的人群准确地感知外界——在英特尔Keynote展台上，一名弱视患者穿着这款智能衣服，能够准确掌握站在他附近的科再奇站立的位置，并走上前和他握手。

实感技术还可以帮助3D打印建模。目前3D打印的一个难点在于用专业软件建模过于专业，而用扫描仪建模却意味着额外的成本，而英特尔在电脑上的3D摄像头能够完成这项扫描工作。■





## 空中网络 任您飞联天下

网络设计,悉心照顾您的商务需求。  
亚洲、北美、欧洲,全日空让商务世界在旅途中随您而行。  
您现在可以选择更多经由日本的航线和联程航班,  
减少舟车劳顿,享有更多公务时间。

一切,源自精心设计。

[www.anaskyweb.com](http://www.anaskyweb.com)

**ANA** Inspiration of JAPAN | A STAR ALLIANCE MEMBER 



## 时尚不在这儿

把霓虹灯和LED屏穿在身上到底是为了什么？原本高调承诺露面的时尚品牌纷纷缺席，或许可以让激进的跨界行为先冷静一下。

文 | CBN记者 李蓉慧

今年是Amy Winters第二次参加CES。她跟这里有点格格不入——在这个大家排队体验无人驾驶汽车、玩无人机和机器人的地方，她展示的是两条裙子。

第一条裙子远远看去和普通裙子没什么区别。它以白色为底，从右肩斜着向左下方裙摆增加了几条缝上去的花边，颜色从白色向深绿色渐进。在这几条缝上去的装饰里，藏着一串LED灯和一个颜色传感器，如果你想让灯变成红色，就找个红色的东西贴近传感器。如此一来，这条裙子就会根据接近它的不同颜色而发生变化。

第二条裙子的材质很像塑料，实际这是一种定制的全息皮革，并内置了声音反馈效果系统。Winters告诉《第一财经周刊》，这条裙子一定要在黑暗环境中才能看出“机关”：如果周围环境声音大，裙子上就会显示出像雷电一般的图案，而且声音越大，图案越明显，如果你想听音乐，它也可以“发声”。

时装周可能会嫌弃这两条裙子的材质，即便在光怪陆离的CES，它们也显得有点怪。

Winters似乎对于什么人会穿上它们也没太多打算，她做这一切更多是出于自身，“我对时尚、音乐、电影和视觉效果的产品都很有兴趣，我做的东西大多都希望根据声音、自然光、水和拉力来改变视觉效果。”她对《第一财经周刊》说。但她已经打算把它推向市场了，还为此注册了一家公司——她递过来的名片上写的名称是Rainbow Winters。

在Winters旁边设展的人叫Robert Tu。他的专业背景——加拿大滑铁卢大学电子工程专业和安大略艺术与设计的图形设计专业——会让你自动把他归在工程师或者产品设计师一类，而实际上，他来这里也是为了展示自己设计的服装或产品。

“我做的产品叫MeU，是个可以穿在身上的LED显示屏，”Robert Tu对《第一财经周刊》说，“说是显示屏，其实就是把你想表达的东西显示在衣服上。”

他身后有一条红色长裙，在刚刚结束的一场时装秀（它的确是叫时装秀）中，他让这条裙子显示了一个花朵图案。Robert



01

Tu说，当天在CES上一共进行了3次时装秀。“Fashionware负责帮CES请一些跨界设计师。”Robert Tu说。过去5年里，Fashionware这家公司一直在帮助CES组织结合时尚和技术的时装秀。

没错，时尚正在与技术亲密接触，过去一年，品牌商们频繁露面于技术网站，时尚界的人士似乎从来没有这么在意过技术。就在CES开幕之前，许多媒体预测阿迪达斯、New Balance和巴黎欧莱雅等品牌商都将在CES上设立自己的展位，以展示技术与时尚结合的最新进展。

它们最终没有来，甚至也没有针对缺席CES进行过什么特殊说明。

不过，CES上仍然可以看到一些时尚和生活类品牌，最高调的恐怕就是水晶品牌施华洛世奇。

在位于威尼斯人酒店Sand Expo中间，一个外观看上去很像施华洛世奇专卖店的展柜可能是整个展厅里最“时尚”的展台。不过合作的内容并没有太特别的，无非是试图把水晶贴到各种技术产品的表面。

今年CES上，这个品牌和来自硅谷的可穿戴设备厂商Misfit联合推出新款Misfit Shine，在这款运动手环上有一颗镶嵌了施华洛世奇水晶的“珠宝”——它外形像珠宝，实际上原型还是Misfit Shine。Misfit市场公关部负责人Alyssa Anderson对《第一财经周刊》说，是施华洛世奇主动找过来，想做一些“时尚和技术结合的事情”。

同样，在LG展厅摆放着新款电视的电视柜上，有一个水晶电视支架，上面也写着“由施华洛世奇提供”。

01-02 Amy Winters的两款裙子在CES中显得非常古怪和格格不入。  
03 施华洛世奇和硅谷的可穿戴设备厂商Misfit联合推出的新款Misfit Shine运动手环。  
04 来自纽约的入门级奢侈品品牌Tory Burch与Fitbit合作设计的运动手环。





02



03



04

另一个在CES上现身的时尚品牌是来自纽约的入门级奢侈品品牌Tory Burch。去年CES期间,可穿戴设备Fitbit曾高调宣布了与Tory Burch的合作。在2014年4月,Fitbit产品营销经理Melanie Chase在回复《第一财经周刊》的采访邮件中曾说,“Fitbit现阶段与Tory Burch的合作是象征性的,当我们设计Fitbit Flex的时候,就希望找到合作方来设计配饰。”

这款手环终于出现在Fitbit在CES的展台里了。毫不意外,Tory Burch负责提供外壳,Fitbit则包揽硬件和软件。

可穿戴设备展区里的每个公司都在强调自己的产品具有设计感,尽管它们在功能上是如此相像。

“我觉得时尚、或者说生活消费类品牌想和技术结合,可能可穿戴设备是比较好的突破点。毕竟是第一次让人们知道,哦,原来技术产品还可以穿在身上啊。”Robert Tu说。

运动品牌最早加入其中。Nike和Nike+ Fuelband是运动与可穿戴设备的结合,这可能是最不让人意外的成果。

可还是让人忍不住问:然后呢?

各大奢侈品品牌现在都在意并懂得应用社交网络,特别是把拍照分享应用Instagram作为最重视的营销阵地(详见《第一财经周刊》第327期封面故事),比如Polo Ralph Lauren曾在时装秀上做出18米高的4D图像,并在服装面料上增加了传感器以求让服装跟随外界声光电的变化而变化;而DVF让模特们戴着Google Glass出场制造噱头。“我印象中将时尚和技术结合比较好的时装秀是Decoded。”Winters说。Decoded Fashion是一个2011年成立的、在全球各地举办以时尚和技

术结合为主题活动的组织。

但这一切更像一种标签。Robert Tu也看不到除此以外的更多好处,“坦白说,保守才是时尚业的天性。”

他至今还记得曾经去参加一场时装秀,展示了能“让你想要的图案显示在衣服上”的一款服装,结果刚一结束就发现自己的网站涌入了大量的质疑声,“我当时被骂得特别惨,大家都说,你做的这是什么啊,和时尚有什么关系。”

电子工程和图形设计的学习背景,或许让Robert Tu更能理解技术与时尚行业之间的鸿沟。他认为,如果想让技术和时尚业实现真正的结合还需要些时间——这两个行业的做事方式截然相反。

“硅谷是个讲究破坏式创新的地方,工程师做一个产品出来,他首先考虑的是用户是否存在这个需求。如果有,做出来再根据用户需求调整。时尚业却完全相反,设计服装、配饰很大程度上是设计师的一种情感表达,品牌形象、设计师审美这些非理性因素才是影响时尚业发展的变量。我们什么时候见过一个大牌设计师去问消费者,你想要什么衣服、拎什么样的包,我设计给你?”Robert Tu说。

两个行业一定会越走越近,比如苹果1年前就挖了Burberry的CEO Angela Ahrendts。只不过,它们还需要围绕用户的需求做些真正的创新。

最新的消息是,Apple Watch终于要在3月问世了。它最好能赶在人们对“可穿戴”这个词儿彻底感到厌倦之前,带来个让人刮目相看的产品。■

联系编辑: gaoyulei@yicai.com



## Giant 大公司\*



TCL买Palm, 值吗? / 新闻	48
李嘉诚继续腾挪 / 新闻	49
Jeep不确定的下一步 / 新闻	50
渣打裁员求变 / 新闻	51



万能计算 / 技术	52
-----------	----

## 佳兆业的“黑蝴蝶”

这家历经多次市场调控仍保持领先优势的上市房企，却在市场变好时陷入了困境。

文 | CBN记者 何丹丹

对于青睐快速增长和高回报的离岸投资者而言，佳兆业现在成了突如其来的违约、不安全的投资的代名词。

这些事不该发生在佳兆业身上。成立于1999年的佳兆业崛起速度很快。它于2009年在香港上市，在2014年上半年全国销售额排名中位列第19名。进入新的一年之前，在艰难的市场环境下，佳兆业集团仍完成了2014年90%的销售目标。

2015年的第一天，佳兆业董事会主席郭英成辞任触发的汇丰融资协议的强制性提前还款条文生效日期已过，佳兆业董事会发布公告，称公司未能偿还汇丰融资，并提醒可能触发有关贷款融资、债券及股本证券的交叉违约，从而对该集团的财务状况造成重大不利影响。

“黑蝴蝶”盘旋在佳兆业的头顶，因财务违约而引发的危机开始蔓延。

5天之后，“董事会已达成破产重组协议”的消息传出。尽管佳兆业集团董事会第二天就公开澄清这是假消息，但这家公司各种异常仍然引发了各个合作方的担忧乃至恐慌。截至1月13日，至少15家中国金融机构要求法院冻结佳兆业集团的资产。

引发这种恐慌的多米诺骨牌是佳兆业集团的创始人、董事会主席郭英成的辞任。

2014年12月10日，佳兆业突然发公告宣布郭英成将辞任执行董事、董事会主席、提名委员会主席、薪酬委员会成员及公司授权代表等集团一切职务。至此佳兆业集团的创始人郭英成、郭英智兄弟都退出了佳兆业董事会。在此之前，郭英成已多次被传失联以及被扣查。

第二天，佳兆业再次发布公告称位于深圳的10个物业项目被该市房地局锁定，包括4个已处于预售阶段的住宅项目、3个未售项目和3个出租及自用物业，无法销售、转让和抵押，另外8个发展中的项目的所有审批申请不被接纳，位于龙岗区的建设项目的规划和相关土地的审请批核也被暂停处理。

至此，佳兆业在深圳的18个项目被锁定。而其2014年半年报显示，集团位于深圳市的所有项目数为23个。佳兆业在深圳的开发和销售无奈停摆。

通常，上市公司主席辞职不会引发公司物业被查封和被限制交易。除非是辞职触发了违约条款，合作方申请通过司法程序查封，但也

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



高清杂志网原创  
www.gqzzw.com

只是借款抵押的资产被查封,不可能一个城市里所有物业都被查封。深圳的物业被查封是在强制性提前还款条文被触发之前,不可能是由郭英成辞任引发的。

“法院查封是法律诉讼的保全措施,如果是公安机关查封就可能涉嫌刑事犯罪,查封上市公司资产肯定是跟公司管理层有关系的,或者取得这个项目的过程中有涉嫌触犯法律的部分,不是刑事犯罪的话公安机关一般很少会查封。”北京大成律师事务所上海分所律师董君明对《第一财经周刊》说。

王源是深圳一家上市房企的副总裁,从2014年10月中下旬开始,他不断听到坊间传闻:郭英成被带走调查、郭英成出走香港避祸……当时,深圳市前政法委书记蒋尊玉被组织调查的消息刚刚得到证实。但佳兆业在深圳的公司管理层一直对此讳莫如深,不愿多谈。

即便传闻一度只是传闻,佳兆业的股价还是在10月中旬经历了一波明显下跌。不过投行对佳兆业的前景仍然保持乐观,大多维持了买入评级。这种乐观情绪在11月佳兆业深圳项目被陆续锁定后戛然而止。

海通国际、德意志银行、野村证券等券商开始陆续下调评级至减持或者中性。直到汇丰银行4亿美元的借款违约被爆出,佳兆业危机的第一块多米诺骨牌终于被推倒。

同一天,佳兆业在港交所再发公告,由于位于深圳龙岗区的两个市区旧改项目的所有项目审批申请不被接纳,项目合作方称佳兆业已违反项目合作协议,己方决定行使终止合作协议的权利,要求佳兆业退回其根据合作协议支付的12亿元款项。

此后的1月6日晚间,便出现了“佳兆业已达成破产重组协议”的传言。王源得到的消息是,破产重组是佳兆业董事会放出的假消息,目的是试探市场反应。但这一消息并未得到佳兆业的证实。尽管第二天佳兆业就公开辟谣,但越来越多的债权人因为担心交叉违约风险,要求提前还款,并先后向相关项目所在地的法院申请诉前保全。

令人奇怪的是,仅从佳兆业的财务数字看,它不至于连提前偿还4亿美元借款的能力都没有。据集团2014年半年报披露,佳兆业的现金及银行存款账面值为110.91亿元,而短期债务为60亿元。

香港汇业证券策略师岑智勇认为,这似乎是受到了经济原因以外的因素影响。“从财务角度看,这家公司短期财务资源充足,是能应付短期阶段和债券偿还的。但因为经济以外的因素影响,虽然有足够的资



金,却不愿意支付到期的利息开支,最后造成了违约的事件。”他分析,如果出现了违约,就有其他的债权人纷纷要求还款。目前来看主要的风险是影响到债券的偿付,同时其他风险也正在不断地上升。

岑智勇提到的债券偿付风险已经在离岸市场上有所体现。自2014年10月以来,佳兆业的债券价格就不断下跌,到期年化收益率飙升。公募基金纷纷减持,一些对冲基金开始买入这只已经处于高风险的债券。

“越来越多楼盘被查封,这会影响到现金流回>>

>> 位于北京大望路附近的长安8号,是北京著名的烂尾楼。2013年,佳兆业接管代建长安8号,借此进入北京市场。



## 2014年之前佳兆业的销售业绩

单位: 亿元

## 佳兆业: 从深圳出发



数据来源: 公开资料及佳兆业2009至2013年年报、2014年半年报

流的速度,影响到营运和偿债的能力。”对于一家重资产的房地产公司来说,沉淀了最大比例资金的物业项目被锁定和查封,情况会变得更糟糕。

佳兆业曾经试图在情况更糟糕之前,在深圳之外的项目上争取一些腾挪的空间。

2014年12月31日,也就是汇丰的强制性提前还款条文生效当天,佳兆业公布,上海万科同意收购佳兆业集团在上海的项目公司青湾兆业100%的股权及股东贷款,总价为12亿元。青湾兆业唯一的资产是一块位于上海青浦区重固镇的土地,4个月前才以11.55亿元的价格拍下。但“万科还没来得及付款,就被上海市政府叫停了。”王源透露。

上海万科的总经理孙嘉证实,万科和佳兆业的这笔收购确实还没有付钱就暂停了,“但不是被上海市政府叫停的,而是合作上报集团后,集团考虑到交易存在的不确定性,包括后来它(佳兆业)也发生了一系列事情,最后还是决定暂缓合作。政府方面倒是希望我们能接手,因为没有人接手的话,这个项目可能就烂尾了。”

在信用倒塌之后,佳兆业自救的可能也微乎其微了。

经手过较多信托业务的董君明首先注意到了这家公司对信托行业的影响:“中国总共就64家信托公司,1/6都在它家被套了,平安信托、中融信托、爱建信托等等。它债券的资金没有信托和银行大,总共有10家左右的信托公司合计约70多亿元牵涉进来,另外银行资金也是70多亿元。”

信托公司向法院申请查封的相关项目资产遍布全

国,但影响最严重的仍是深圳的资产,项目数最多。通常信托公司借给房地产公司钱需要有项目抵押或在建工程抵押,一般的抵押率是50%。“但如果连锁反应的话就不好说了,信托项目的时间一般都比较短,2年,最长3年。”董君明说。佳兆业的一部分短期融资以及中期票据在2014年年初至2015年上半年到期。若此消息属实,那么该公司的压力会非常大。

从郭英成的突然辞职开始,公司陷入困境只用了1个月的时间,但董君明倾向于认为,这是个深思熟虑的结果,“做出这个举动之前肯定评估过法律方面的风险,对这个违约条款肯定是明知的,明知这样会触发违约还辞职,肯定是趋利避害的做法。法律上来讲这是紧急避险。”

郭英成紧急避的是什么险?外界猜测最多的是和深圳前政法委书记蒋尊玉被调查有关。

“佳兆业是做旧改项目起家的,从公司成立就开始做了,”王源告诉《第一财经周刊》,“在深圳拿的都是旧改的地,曾经是深圳(房地产企业里)最大的地主之一。你去看蒋尊玉的履历和背后的关系,郭英成辞职和他有直接关系。”佳兆业2014年的半年报披露的信息也印证了王源关于佳兆业土地储备的说法:截至2014年6月30日,佳兆业总土地储备约为236万平方米,足够应付集团未来5年的发展所需。

根据公开资料,蒋尊玉在就任深圳市政法委书记之前,曾于1992年至2001年在深圳市规划国土局任职,其中1996年6月至2001年2月任深圳市规划国土局



# 以下终端可以阅读 电子版《第一财经周刊》

龙岗分局局长，2009年10月至2013年4月任深圳市龙岗区区委书记。

在公开的新闻报道里，2010年和2011年，深圳市龙岗区旧改项目华为城的签字仪式上、佳兆业广场拆迁启动仪式上，蒋尊玉和郭英成都一起出现，蒋尊玉回江苏丰县老家参观考察，郭英成陪同前往。2014年二人还一同出现在深圳的一个慈善活动上。深圳的房地产行业人士认为蒋尊玉和郭英成之间存在某种利益关系。

旧改项目由于涉及居民安置补偿、土地一级开发和政府规划等各方利益，开发链比普通房地产开发更长，难度也更大。另一方面，主导开发旧改项目的好处也是显而易见的——由于企业帮助承担了一定的城市规划的责任，政府也会给予优惠，比如旧改项目重新整理出的大幅土地会以更低的价格给开发商。通常城市的旧改项目多是具有国资背景的国有企业和政府合作开发，民营企业如果没有足够深厚的政府关系，即便有旧改经验，也很少能大规模涉足旧改项目。

《时代周报》2009年一篇名为《佳兆业再启IPO 郭氏兄弟锦衣夜行》的报道中曾提到，佳兆业上市之前，副总裁孙越南表示佳兆业早年在深圳几乎不通过招拍挂拿地。而近年来这家公司在深圳本地几乎是飞速发展，即使经历了两轮房地产宏观调控，它仍然在上市的短短5年间成为深圳市销售额最高的房地产商，超过15年前同样起步于深圳的行业龙头万科。

“万科进上海的第一个项目万科城市花园，那块地就在虹桥机场的飞机航道下面，几分钟就有一架飞机从上空飞过，噪音非常大。不行贿就只给你这样的地。”上海一家未上市房地产企业的董事长李峻这样说。万科是为数不多的要活在阳光里的地产商。

多年的开发经历给李峻的一个感受是，中国的房地产商是最容易走政商路线的：“首先拿地是最要看政府关系的，没有政府关系就不太可能拿到好的地块。接着你想项目的各种繁琐的审批进展顺利，资金转得快一点，没有政府关系也比较难。牵线政府关系甚至做灰色交易是见效最快的办法。”

李峻近年来处于半退休的状态，“现在因为出事的很多，很多企业也摸出一些跟政府打交道的尺度了，不会像郭英成那样走得那么近，”他说，“平时注意维护和政府的关系，但是也会保持一定的距离。”

所有人都愿意活在阳光下。■

（应受访者要求，文中王源、李峻为化名。）

联系编辑：zhaojia@yicai.com



iPhone版 现已上线  
全年定价98元  
单期6元

可在苹果App Store，  
或《第一财经周刊》网站下载



Android版  
全年定价98元

可在各大Android市场  
及应用商店，  
或《第一财经周刊》网站下载



iPad版  
全年定价98元  
单期6元

可在苹果App Store，  
或《第一财经周刊》网站下载



Web版 全新上线  
全年定价98元  
单期6元

www.cbnweek.com

\* 一次付费，同步阅读权益。iPhone/Android/iPad/Web版通用

**CBNweekly**  
第一财经周刊





>> Palm曾因具有通讯等功能的个人掌上电脑，及其搭载的颇具特色的webOS系统而一度受到商务人士追捧。

## TCL买Palm，值吗？

在手机红利时代的尾声，不再风光的Palm还剩下多少品牌价值可供TCL挖掘，是个未知数。

文 | CBN记者 李潮文

长期做着中低端手机生意的中国公司们总谋划着买下一个中高端品牌，帮助它们迅速进军这一市场。TCL提供了又一案例，它最近买下了曾经风光的Palm。

在美国消费电子展（CES）开幕第一天，TCL的CEO李东生正式宣布了这一消息。虽然占据着CES主馆里的重要位置——那是微软撤出后留下来的，但TCL看上去仍是一家彻底的家电厂商。

从目前透露的信息看，TCL仅仅买下了Palm的品牌，及其全球各区域域名等，不涉及员工等其他资产。据媒体报道，这笔交易总价格在1000万美元左右。

TCL能买的也只有品牌和域名了。1992年1月成立于美国硅谷的Palm，曾因具有电子记事、日程提醒、联系人存储，以及随后加入的通讯功能的个人掌上电脑而一度受到商务人士的追捧。但从2005年开始，Palm走向衰落。2010年，它被惠普以12亿美元的价格买下，1年后，惠普便撤销了Palm品牌，停止机器生产，并放弃了Palm自身最具特色的webOS系统。2013年年初，webOS相关

技术及专利，包括源代码及雇员，均被惠普转卖给了LG，所以目前惠普手上仅剩品牌标识及各区域域名使用权。

TCL早前通过收购法国通讯商阿尔卡特已获得一些手机产品资源，并在海外运营多年。李东生希望运用Palm原有的品牌效益，形成TCL一条新的产品线。其运营团队将设在硅谷，先在美国市场重新推出产品。

重新进入市场的Palm已不太可能采用原有的webOS系统，“我们跟webOS没有关联。”TCL通讯部门CEO郭爱平说，他们将选取Android或其他操作系统。

然而，Palm还有多少品牌价值？公开资料显示，Palm最后一次推出产品Palm Pixi还是在2009年。而这期间，苹果等智能手机在市场上已经取代Palm的“掌上电脑”。失去了独特的webOS系统，Palm是否还能重新赢得原有的粉丝，这是个未知数。

当然，TCL要进军美国这样的海外市场也并非痴人说梦。有手机业内人士向《第一财经周刊》透露，TCL通过收购阿尔卡特，握有大量专利资源，数量大大超过小米等主要业务在中国的手机厂商，与中兴、华为等在海外运营多年的厂商也不相上下。

2004年8月，TCL收购了阿尔卡特的手机业务。当时，阿尔卡特是与诺基亚、摩托罗拉齐名的老牌手机厂商。尽管这次整合在此后数年为TCL带来了巨大开支，但收购5年后，市场开始给予回报。到目前为止，其产品在170个国家销售，TCL通讯业务超过85%的收入均来自海外。

阿尔卡特品牌2014年已进入北美市场前五名，郭爱平透露，2015年TCL希望做到美国市场第四名。

视频网站的兴起，尤其是小米、乐视这样的互联网公司开始向市场售卖低价电视产品，直接侵蚀了TCL等家电厂商的份额。TCL 2014年8月公布的上半年财报中，包含电视销售业务的TCL多媒体，营收和毛利都同比下滑16%左右，净利润更是下滑33.5%，但以手机为主营业务的TCL通讯的营收和毛利都有了1倍左右的增长，净利润与同期相比，从亏损2.07亿港元转为盈利4.3亿港元。

不过，考虑到一直扎根中高端市场的三星手机也遭遇了危机，TCL挖掘Palm剩余价值的想法，实现起来并不容易。已有多家调研机构认为，2015年智能手机出货量增长将放缓，除了苹果或许可以不受影响，高规低价将是2015年的主流——无论如何，手机红利时代已进入尾声了。■





>> “重组对任何一个股东都是非常好的，一定公道。”在宣布重组的新闻发布会上，李嘉诚表示。

## 李嘉诚继续腾挪

让股东高兴，减少地产业务带来的折让，将更多资源倾斜到非地产业务上——这次资产重组，承担了多重任务。

文 | CBN记者 沈从乐

经过一番资产的腾挪重组，86岁的李嘉诚稳固了自己亚洲首富的地位。

1月9日，李嘉诚宣布旗下两家核心上市公司长江实业与和记黄埔将进行合并重组，形成两家新公司——长江和记实业有限公司（“长和”）与长江实业地产有限公司（“长地”）。其中，“长地”持有原有两家公司在全球的房地产业务。而余下包括港口、电讯、零售业务以及加拿大石油公司赫斯基的能源权益在内的非地产业务，都将出现在“长和”的资产包中。

如果一切顺利，这次重组将在今年上半年完成。“长和”将继续以长江实业的股份代号上市，和记黄埔将除牌，“长地”则再以介绍形式上市。“长和”与“长地”将会成为两家在股权关系上并列的公司。

“这次重组对任何一个股东都是非常好的，一定公道。”在宣布重组的新闻发布会上，李嘉诚表示，换股将按过去5日股价平均价定价。

原本长江实业的股东将以1:1的比例获发“长和”

股票，和记黄埔的股东则可以用1股换取0.684股的“长和”股票。所有新“长和”股东都将根据其持有的每一股长和股份获得一股“长地”股份。

李嘉诚说，这次重组的一个重要目标就是消除长江实业持有的和记黄埔股份所产生的折让（减价），从而向股东释放实际价值。

投资者通常将长江实业当作地产股来看待，但资本市场近几年看空房地产，让长江实业的估值与很多地产股一样处于长期的净资产折让状态。

重组公告表明，依照长江实业1月7日的收市价计算，其股份较2014年年中股东应占部分的资产净值折让了约23%，即870亿港元（约合698亿元人民币）。其中，长江实业持有的49.97%和记黄埔股权也被计算在内。在原有这种复杂的股权关系下，和记黄埔的非地产业务资产也被市场依照地产业务的判断“低估”了。而按照瑞信的估计，重组可提升“长和”及“长地”每股资产净值17%至20%。

“李嘉诚通过这次重组，用优化结构的方式，能让市场重新认识其资产价值，调整股东预期。”辉立证券港股分析师陈耕对《第一财经周刊》说。

而这也实现了李嘉诚将更多资源倾斜到非地产业务上的想法。

根据计算，李嘉诚家族原本持有以地产为主业的长江实业43.43%的股权，但重组后，其只在“长地”持有30.15%的股权，实际上变相减持了地产业务股权。过去两年，李嘉诚也频频在中国的内地和香港抛售地产。

“李嘉诚旗下的地产业务已经相对成熟，能够通过租赁等方式获得稳定的现金流，这更像是一个大型的房地产信托，所以可以适当做一些减持，”陈耕说，“他是把未来方向放在‘长和’上，投入更多的资源在欧洲做能源、通讯等新业务。”

“以后要选择买入哪只股票，我都要问你啦。”在发布会上面对记者的提问，李嘉诚避而不答。但其实他早已对两家新公司做出了判断——重组完成后，“长地”每年可以赚100亿港元的固定收入，而“长和”则将一次性获得550亿港元的现金流。

重组方案公布当天，长江实业与和记黄埔在美国挂牌的存托凭证（ADR）分别大涨11.4%和9.8%，李嘉诚身价也一夜暴增158亿港元。而重组宣布后的第一个交易日，两家公司的股价涨幅也均进入了港股前十名。

至少目前，这是一个皆大欢喜的局面。■

联系编辑：nini@yicai.com





>> 尽管Jeep在2014年广州车展公布了车型国产化计划，但具体到未来生产和销售细节上，还需要解决一些挑战。

## Jeep不确定的下一步

菲亚特克莱斯勒提出了2018年销售76万辆的激进目标，但想要通过Jeep国产车型切入细分市场，它还需要解决很多问题。

文 | CBN记者 张鑫

对于眼下的菲亚特克莱斯勒汽车和旗下的合资公司广汽菲亚特，现在是一个躁动而无奈的时刻。

Jeep在1月6日公布了2014全年销量数字。2014年全年销售102万辆创造了Jeep品牌的销售纪录，同比增长39%，其中中国地区增长49%，达到8.8万辆。Jeep品牌全球总裁麦凯明(Mike Manley)称，2015年对于Jeep将是“转型之年”。

他提及支撑这个转型的关键就在于，Jeep即将在全球第一大和第四大的汽车市场——中国和巴西开始实行本地化生产。

就在此前于2014年11月举办的广州车展上，广汽菲亚特终于公布了Jeep国产化项目相关进展。该项目被菲亚特克莱斯勒汽车和它的合资伙伴广汽集团寄予厚望。

在过去两年里，这个引人注目的项目几经波折。在2013年年初，广汽就曾与菲亚特克莱斯勒签下关于扩大在华生产、销售的框架协议。按照当时的规划，Jeep应

该在2014年年底就要投放市场。讨论已久的问题包括Jeep究竟是利用现有长沙工厂的剩余产能，还是启用广州第二工厂进行投产等。最终双方采用了在两地分别生产部分车型的折衷方案。

对Jeep品牌而言，其国产化项目也有其自身品牌的特殊性。“在目前增长最快的紧凑型SUV市场，克莱斯勒并没有像福特翼虎或是通用昂科拉这样的车型。”LMC汽车市场咨询(上海)有限公司总经理曾志凌认为，如果想要取得销量上更大的突破，Jeep还需要对产品进行充分的拿捏。

但直至2014年5月，在菲亚特克莱斯勒汽车公布的“五年规划”中，最终才将Jeep的SUV产品在中国国产的时间点明确为2016年。而在2014年广州车展上披露了项目进展包括组建新的合资销售公司的消息后，再未对外公布有关销售渠道的更多细节。

此后其进一步公布具体车型的生产地点，中型SUV车型将在长沙生产，小型SUV、紧凑型SUV则在广州生产。有消息称，长沙工厂的生产线目前正进行设备安装调试，而广州的分工厂已正式动工，两家工厂将投放3款产品，分别针对小型、紧凑型以及中型SUV市场。麦凯明表示自由光将成为最早在华投产的车型。

但真正的问题是未来国产Jeep销售渠道的整合。广东地区一家广汽菲亚特4S店的销售顾问在被问及Jeep的相关问题时，表现迷茫，他甚至还不确定Jeep是否有自己独立的经销商网络。广东地区一家克莱斯勒4S店的市场经理也表示不知情。

截至发稿时，包括销售公司组建进展、销售团队如何整合，以及国产Jeep经销商挑选的具体标准等问题，广汽菲亚特均未给予《第一财经周刊》回复。

更重要的是，未来广汽菲亚特和克莱斯勒中国之间的职能具体如何整合。“按照公告，克莱斯勒中国销售公司和广汽菲亚特的营销部一定会合二为一。”新华信国际咨询(北京)有限公司副总裁金永生对《第一财经周刊》表示，但其中一个难点在于广汽菲亚特营销能力同克莱斯勒存在差距。

这并非难以理解。因为关系到股东双方在新的销售合资公司中的话语权、利益分配等问题，同时也从侧面证明了渠道整合的难度。但对于菲亚特克莱斯勒汽车提出的到2018年实现在华销量76万辆的激进目标而言，在Jeep产品国产化之前，麦明凯所说的转型注定不会轻松。■





>> Peter Sands遭遇了他加入渣打以来最大的信任危机。

## 渣打裁员求变

市场更加难以预测，渣打调整业务结构以应对利润下滑的压力，但时间不等人。

文 | CBN记者 朱宝

1月8日，渣打集团新加坡的部分员工在保安的护送下，离开办公地点。与此相仿的场景也出现在渣打的香港股票市场部门，只不过后者的一些员工在早晨发现办公室的大门是关着的。

这个在2008年金融危机时经常见到的场景，在2015年一开年的渣打集团亚洲市场中出现。随之而来的消息是，渣打集团宣布将结束其旗下企业现金证券、证券研究及证券融资市场业务。渣打银行邮件回复《第一财经周刊》称：此次业务结束受影响的职位主要分布于中国香港、新加坡、韩国、印尼和印度，少部分在英国和美国两个市场。这是该公司撤出或重组其非核心业务，并关闭一些效益并不太好的业务策略的一部分。

此次渣打收缩的业务规模不大。在2013年，渣打在亚太IPO额度为20亿美元，根据其业务费率约2%计算，此类业务收入大概在4000万美元左右，占到集团全年营业额的0.2%。

事实上，2014年是渣打集团的业务收缩和重组的

一年。除了结束股票业务，渣打在零售客户业务方面已经有所动作。在过去3个月内，该公司就裁撤了其零售客户业务领域约2000个职位，并且计划在2015年年底前再度裁员2000人。

“渣打的瘦身是想稳住盈利，相比于其他业务，证券这块的增长与盈利能力可能达不到他们的预期。为了迎合市场环境，渣打可能接下来还有一些其他的瘦身计划。”国内一家券商香港分部的银行业分析师告诉《第一财经周刊》。

除了非主营业务的裁减，渣打集团对自己的主营业务——企业银行业务和个人银行业务进行了合并，这个重大变化发生在2014年的4月。被重组的银行业务部门又根据客户分为3个分组，分别是企业和机构客户、商业与私人银行客户，以及个人客户。渣打认为这样的重组有利于集团后台资源发挥更大的效力，减少后台人员的重复设置，从而达到降低成本的目的。从服务的角度来说，又可以提高集团对个别客户服务的专注程度，促进生产效益以及提升对客户产品服务的水准。

这正如渣打集团行政总裁Peter Sands在2014年第三季度管理层报告中所言，这家公司正在执行新的策略，重新调配投资项目的优先次序，从非核心业务撤资，减少资产配置的风险，重新进行资金资源的分配。

但2014年，渣打集团内部整合短期之内似乎还未见成效。前三季度，公司税前盈利15.3亿美元，同比减少16%，相对于2013年下降幅度又加剧了不少。

此前，渣打集团曾经经历了从2002年到2012年的利润持续上涨。这种出色的业绩和渣打90%的收入及盈利贡献来自于亚洲、非洲及中东等新兴地区有关。不过从2012年开始，美元升值引起的货币流动紧张以及中国及周边市场经济增长减速让渣打的盈利受到影响。

此外，不良资产上升也是渣打集团业绩变差的原因。这些坏帐部分由于渣打客户的经营状况变差，其中还夹杂着一些黑天鹅事件。比如，在德诚矿业青岛港大宗商品融资骗贷，渣打可能形成2.5亿美元的坏账。

不理想的经营状况带来的公司高层的变动也引起了部分股东的不满，其中一些人热衷于把Peter Sands赶下台。同样面临信任危机的渣打集团主席John Peace所代表的董事会似乎对Sands表示了“无异议”的支持，并认为，“市场疲弱时，监管压力及政治风险加剧，为银行董事会及管理层整体带来压力”，而渣打专注于新兴市场的商业模式没有“崩溃”。■

联系编辑: cuipeng@yicai.com



## 万能计算

Wolfram Alpha搜索引擎并不能取代Google,但它却可能衍生出一些新的商业模式。

文 | CBN记者 吴杨盈莹

制图 | 彭奥

“生活的意义是什么?”

很多人都会在某一天,脑海里突然冒出这么一个问题。当然,对于这一宏大命题,没有人会给出一个确切答案——或许除了Wolfram Alpha,一款搜索引擎,它的答案很确定:42。

这个看似不着边际的答案来自经典科幻小说《银河系漫游指南》。一个智慧种族制造出了宇宙中最强大的超级计算机“沉思”,它能够提供关于生命、宇宙等一切问题的终极答案。经过750万年的漫长计算,“沉思”给出了“42”这一答案。

虽然同样被称为搜索引擎,但是Wolfram Alpha的运作方式与Google、百度等传统搜索引擎不太一样。它的创造者——英国科学家史蒂芬·沃尔弗拉姆(Stephen Wolfram)给它的定义是“计算知识引擎”。

简单来说,Google只能够回答已经被人们回答过的问题,但Wolfram Alpha能够给出还没有被人回答过的新问题的答案。它从公众和获得授权的资源中,发掘、建立起一个庞大并经过组织的数据库,再通过算法的推理,得出满足条件的答案。

或许“生活的意义”称不上知识,也并不能体现出Wolfram Alpha的特点,但如果你想知道现在国际空间站的位置在哪儿,Google等搜索引擎一般会提取出你问题里的关键词,通过这些关键词定位到关联的文本和网页,再将它们呈现出来。所以,你可能得到的答案是过去某人计算出来的国际空间站位置,或者是国际空间站网站上登出来的数据。

而Wolfram Alpha则会根据现在的日期,自动计算出国际空间站的位置,并画出一幅轨道图。这意味着这款搜索引擎不仅能理解你的提问,知道国际空间站是什么、怎样运行,此外,它还能知道国际空间站的轨道和速度,并自动选取相应的公式计算出具体的经纬度。

沃尔弗拉姆早在2009年就宣布了Wolfram Alpha的计划,但更多人注意到它,是因为2011年苹果的语音助

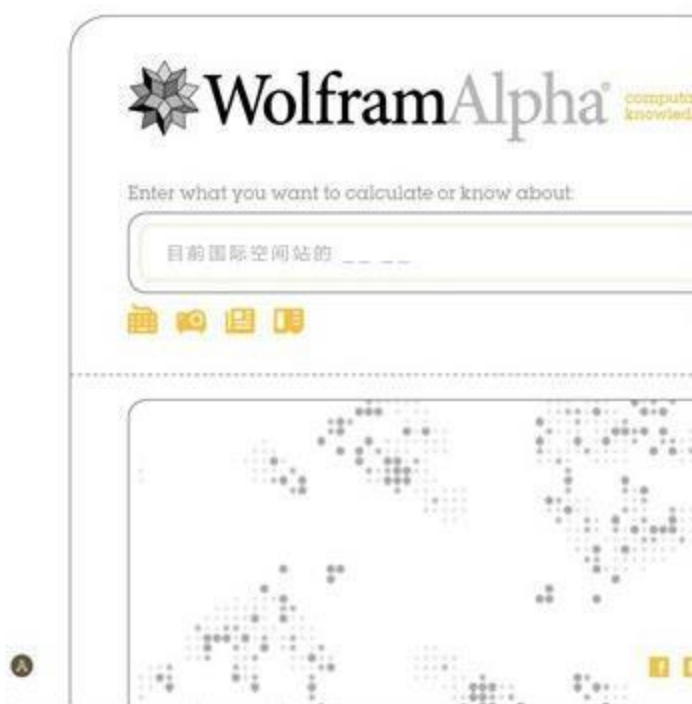
## Wolfram Alpha 如何知道国际空间站当下的位置?

1 键入要搜索的内容:“目前国际空间站的位置”。

2 系统提取关键词:“国际空间站”“位置”等。

后台根据国际空间站的轨道和速度,以及现在的日期,自动选取公式,计算出国际空间站的当下位置。

3 答案以一幅轨道图呈现,并提供经纬度。



手Siri的发布。它为Siri提供了搜索技术支持。

彼时,曾有人将Wolfram Alpha称为“Google的替代者”,不过这样的定位或许是对它的误解。它并不太可能成为像Google这样的主流搜索引擎,但却可能成为很多细分行业的一个有效工具。

Wolfram Alpha和它使用的程序语言Mathematica,已经应用在了包括教育、医疗、商业等众多领域里。2015年1月,英国制药公司阿斯利康就发布了一种基于Mathematica建模的肝功能监测方法。在Wolfram公司的帮助下,阿斯利康公司使用核磁共振和Mathematica,在计算机中建立起患者的虚拟3D肝脏模型。只要患者的肝功能出现早期的衰竭症状,这种技术就能够在第一时间检测出来,从而有效避免药物性肝损伤的危害。

“我们想要实现的是,只要你能够描述要做什么,计算机就替你做。”沃尔弗拉姆对《第一财经周刊》说。

被认为是当今技术计算领域最重要革新者的沃尔





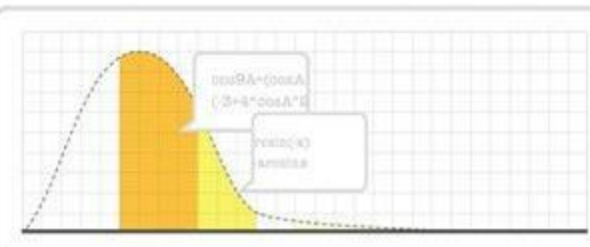
Enter what you want to calculate or know about:

目前国际空间站的位置



国际空间站...

位置...



$$\int \frac{1}{(a^2 - x^2)^{3/2}} dx = \frac{1}{2a} \ln \left| \frac{a+x}{a-x} \right| + \frac{1}{a^2} \arctan \left( \frac{x}{a\sqrt{a^2 - x^2}} \right) + C$$
  

$$\int \frac{1}{(a^2 + x^2)^{3/2}} dx = \frac{1}{a^2} \arctan \left( \frac{x}{a} \right) + \frac{x}{a^2 \sqrt{a^2 + x^2}} + C$$
  

$$\int \sec^2 x \, dx = \tan x + C$$
  

$$\int \sec x \, dx = \ln |\sec x + \tan x| + C$$
  

$$\int \frac{1}{\cosh(x)} dx = \operatorname{arctanh}(x) + C$$
  

$$\lim_{x \rightarrow \infty} \frac{f(x)}{g(x)} = \lim_{x \rightarrow \infty} \frac{f'(x)}{g'(x)}$$
  

$$\int \sec^2 x \, dx = \tan x + C$$
  

$$\lim_{x \rightarrow 0} \frac{f(x)}{g(x)} = \lim_{x \rightarrow 0} \frac{f'(x)}{g'(x)}$$



what you want to calculate or know about:

目前国际空间站的位置



\*目前搜索不支持中文，搜索条目为《第一财经周刊》翻译。资料来源：根据公开资料整理

弗拉姆，长着一张标准的“科学家脸”——戴着大大的圆眼镜、谢顶，只有脑袋两侧还留有一些灰白卷发。而其12岁就撰写了一部物理学词典，14岁时已完成了3本研究粒子物理的书，15岁在权威学术期刊上发表了物理学论文，20岁取得了理论物理学的博士学位，22岁时成为最年轻的麦克阿瑟“天才人物”奖获奖者的传奇经历，也与传统印象中“科学怪人”的形象颇为吻合。

但沃尔弗拉姆同时又颇具商业头脑，其创造出的程序语言Mathematica在全球的使用者已超过100万，他本人也通过发售这款软件成为了千万富翁。

而他还在拓展更多的“客户”。比如艺术就可能是下一个被计算波及的领域。他和团队一起制作了Wolfram Tones平台，用计算进行音乐创作试验。计算机生成的每一段图谱，都能够通过算法渲染成音乐。每一首曲子都独一无二，并可以作为铃声下载——这其中就蕴含着很多新的商业模式。

沃尔弗拉姆的名片颇为特别：除了名字和邮件地址，这张橙色的纸片上只有一堆凸起的红色小方块，像俄罗斯方块那样排列成一个金字塔的形状。

这代表着他的核心理念：这个世界的许多复杂事物，可能是由最简单的一些基本规律演化而来。Mathematica正是如此。比如一个复杂函数计算，需要写10行代码，但在Mathematica中只需要输入1个单词。

最近几年，沃尔弗拉姆还对“虚拟宇宙”产生了兴趣。他认为，这些宇宙有着非常简单的基本规律，却成功再现了狭义相对论、广义相对论和重力，甚至出现了量子力学的暗示。

小时候，曾有人预言沃尔弗拉姆将来会成为一名哲学家，但他却并不完全认同：“大部分哲学家还在争吵2000年前人们争吵的事情。但我想要的是确定的答案。”同时，这个答案还能创造价值。■

联系编辑：nini@yicai.com





Organic  
and  
Beyond



2015年正谷家宴食品卡  
可持续生活方式  
环境友好  
公平贸易  
动物福利



从右至左依次为：

徐新 联合创始人 执行总裁

张晓尔 联合创始人 副总裁

张建伟 博士 联合创始人 执行总裁

邢建平 博士 联合创始人 首席产品官

张铭 联合创始人 高级副总裁

张向东 创始人 董事长

张婷婷 联合创始人 副总裁兼首席品牌官

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



# 正谷家宴

寄予对传统的敬重之心，2015年春节，  
正谷作为有机行业领先品牌，  
奉上正谷标准农场所产的优质食材，成就「正谷家宴」。  
呈上自然美味，表达美好情感，  
与您分享健康、适度、可持续的生活方式。



正谷家宴食品卡，推出正谷家宴套餐。正谷有机农业团队诚意奉上：正谷澳洲动物福利有机牛肉、正谷阿拉斯加可持续渔业海鲜、正谷丹麦生态猪肉、正谷Cavell公平贸易巧克力、正谷有机原稻米、正谷有机蔬果等，符合正谷优质食品标准，为您配送到家！

详情可致电 400-630-1001  
或访问 [www.oabc.cc](http://www.oabc.cc)



正谷官方微信



## Fast 快公司\*

主编 | 董晓常 高宇雷



将超市搬上门 / 快公司

60



找课上, 还要找朋友 / 创业

64

## 专车博弈

在颠覆传统出租车行业的过程中, 互联网用车服务总会遭遇政府和传统行业带来的问题, 这一次博弈发生在了中国。

文 | CBN记者 杨轩

图 | David Ramos/Getty Images

通常情况下, 在北京不拥堵的晚上, 如果想赚点零花钱顺便散散心, 常峰就会开着自己的奥迪轿车, 打开Uber(中文名为“优步”)的司机客户端, 出去拉活儿。他觉得, “看看人生百态”挺有意思的。

但这种生活最近起了点波澜。1月6日, 北京市交通执法总队突然宣布不得吸纳私家车加盟从事专车服务, 对于黑车将实行严打, 对私家车主最高处2万元以内的罚款。自从开始开优步后, 他会对这类消息特别留心一下。

根据媒体报道, 1月6日下午, 多名执法队员在首都国际机场T3航站楼前进行检查。一辆黑色迈腾轿车下午1时17分停靠在路边, 车内司机与乘客通过手机进行结算时, 执法队员上前, 要求司机出示行驶证和手机, 并在手机中看到双方是通过打车软件易到用车进行的交易, 于是记录了行车路线和交易金额。在两个多小时里, 执法队员在T3航站楼前共查到3辆“专车”, 并都将其认定为从事非法运营的私家车。

这场突如其来的打击活动似乎声势浩大。网上流传的一条主题为“紧急通知”的短信截屏图显示: “截至(1月6日)下午15时, 已经扣车200余辆, 执法大队今天(1月7日)的目标是500辆! 机场及火车站每车必查。请大家高度重视。尽量不要拉机场、火车站的单!” 而北京交通执法总队公开宣称的2014年网络专车抓扣量为47辆。

《第一财经周刊》向北京交通执法总队发出了数据核实要求, 在发稿前尚未得到回复确认。但数家打车软件公司人士均对《第一财经周刊》称, 使用自己平台的被扣车辆就是“几辆”。此外, 济南、广州等共约10个城市, 都在这个时间点前后进行了打击。上海早在北京之前, 于2014年12月抓扣了12辆互联网专车。

可以确定的是, 这轮打击中, 机场、火车站等场所是重点区域。司机称, 除了当面抓捕, 执法者还直接用专车软件叫车, 抓扣响应的车辆和司机, 俗称“钓鱼执法”。普通乘客的确能感受到这轮打击产生的影响。在北京国贸、机场等地试图用专车软件打车的用户发现这几天叫车变得困难了。一名用户名为AAakin的微博用户称, 自己1月8日早上打专车, 专车司机很谨慎地问他: 昨天看滴滴的新闻没有, 怎么看?

“我们这个行当本身就是跟监管高度相关, 没有那么自由竞争





的。”一名专车行业的管理者对《第一财经周刊》称，在开始专车业务之前，他所就职的公司就意识到了这点。

即使是在全球范围内，“专车”这个行业通常也要与政府、出租车行业进行博弈。

就在2014年12月，中国台湾判定Uber的私家车运营服务违法，侵犯了合法从业者的利益，其交通部门称Uber“已不是仅止于游走法规灰色地带，而是明确非法营业。”受此波及，另一款模式类似“滴滴”和“快的”的打车软件Easytaxi突然宣布全面退出中国台湾市场。

几乎是在同时，韩国的检察官指控Uber首席执行官特拉维斯·卡兰尼克(Travis Kalanick)及Uber韩国业务合作伙伴MK韩国(MK Korea)负责人，称他们违反了韩国国内的交通运输法。卡兰尼克因此将面临1.8万美元的罚款或两年监禁。而早在2014年7月，首尔政府就曾宣布Uber违反了韩国法律——未注册的私人或租赁车辆不得用于付费的出租车服务。首尔政府决定禁用Uber，并计划于2014年12月推出一款替代应用，提供在官方注册过的合法出租车。

Uber显然对原本的出租车从业者和利益相关者形成了威胁。2014年6月，一场声势浩大的抗议活动在欧

洲大陆不断蔓延，伦敦、巴黎、马德里、巴塞罗那、米兰的出租车司机们纷纷走上街头，抗议Uber抢了他们的饭碗。柏林和阿姆斯特丹等城市已禁止了Uber的低成本服务UberPop——类似于中国的“人民优步”服务，并对一些继续载客的Uber司机罚款。在美国，匹兹堡政府则表示，在获得宾夕法尼亚公共事业委员会认可前，Uber的服务将被暂停。

北京等地的这一轮打击，其背后的逻辑与Uber在上述地方的遭遇十分相似。一名专车软件公司的内部人士对《第一财经周刊》称，虽然从长远来看发生这样事情在所难免，但这轮打击来得也算突然。这与1月4日沈阳出租车司机的罢工紧密相关，这场罢工游行声势浩大，沈阳出租车司机组成的队伍在浑南奥体中心集合，然后依次行驶于青年大街、市政府等重要地点，全部空车行驶，据报道称参与司机有上千人。

这次抗议的沈阳出租车司机提出了数项要求，包括降低出租车“份儿钱”、要求保留每单1元钱的燃油附加费、打击黑车和套牌出租车、打击互联网专车。而在1月9日，南京的出租车司机也进行了罢工，4名参与停运的出租车驾驶员代表与南京官方进行了“对话”，他>>

>> Uber在全球都遭遇了政府和出租车行业的抵制，但这并没有影响它的发展速度。





在这次打击中，无论媒体还是乘客，几乎都站在专车软件这一边。

99

们提出包括降低“份子钱”、提高起步价、夜车提价、增加返程费等要求。

出租车司机对专车的确有不满。济南客运主管部门1月6日下午紧急叫停滴滴专车后，1月8日查扣了4辆专车，其中两辆专车是出租车司机叫车后举报的。南京的出租车司机在此前也罢过一次工，因为南京的出租车数量相对较多，专车出现后抢了他们的市场。

但出租车司机的诉求归根结底是提高自己的收入，而不是打压互联网专车。在南京，一辆普通出租车的普通出租车的“份子钱”为每月7000元，中高档出租车为每月9000元。根据南京司机的说法，其月收入在两三千到四五千元之间。北京出租车的份儿钱标准，是一人一车每月5175元，二人一车每月8280元。而这些份子钱最终进了特殊利益集团的腰包。

跟专车司机相比，出租车司机生计相对艰难。常峰只是晚上随便拉几单，但根据Uber的奖励政策，只要一个星期拉够20单，Uber就奖励他1600元——相当于只要达到这个最低标准，每个月仅Uber的补贴就有6400元。而北京专车司机普遍的说法是，如果把这当做正经工作来干，月收入在两三万元左右。因此，也有出租车司机转行去开专车的。

一名专车软件公司的人士称，当政府面临出租车司机罢工提的诉求时，降低份儿钱、触动出租车公司和出租车牌照持有人的利益，或者提价并不容易立即实现，打击专车则是相对容易的选项，尽管专车服务在事实上提高了效率。

在这次打击中，无论媒体还是乘客，几乎都站在专车软件这一边。有过出租车和专车乘车经验的人，都不难看出二者的区别。以车内状况来说，专车就要比出租车好太多；为了省钱，一些出租车不太愿意开空调，修车保养也是挑相对便宜的店，而专车里不仅有空调，还有水、Wi-Fi；由于软件能记录行车路线，专车的计费更清晰；出租车司机态度粗野的不在少数，但专车司机通常相对年轻、教育程度不错，加上专车有评价体系，司机们通常都对乘客比较客气。

常峰毕业于一所排名前十的名校，全职工作是一家教育机构的管理者，他把开专车看做是种生活方式，不

怎么在乎钱，常常在到达目的地之前，就先把计费表停了。虽然是抱着“看人生百态”的想法开的专车，但是因为用户能够评分，所以开起车来也不敢那么任性。他这两个星期拉了50来单，除了1单，用户全都打了5星。

“这次打击里，我最意外的就是这么多媒体和自媒体大号都是自发支持专车的。”上述专车公司员工称。

2012年，Uber在纽约也遇到过合法化的问题。但最终法院裁定Uber合法，称打车应用对于公共交通有益，试图阻止乘客利用最新技术享受出租车服务令人震惊。Uber在伦敦的状况也类似，最初被认为是非法，但伦敦交通局最终认定Uber是合理和合法的。

滴滴打车副总裁朱平豆曾对《第一财经周刊》称，滴滴的专车业务上线以来最为重要的事件，就是交通部官员在2014年11月表示，对于这种“专车”预约服务，“不要一棍子打死”，应该以“以人为本、鼓励创新、趋利避害、规范管理”为指导原则。对于政府来说，在为市民解决出行难、拥堵、空气污染这些问题上，它们跟打车软件公司的利益是一致的。

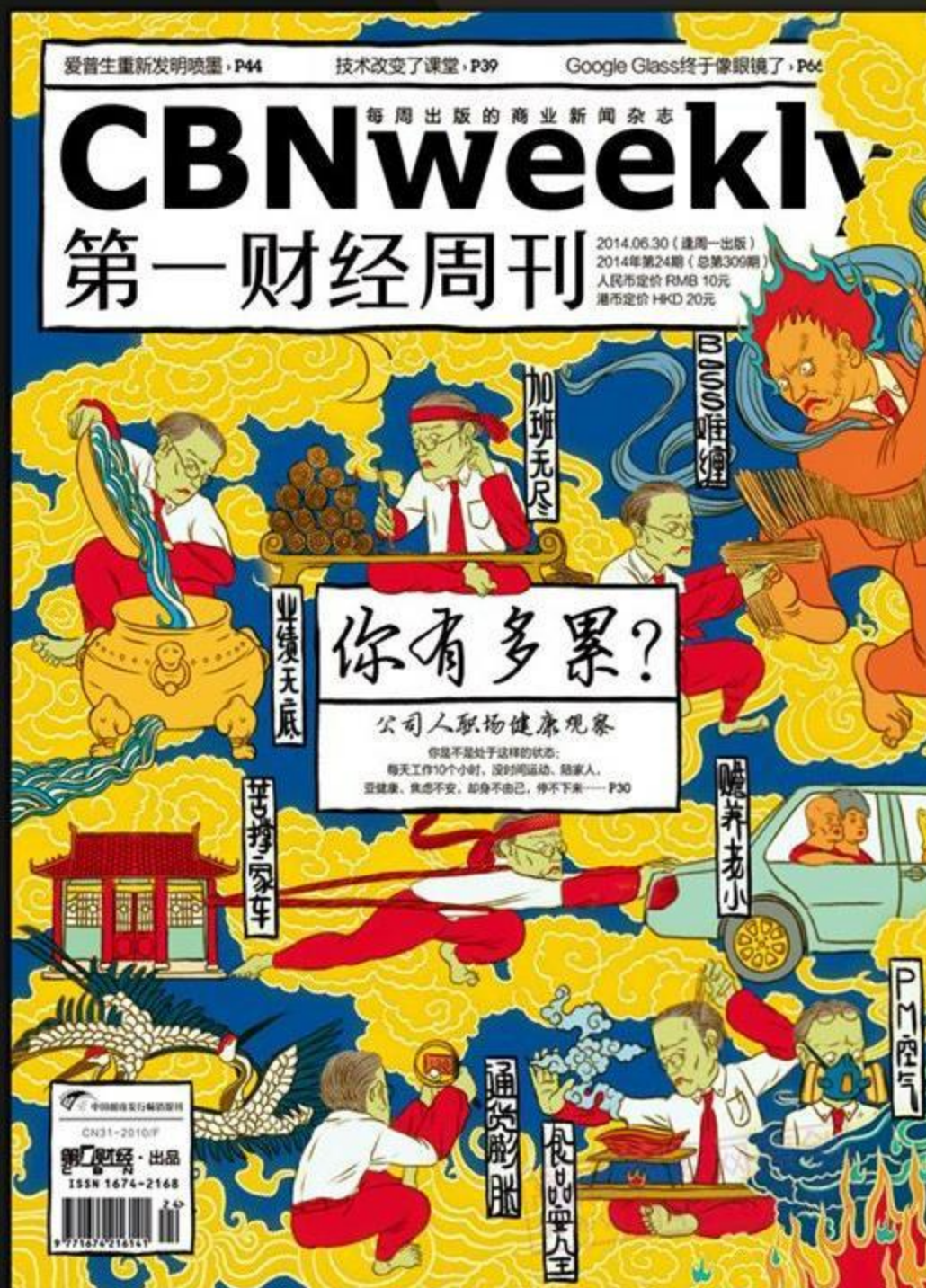
最终，1月8日，交通部公开表示，当前各类“专车”软件将租赁汽车通过网络平台整合起来，并根据乘客意愿通过第三方劳务公司提供驾驶员服务，是创新服务模式。不过，交通部还是将私人驾驶车辆混入专车经营的行为定位为黑车。

“交通部这个表态是个利好。”一名专车行业人士称，至少，按照这个规定做的专车业务是合法的。而且，即使是私家车继续运营，执法部门想要查处，在交易现场当场抓住也很难，“那么多年，连黑车都还没管过来，只要需求在，就很难靠行政手段来压住。”此次被抓扣的车辆，大多由打车软件和租赁公司出大头、司机出小头，交了罚款。

常峰也觉得这次严打对自己没什么影响，他车还是照开，反正自己平常也不怎么去机场和火车站。不过，上海政府部门已经要求滴滴提供其平台上专车司机和车辆的信息，这意味着，如果滴滴这样的软件把信息全数提供给政府，政府就有可能查处开专车的私家车主。目前，滴滴向上海市政府提供了700多辆车的信息——有司机称，滴滴、快的这样的公司，在北京、上海这样的大城市里，有大约500到1000多辆隶属于它们自己、雇用专职司机来开的车辆——但上海政府称，据其估算应该有3000辆。

专车行业显然还没到可以高枕无忧的时候。■





iTunes中国商店最畅销中文杂志

《第一财经周刊》iPad版数字杂志



高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



>> 创始人邵元元想做的不只是电商，而是房地产售后服务市场。

## 将超市搬上门

社区001和线下商超合作，让用户下单后1小时就能够收到送货上门的商品。虽然做的事情像是电商，但它们看上的是房地产的售后服务市场。

文 | CBN记者 吴杨盈荟

图 | 王卓

“我们自己就有电商部门，为什么要跟你合作？你难道不是来抢我们的生意的吗？”卜蜂莲花的高级副总裁陶源直接拒绝了邵元元的合作请求。

自从2012年成立了社区001，邵元元经常遇到这种被拒绝的窘境。他希望创建一个连接线上消费者和线下零售商超的平台。用户在线上下单购物，配送员从线下实体店提货，在1小时之内就配送到用户的家里。

为了谈合作，邵元元跑遍了北京市区的所有大型商超，但得到的答案是无一例外的拒绝。他接触到的商超，要么对电商的投入并不重视，要么对自己的电商部门十分自信，认为根本不需要靠一个外部的初创公司帮忙。甚至一些商超的电商负责人还对他非常警惕，认为他有可能抢掉自己部门的任务。

“这个过程非常艰难。O2O不是简单的加法，是一个复杂的数字方程式。一环扣不住，都很难往下继续。每一环都有很大的苦处。”邵元元说。

现在，社区001已经拥有86个服务站点，覆盖了全国14个城市，年底计划开通的城市总数将达30个。2014年10月，其天使投资人之一的薛蛮子在微博公布，社区001获得了1亿美元的B轮融资，估值达到20亿元人民币。

创业之前，邵元元是搜房网的副总裁。在搜房网那段时间里，邵元元最大的困扰，是怎么样让用户来了之后不再离开。用户买房，是几年甚至几十年才有一次的行为。在买到了心仪的房屋之后，很多用户就会离开，在相当长一段时间内不再登录搜房网。

当时，邵元元认为搜房网的下一步，应该要进入房地产的售后服务市场，做房地产的4S店。在他看来，尽管中国物业现状很差，还处在原始落后的阶段，但是物业的手中有一个大金矿——业主。业主是消费用户最集中的群体，谁掌握了业主，谁就能够获得大量优质的用户。

获得了用户之后，还需要将他们转化成消费者。实体商城最大的问题是守株待兔。如果能够建立一个互联网平台，让业主直接在上面购买实体商店里的商品，再用配送人员送货上门。这样一来，从获得用户到变现消费就可以顺利实现了。

想清楚了房地产售后服务市场的商业模式，邵元元十分兴奋。他很快向搜房网的控股股东澳洲电讯公司提交了方案申请。可澳洲电讯对这个提议并不感兴趣，它退回了邵元元的方案。

这时的邵元元早已过了适合创业的年龄。他已经



高清杂志网原创  
www.gqzzw.com

66

过了45岁,女儿都上大学了。他甚至考虑过将这个想法当成知识产权,免费赠送给一些正在创业的朋友。但朋友们听了之后,对他的想法不屑一顾。“这不就是做超市的搬运工吗?”他们纷纷反问。

“听到他们这么说,我干脆就不给他们了。我自己来做。”邵元元说。他找到了自己的朋友杜国强和薛蛮子,3个人一起凑了500万元作为启动资金。2011年年底,邵元元离开搜房网,创立了社区001。

邵元元创办社区001的第一件事,是制作一套物业信息管理系统,免费提供给各大物业公司使用。之前物业公司发布水电煤气通知,只能通过贴公告、塞纸条进信箱等原始而低效的方式。现在使用了社区001的信息管理系统,物业公司能够直接将通知短信发到用户的手机上。

邵元元原先在搜房网时,积累了一大批房地产开发商的资源。通过这些开发商资源,他在将这套物业信息管理系统推荐给各个物业公司时,一路商谈得比较顺利。而且使用这套系统之后,物业公司每年能够省下50万至100万元的管理和人力成本,因此物业公司也愿意使用。由于系统是免费提供给各个物业公司使用,发短信的费用都是由社区001承担,加上研发费用,社区001总共为物业信息系统投入了几千万元的成本。

投入成本这么大,却在做一个跟电商看起来没有太大关系的事情。周围许多人一开始都不理解。但邵元元有自己的打算。他希望通过这套物业系统掌握业主信息,为社区001获得真实的用户。

在获取用户上,邵元元没有采取一般互联网公司的通常做法,在线上购买流量。因为他并不相信这种方式能够大规模带来真正的用户。邵元元在互联网已经打拼了将近20年,他很清楚,虚假流量是目前中国互联网最大的问题之一。

“现在购买流量的成本非常高,但转化率却很低,千分之一都达不到。公共互联网的流量已经透支了。中国网民的成长速度是有限的,但是99%的互联网公司都将大部分成本都给了流量。”邵元元说。

邵元元用了半年时间,让社区001开发的物业信息系统覆盖了北京的800多个小区。这种从物业下手的巧妙方式取得了不错的效果。如今一个新成立的互联网公司,获取一个用户的成本往往超过100元。就算是已经颇具规模的大电商平台,也得在每个新用户身上花掉5至10元。但在社区001,这个成本只有4元。

现在购买流量的成本非常高,但转化率却很低,千分之一都达不到。公共互联网的流量已经透支了。

99

邵元元瞄准的用户群体是35至55岁之间的中年人。他们掌握着家庭的采购大权,但由于不熟悉网络,成为了绝大多数互联网公司忽略的群体。为了迎合这些用户的使用习惯,邵元元将自己的网站设计成了“傻瓜式导航”。用户上去后,只要选择自己家在哪个城市的哪个小区,就可以顺利购物。

小区地推是邵元元找到的另一个吸引目标用户的有效方式。员工会定期到各个小区支起“社区001”的展台,上面放上各种各样的商品。这些商品都是只看不卖。如果有业主感兴趣,员工会手把手教他们如何使用微信或者电话下单。再按照正常的业务流程,由配送人员送货上门。

手中握有了用户,邵元元觉得是时候去找线下商超谈合作了。他在自己的办公室墙上贴了一张大大的北京市地图。在上面用不同颜色的塑料图钉,将北京比较重要的商超门店都标记出来。这些都是他理想的合作对象。

他计划将全北京划成方圆5公里的商圈。每个商圈的中心设立一个社区001的站点,安排10至20个配送人员。5公里之内的所有线下商超都在这个门店的服务范围内。用户在网上下单之后,配送员前往线下商超拿货,然后在1小时之内送到用户的家中。

邵元元没有想到,和商超的谈判会进行得这么艰难。他跑遍了北京所有大型的商超,费尽口舌说服它们和社区001合作。1个月内,商超的合作回复陆续传来,全都是不接受合作的坏消息。现在,卜蜂莲花是他剩下的希望。

但卜蜂莲花的陶源并不认为自己会给邵元元带来什么好消息。他是卜蜂莲花高级副总裁。在收到社区001的合作方案后,他没有给邵元元任何回信,直接飞去了日本休假。

陶源之前在日本做了8年的电商业务。他曾经在惠普日本分公司负责电商服务部门,在两个月的时间内将惠普日本区线上销售的满意度从43%提升到88%。2011年日本大地震之后,他回到中国,加入卜蜂莲花。

&gt;&gt;



## 社区001有什么不一样

- ① 35至55岁之间的未被电商关注的用户。
- ② 解决最后一公里配送。
- ③ 地推团队可以较低成本获得用户。
- ④ 通过物业掌握用户信息。

这次回国，陶源希望通过自己的能力，帮助卜蜂莲花开拓新的电商业务。在他的眼里，中国线下零售业的电商发展和日本起码有10年的差距，还处在非常初级的阶段。他在日本的成熟电商经验，在中国正好有了用武之地。

至于社区001的电商合作提议，他并不觉得有多大意义。他相信有了自己的加入，卜蜂莲花能够在电商业务方面取得突破，根本不需要和外来的一个初创公司进行合作。

转机发生在陶源看樱花的某个时刻。他无意中瞥见，日本的一队建筑工人正在建造房子。他们的做法和中国完全不同。中国如果要造一个50层的房子，会首先搭好50层的框架，然后一层一层往里填。但日本是在另一个工厂先搭建好每一个房间，甚至连内部的装修都全部完成。最后将这些建好的单个房间运到地基上面一拼装，一栋完整的房屋就出现了。

这给了他思维方式上极大的震撼。“那一瞬间好像被雷劈到了一样，一下子就想通了。”陶源对《第一财经周刊》说。

他觉得，线下零售商的电商化，也应该采取同样的思路，不是自己一个人从零开始全部一点点搭建好，而是每个合作对象专注负责自己的部分，然后将大家的成品拼合在一起。

陶源看得很清楚，线下零售业的传统行业思维让它们没办法做好电商。他的前任电商部门负责人，花了100万元发展电商之后，就被卜蜂莲花集团紧急叫停。传统的零售行业非常重视盈利。它们一分钱也不愿意多投入，却要求电商部门从第一天起就开始挣钱。互联网公司通过烧投资人的钱，在早期大量抢占用户的做法，对于线下零售业来说是不可能发生的事情。这样一来，它们在线上不可能竞争得过互联网公司。如果卜蜂莲花擅长的是线下零售，那么线上电商和配送就应该由社区001这样的互联网公司负责。

从日本回来后，陶源第一时间联系了邵元元。卜蜂莲花成为了社区001第一家达成合作的大型商超。

尽管合作已经达成，但是卜蜂莲花除了电商，其他部门对社区001始终抱有怀疑态度。它们害怕社区001抢走卜蜂莲花的顾客。再加上卜蜂莲花集团作为一家大公司，行政层级太多，双方在合作的过程中遇到了不少麻烦。

卜蜂莲花有27台闲置的服务器。陶源打算将这些

服务器申请下来，用来支持电商部门和社区001的合作。申请报告打上去了半年，这些闲置的服务器也没有批下来。邵元元只好自己出钱，购买了一批服务器，提供给电商部门使用。

卜蜂莲花也不愿意跟社区001打通资金链。双方在提货的账期上纠缠了许久，也没有达成一致。最后，邵元元不得不咬咬牙：“好，就当我是般的顾客，从你们这里买商品总行了吧？”

最开始的一段时期，社区001的配送员都是先交钱给卜蜂莲花，才能够从里面拿货出去。随着合作时间的推移，卜蜂莲花才渐渐对社区001开放了一定的信用额度，可以先不打款直接提货。

有了第一家合作商超作示范，愿意和社区001合作的线下门店逐渐多了起来。如今，社区001在全国总共有4000多家供货商，包括家乐福、世纪联华等大型超市，SKU（库存量单位）超过了66万。

从2014年7月开始，社区001和德国超市集团麦德龙开始尝试合作运营。麦德龙对社区001全面开放商品系统，打通资金链，共享顾客数据。社区001的配送员会定期前往麦德龙店面接受培训，体验顾客购买商品的情境。这次合作在未来的一年里，将覆盖麦德龙在全中国56个城市的80家门店。

过去的3年时间，邵元元一直只重点开拓北京这一个城市的市场。到了2014年，社区001已经覆盖了全北京4300多个小区，每个月的营收流水超过20亿元。邵元元觉得，社区001已经到了向全国拓展的时候。

2014年1月，社区001获得了上亿元的A轮融资。有了大量资金作支撑，邵元元在3月开通了社区001的上海站点。经过两个月的运营尝试后，他判断，将社区001的模式成功复制到其他城市应该没有问题。于是从6月开始，邵元元迅速将社区001拓展到广州、深圳、沈阳等城市。最高峰的时候，他在1个月内同时开通了6个城市。到了12月，社区001已经开通的城市达到20个，还有10个城市正在筹备开通当中。

对于邵元元来说，这种拓展速度并不夸张。他2015年的新年愿望，是将社区001在全国开通至100个城市。他表示，除了购物，未来社区001的业务还可能拓展到子女教育、父母健康、买车换车等小区业主的典型需求。

“我们想做的不只是电商，而是房地产后服务市场。”邵元元说。■



# 我心澎湃如昨

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



澎湃新闻

现已上线

专注时政与思想



苹果客户端安装



安卓客户端安装

上海报业集团





>> 李天放(左)和宋师伟(右)接下来需要为课程格子找到合适的社交功能。

## 找课上, 还要找朋友

从工具类型的产品出发, 课程格子希望能成为大学校园里的社交网络。

文 | CBN记者 沈从乐

图 | 李英武

相比智能手机和移动互联网在大学生中的深度渗透, 中国大学校园的信息系统总是跟不上时代。

这是李天放在回国创业后才深刻意识到的问题, 此前他并没有在中国上过大学。

2012年夏天, 正在为自己的第一个创业项目“计划fm”进行开发的李天放招募了一个来自清华大学的实习生。由于需要兼顾学业, 这位实习生经常会在办公室打开一个“界面不太好看, 运行速度很慢, 并且操作步骤繁琐”的网站查询接下来要上的课程。

“我10年前在美国上大学时用的课程系统都比这个好很多。”旁观了实习生的使用体验后, 李天放感到惊讶。在他看来, 在线课程表这个对于大学生来说日常使用频率颇高的工具, 应该足够简单易用。

几个月后, 当他和他的团队开始为日程工具“计划fm”寻找提高日活跃度的方式时, 做一个更好用的大学课程表的想法被再次提了出来。

“课程表本身是一个几乎天天需要查看的工具, 而且校园的相对封闭性可以让产品更容易地做口碑推广。另一点也很重要, 大学生更容易接受新鲜的使用方式。”在衡量了需求和开发的可能性之后, 李天放安排团队开始试验性地开发一个这样的工具。

第一个版本的开发只花了一个星期, 赶在8月28日新学期开学之前, 这个叫做“课程格子”的手机应用上线了。与李天放“试试看”的心态截然相反的是, 4天后, 它的用户数量就超过了10万。这促使他很快关闭了计划fm, 将开发的重心全部转移到了课程格子上。

最初的课程数据收集并不容易。这个并没有与任何大学的教务系统联通的课程平台需要依靠手工来获取一所大学完整的课程信息, 而信息的来源则大多是大学生用户。在这种情况下, 他们开始邀请用户作为“校园大使”, 帮助他们做课表的收集和数据的录入工作。

而在第一个具有基础的课程表设定和查询功能的版本基础上, 更多的功能和使用场景也需要通过后续开发慢慢完善。

“课程表是一个第一版做起来很容易, 但其实产品设计和交互上有很多难点, 使用深度也可以做到很深的工具。”李天放说。没有中国大学的学习经历曾给他带来过一些困扰。在课程格子上线后不久, 他与团队曾经为是否要为一个课程提供添加多个教室的选项, 以及是否需要单双周课表进行过讨论。他的团队成员都毕业于国内大学, 认为这两项需求都是具有普遍意义的。但作为最终决策者, 李天放还是出于保持界面和



使用简洁的考虑，否决了这两个提案。

不过用户的反馈很快让他开始怀疑自己的决定。这两个超出李天放自己大学经验的情况，在国内多数大学的排课系统中都存在，并且对于用户在使用课程格子时造成了不小的困扰。

“缺乏类似的经验，确实对我要做出好的产品有所阻碍。”在及时增加了“多教室”和“单双周课程”两个选择功能的同时，李天放也开始把更多的时间花在去各地大学考察上。平均每个学期，他至少去十几所大学。

“主要的安排都是去和用户聊天，同时也去学校的宿舍、食堂、篮球场、图书馆，或者就在学校门口看他们怎么接快递，观察他们都会有怎样的使用场景。”

在上线后1年的时间里，李天放和他的团队的精力都完全集中在怎么做一个更好的课程表上。除了多教室和单双周课程，他们陆续增加了好友添加、课程评价、查看同学以及教务系统导入的功能。

在李天放看来，这个当初为了改善大学生查课表体验的工具渐渐完整和“结实”起来。不断完善的功能和使用体验带来了持续的用户增长。到2013年8月底，上线整1年的课程格子宣布他们的用户总量达到了600万，日活跃用户有100万左右。

这意味着，如果数据准确，相对于中国约2500万在校大学生的总量，近30%的大学生已经使用过课程格子。而值得注意的是，另一个与课程格子功能类似，且在上线时间和发展速度上旗鼓相当的“超级课程表”，也在几乎同时宣布自己拥有了超过500万的用户和100万的日活跃用户。

用户增长的天花板开始迫近。“我们现在算是一个日活跃非常高的入口，因此需要考虑能不能做更大的事情了。”李天放说，从2013年下半年开始，他们开始逐步在课程格子的“工具”属性基础上添加社交的元素。

“这对我们来说其实是一个比较自然的选择，课程表上具体的时间地点信息都是社交的基础，而且大学生在同一个教室里上课本身就是一种线下的社交行为。”课程格子联合创始人兼CTO宋师伟说。他在2014年年初正式加入了李天放的团队，此前也一直以顾问的身份参与整个项目。

按照宋师伟的说法，课程格子中最早的社交属性出现在用户热衷于查找哪些人与自己上同一门课的这一行为中，“这让我们想到也许能突破课程之外，给他们创造更多的沟通方式。”

2013年9月，课程格子上新增了一个叫“树洞”的人

口，让用户可以在其中匿名发表状态和互动。但这个首次社交化的尝试并没有让李天放感到满意，在匿名的社交环境中，用户的发言显得过于随意和毫无顾忌，有向校园八卦吐槽论坛演变趋势。这偏离了他们原本想要建立一个交流有趣想法的社区的初衷。因此，树洞在上线不到两个月后就被藏到了一个很深的位置，并且开发团队也不再做主动的运营。

这次并不成功的尝试令他们开始更慎重地思考在社交化的过程中，如何保证用户在参与社交时能有安全感和归属感。在暂停了一段时间的社交功能开发后，2014年暑假，他们推出了“格子BBS”。这个社交功能从名字上就可以看出是一个较为传统的社区形态，但作为早期互联网时代大学中最主要的线上社交平台，BBS也是一种相对成熟的社交形态。

你可以参考传统BBS的功能来理解“格子BBS”，略有不同的是，任何用户都能创建自己的版块，以及通过手机端使用，图片性的交流会变得更为容易。

“我们想用一个大学生的名字，去强调这是一个仅有大学生的社区，它不是人人都在的地方，只是年龄相同、兴趣相仿，以及正好在同一个地点的人组成的社区。”李天放说，他希望“格子BBS”能够以其自身的社区氛围来吸引用户。

基于这个想法，他将运营团队从原先的1人扩大到了6人，并且更多地发展用户成为“校园大使”，参与运营一部分社区的内容，也帮助它们在线下做推广。

这个上线半年的社交产品确实为课程格子带去了一些改变。根据李天放提供的数据，这个目前用户总数已经超过1000万的应用在增加了BBS后，用户的留存率提高了近1倍，而使用BBS的用户的平均使用时长也达到了纯工具用户的5倍。

而这只是李天放和宋师伟社交化尝试的一部分。“我们想做的社交化绝对不是BBS本身，它只是一个开始和其中的一个点。我们最终是从人，以及人的发现与交流的角度去思考社交化该怎么做，现在只是刚刚开始去验证一些想法。”宋师伟说。他们同步验证的还有商业模式存在的可能性。现在，他们会尝试做一些精准广告的合作，观察这个只针对大学生用户群，又有精准兴趣信息的垂直社区是否真的可以翻倍提升转化率。

“我们的商业模式不会局限于招聘或者出国留学，而是给不同的人提供最精准的信息，让他们能找到有用的东西。”李天放说。■



从课程表工具开始，课程格子希望逐渐搭建产品的社交属性和商业模式。





《查理周刊》和挣扎的法国媒体业

## 光线电视 还有机会么？

曾经的中国电视业创新者错过了这一轮变革，它能借一档新节目改变失落的命运么？

文 | CBN记者 方婷

就像电影一样，电视综艺也忽然开始有了档期的概念。以往只有暑期档才备受人们关注，但现在，一年才刚开头，综艺战就已经拉开。《我是歌手3》《中国好歌曲2》等数档节目相继开播，它们都是歌唱类节目，彼此之间被反复比较衡量。

没有人提及刚刚结束的《中国正在听》，它甚至不被当做综艺大战的参考系。

娱乐之王，或电影大佬，自电影《泰囧》成功以来，光线传媒总裁王长田总会被冠以这两个称号。电影的确为光线带来了一些好时光，以至于大多数人忽略了这其实是一家以电视节目起家的公司。

当王长田的微博里出现100多条关于光线节目的评论时，这事儿显得并不那么寻常。更何况，其中十有八九都是负面评价。

2014年10月31日晚8时，王长田转发了一条《中国正在听》的微博，宣告这档节目正在央视三套播出。这是光线在2014年第四季度推出的新节目，也是有史以来投入最大的一档季播类节目。很快，王长田的微博下挤满了批评的留言。从主持人的语速，到4位评委的表现，再到比赛环节设置，网友挑剔起来不留情面。

这档节目源自以色列模式公司Keshet，原版名为Rising Star。正如所有成功的模式节目，它也有一套高度概念化、充满戏剧性的流程。在原版节目的设计中，选手在一面巨墙后演唱，场内外的观众通过App投票参与直播互动，所有投票人的头像将显示在现场巨墙上，当得票数达到要求，巨墙便会缓缓升起。毫无疑问，直播和实时互动是这档节目最吸引人的地方。在中国，这是个全新的综艺节目形式。

“挺好的啊，多久没人骂你电视了，都在骂电影，有电视骂一骂挺好的。”隔日，跟王长田汇报工作时，光线电视事业部总裁张航尽量让自己不那么沮丧。那是个周六，电视部大部分人都在加班。《中国正在听》第一期收视率结果已经出来，0.88。张航最早通过央视频道主任发来的短信看到这个数字——这只是他预期收视率的一半。当晚收视率最高的真人秀节目《奔跑吧兄弟》成绩为2.14。《中国正在听》甚至进不了周末收视率前五名。

另一组数据也加剧着光线电视部的难堪。节目开播前一周，光线传媒发布2014年第三季度财报。财报显示，2014年1月至9月，光线



的栏目制作与广告收入1.09亿元,较2013年同期下降52.67%。与此同时,电影和电视剧业务均实现不同程度增长。其中电影收入达4.7亿元,较2013年同期增长9.32%。

比起光线影业不断攀升的票房数字,电视部门的情况堪称惨淡:2014年上半年没有任何新节目推出,两档老牌资讯类节目《最佳现场》和《影视风云榜》相继停播,因为没有节目可做,半年间有100多人离职。

263个,张航清楚地报出光线电视部的现有人数。他戴着眼镜,衣着时髦,说话又快又急。因外形酷似比利时漫画《丁丁历险记》里的主角丁丁,张航在微博上的名字叫做丁丁张。他的另一身份是情感畅销书作家。

“光线已经很久没有站在风口浪尖上,你站在阳光处,必然会有人看到你。”这是丁丁张的口吻。哪怕接受的是关于公司的采访,张航也会不时表现得感性。在光线内部,像他这样有个性的高管不止一个,畅销书作家也不止一个。

不止是性情文艺的高管,还要成为有影响力的传媒偶像,这种文化可能是光线与华谊兄弟、乐视影业等其他公司的区别之一。1998年创业之初,王长田就把光线定位成一家传媒公司,而传媒业总是鼓励那些很有个性的人。这一方面是由于王长田本人是记者出身,更由于公司运营的第一个10年,光线更像个媒体,依靠日播类资讯节目,比如《娱乐现场》和《音乐风云榜》等带来的广告收入支撑公司发展。

“娱乐业的现金流是波动的,需要投入很多资金,传媒业的现金流是稳定的,一旦建立一个渠道,打响一个品牌,每天要做的就是不断填充新内容。”按照王长田的说法,电影属于典型的娱乐业,输出信息的资讯节目则属于传媒业。而光线自身也经历了这样的变化。

作为一家广电体制外的民营制作公司,光线的节目品牌曾有着不亚于电视台的影响力。当其他竞争对手还在模仿台湾做综艺节目时,光线的借鉴对象是美国电视网。美国FOX、ABC、NBC等五大电视网通过向加盟台提供节目内容,包下节目时段内的广告时间,与加盟台进行分成。在中国,光线没有实力,更重要的是,也没有办法绕开政策限制建立属于自己的电视台。但凭借内容输出,它还是建立起了自己的“节目联播网”。

节目联播网最重要的合作伙伴,是为数众多的地面频道。这些地面频道在各自省市里拥有固定观众群,光线得以把同样内容输出给数十个不同的地面频道,同时,光线还会负责广告时段的招商,与地面频



图1 李英武

道分成广告收入。对几乎没有制作实力的地面频道而言,接收《娱乐现场》《音乐风云榜》这样形成品牌的节目是双赢的选择。

通过对地面频道撒网似的覆盖,光线与品牌商保持着密切关系,它甚至在某种程度上发挥了广告公司的作用。

这也帮助光线2011年在创业板成功上市。根据招股说明书披露的信息,同年光线的电视栏目和广告在主营业务中的比重占到了50%以上,节目联播网覆盖307个电视频道,构成公司推广和广告营销的主要渠>>

>> 光线电视事业部总裁张航。





01



02



03



04

01 2014年10月15日，北京，综艺节目《中国正在听》发布会举行。

02 2015年1月2日，《奔跑吧兄弟》节目录制花絮。

03 2014年12月29日，湖南长沙，《我是歌手》第三季发布会举行。

04 电影《人再囧途之泰囧》剧照，主演徐峥、王宝强、黄渤。

05 2014年10月7日，《中国好声音》第三季总决赛在北京首都体育馆举行，选手张碧晨夺得冠军。

道，也是公司收入及盈利的主要来源。

那时的光线影业还没有什么存在感。公司内部流传着“电视养电影”的说法。日后被归结为光线影业成功主因的地网发行系统，来源于电视部门运营广告的经验。王长田曾提过，他是在跟蒙牛、红牛、真维斯等快消领域的广告客户长期打交道的过程中，才意识到终端推广的重要性。

一部《泰囧》扭转了局面。借着中国类型片发展的关键时期，光线影业近两年崛起的速度超过所有人的意料。2014年尚未结束，光线影业投资加发行的票房产出已经超过30亿元。

王长田在业内以成本控制著称，不客气的人干脆直接把这种特性称为“抠门”。但光线对电影电视的资源分配倒称得上“公平”。迄今为止，它所做的电影产品都是中小成本。《泰囧》在票房上打败华谊兄弟的《1942》成为一个好故事的开端，以小博大是光线影业两年来反复书写的战绩。

至于电视方面，除了为地方频道提供整编资讯的日播类节目，光线也开始制作一些季播类综艺节目。如今

热门的版权引进等概念，对光线来说早已不新鲜——早在3年前，它就绕开代理公司，自己派人与国外模式公司谈判版权购买。原综艺事业部总裁苏铭还设想过要搭建一个由光线主办的国际模式节，邀请全球的模式方到中国来展示和交易，最终却因为经费原因不了了之。

光线一度是电视台寻找外部制作力量的首选。2011年，辽宁卫视买下英国X Factor的版权时，模式方和电视台一致看中光线作为制作方。2012年，光线又分别与央视、安徽卫视等电视台合作了3档以上的季播节目。但在这些合作中，光线大都以收取制作费的形式操作，没有太多先期投入。

影视业某种意义上带有赌博性质，光线显然相对保守，主张规避风险。当赌局变大，光线的筹码就变得越来越小。

那一年，电视业发生了鲜明转变。人们开始谈论灿星与浙江卫视共同投资、招商、制作的《中国好声音》，一档投入巨大的综艺节目。《中国好声音》原本打算在东方卫视播出，后者对灿星的拒绝，反而让原





05

本处在收视困境中的浙江卫视找到突破。而《中国好声音》开播前两周，宝洁临时宣布放弃冠名权，加多宝成为最大赢家。

光线电视在这场电视潮流转变中显得角色黯淡。似乎一夜之间，中国电视业就走入一个令它感到陌生的大制作时代。电影探索中小成本类型片，电视反而开始拼投入和资金。在《中国好声音》的刺激下，电视业像被彻底震荡，节目制作一下从几十万元跨入到百万元甚至上千万元一期的规模，中间没有过渡。与之相应的是，每年现象级节目的广告收入可以达到一季上亿元起。

“现在看起来光线的确保守了，如果当时大开大合，可能现在会不一样。”张航说。

他所说的“大开大合”从来就不是光线的风格。延续下来的传媒模式对现金流稳定的过于强调，导致这家公司一次次错失窗口期。

“我觉得我们落后了。”光线制片人罗霞说。她所在的团队曾制作过《势不可挡》和《激情唱响》。落后在光线电视内部是所有人的共识，他们曾经较劲的竞争对手，如欢乐传媒、派格太合、唐龙，早早退出了节目制

作领域。包括光线，这4家制作公司是中国电视第一次制播分离时的领跑者，风头最劲时被并称为“民营四公子”。如今这5个字就像是从故纸堆中刨出来的称呼，带着明显的不合时宜。

光线电视还在继续，但主战场已经转换。现在的领跑者，比如灿星，甚至没把它当成竞争对手。

2013年夏天，蒙牛酸酸乳停止对《音乐风云榜》的冠名，转而将广告预算投向湖南卫视的选秀节目《中国最强音》，这种挨打的感觉在光线内部尤为强烈——几年前《音乐风云榜》的冠名权还是蒙牛与百事的争夺对象。

光线的节目联播网也受到严重冲击，它的对手不是某个特定节目，而是强大的互联网。在人们对娱乐信息还没有概念的时代，光线的资讯节目以短平快赢得市场。当人们通过越来越多的渠道得到资讯，这类节目彻底失去了优势。人们转而被《中国好声音》《奔跑吧兄弟》这种大型节目所吸引。

光线电视不得不被动追逐这种趋势。

2014年夏天，在700平方米的录影棚内，《中国正在听》项目上马前，光线举办了一次动员会，广告销售部门和内容制作部门悉数参加。说到面临的困境和失去广告客户的心理落差时，不少人激动得哭起来。起码在光线内部看来，这次有些煽情的动员会来得正是时候。用罗霞的话来说，“做内容的人多少跟艺术沾一点边，内心会比别人骄傲一点，总希望大家都在谈论的东西是自己做的。”

北京雍和宫桥边的光线大楼里，光线影业和电视部在同一楼层办公，两个部门之间没有明显界限。影业初创期，很多人是从电视部门抽调过去的。直到现在，两个部门之间人员都是互相流动的。影业刚履新的副总裁刘同，原本是电视部副总裁。

不过，如今的高层流动显得意味深长。影业和电视部总会被外人划下一条无形的分割线，一方正在急速前进，爬向浪潮之巅；另一方则在快速没落，在新一波大潮来临时陷入迷茫。

光线电视的现状也是整个电视产业的缩影。很多电视台和制作公司面临着跟它一样的困境，资本和人才都流向湖南卫视或灿星，在大制作面前没能及时行动的保守派，面临着要么变革要么出局的惶惑，中间道路越走越窄。

“再拖下去，电视部就人心惶惶了，必须要有个大节目出来。”黄瑾说。为了产出大节目，效仿卫视改>>



## 光线电视的3次突围



革的制片人中心制, 光线内部也进行了一轮组织结构改革。取消电视部下辖的综艺部、活动部, 以苏铭、罗霞、黄瑾、刘同4个核心制片人为核心, 成立4个工作室。在此之前, 黄瑾擅长做的是大型活动, 比如每年安徽卫视的《国剧盛典》。

改革前, 只有综艺部才会做综艺节目, 如今每个工作室都可以向公司提报节目方案。“提报完由公司参与整个运营和招商, 如果没有人替你的节目埋单, 说明你的节目有问题。如果没有人愿意播你的节目, 也说明你的节目有问题。经过这两层自然筛选后, 他们就知道, 节目大概往哪个方向走。”张航认为, 制片人中心制是光线电视过去1年里做出的最正确的决定。

《中国正在听》寄托着光线重振电视业务的希望。这档节目光两季版权费就超过千万元——这在光线电视是前所未有的大手笔。担心一个制片人工作室无法运转这么大的节目, 黄瑾和罗霞两个工作室都投身其中。节目定档在央视三套, 这已经算是光线能找到的最好平台。

按照分工, 罗霞负责节目内容制作, 黄瑾负责外联合作。最多的时候, 黄瑾一天要接待四五拨客人。最先找上门的是各种社交类App。“市面上你能想得到的用户量不错的都找过我们了。”黄瑾说, 最后光线选择了微信摇一摇为合作方。

这个选择毫无悬念。以中国电视观众体量之大, 让每个人都为一档节目重新安装一款App显然不太现实, 好在人人手里都有微信。按照最初的设想, 直播时, 观众只要打开微信摇一摇, 就可以直接进入投票页面。

长期的合作方蒙牛也被光线的新动向吸引回来, 成为《中国正在听》的冠名商。

但情况并没有这么乐观。准备不到半年匆忙上阵

的光线, 低估了直播需要对抗的政策难度和观众的口味变化。为了让微信后台有宽裕的处理时间, 节目组选择30秒延迟直播, 但是在广电总局的干涉下, 节目临时变为延迟两小时播出。这意味着最有看点的实时投票环节失去了它的意义, 只有进入现场的500个观众能决定选手命运。另一方面, 光线电视一再推迟播出档期, 使得微信摇一摇工作组一度想要撤出。

即便不是直播, 光线仍然坚持不修音——这也是原版节目中的大卖点, 但多数观众已经习惯《我是歌手》《中国好声音》的华丽声效, 对此并不买账。

“这档节目能够做出来就已经很不容易了。”张航试图向外界解释光线的努力。在实时投票和直播均告失败之后, 光线保留摇一摇场外互动, 观众投票虽无法决定选手去留, 但能体现选手的人气, 间接影响比赛结果。虽然收视率平平, 他还是想强调这档节目过百万的微信互动量, 以及让央视的观众年龄层更年轻了一些。

《中国正在听》最后一期结束于12月30日。它显然没达到光线之前的期望。

“没有人关注过程中是你更辛苦一点, 还是别人更辛苦一点。大家看的是结果, 市场有没有接受, 收视率怎么样, 新媒体有没有热议度存在, 从这些维度来评判一个节目的好坏。”黄瑾说。

春节前后依然是光线电视最繁忙的一段时间。数个大型活动在筹备中, 另一档节目《梦想星搭档》也在播出。光线顺应市场更多转向季播节目, 今年的几档季播节目, 比如《少年中国强2》《我爱妈妈》等已经摆上日程。原来资讯节目的制作团队被催促着开始做大型节目, 以期尽快完成转型。它对外来制作力量越来越开放, 甚至还顺应潮流吸取了韩国编剧来改造节目。

新一波制作公司和电视台正在迅速瓜分市场, 调教观众的口味。除了同样保守的央视, 光线找不到更好的合作伙伴。即便如此节目招商也比以前吃力得多。已制作过半的《我爱妈妈》因招商问题陷入停滞, 连韩国编剧都开始担心这档节目的命运。

“最重要的东西是前端的产品, 对我们来说产品是什么, 是节目。”很多光线电视员工都记得那次动员会上, 某位高层的发言。

这家公司最近的新闻是出资4800万元, 跟360合作, 成立一个收费视频网站, 内容以电影为主。显而易见, 电影已经取代电视, 成为光线的主业。电视部门再一次, 被摒弃在关注边缘。■



在过去三年中  
他们曾先后获得

中国商业创新50人殊荣

古永锵 曹国伟 马蔚华 王健林

陈嘉良 梁建章

李刚

雷军

许家印

李静

梁建章

陈嘉良

雷军

张近东

王刚

周鸿祎

潘宇

马蔚华

曹国伟

王健林

马蔚华

雷军

潘宇

贝瀚

庄翔宇

马蔚华

王刚

古永锵

50

INNOVATORS THINK DIFFERENTLY

中国商业创新50人

商业就是这样  
CBNweekly

# 创新者 永远不会独行

2015中国商业创新50人暨第一财经周刊7周年盛典

招商全面展开

2015.3.13上海

CBNweekly  
第一财经周刊

商业合作敬请咨询

华北/尹佩华 yinpeihua@yicai.com 13901025367

华东/吕品 lypin@yicai.com 13671522507

华南/林赞 linyun@yicai.com 13600452983





>> 2006年2月9日,《查理周刊》编辑会。

## 《查理周刊》和挣扎的法国媒体业

这本诞生于1970年的法国杂志早已渐渐失去它的读者,更大范围的法国媒体业也在遭遇明显挑战。

文 | CBN实习记者 刘影

不幸发生的时候,法国记者Pascal Martin正在家里整理一些过期杂志,里面有大量的《查理周刊》(Charlie Hebdo)。

1月7日,一次恐怖事件造成法国《查理周刊》总部员工和一名警察共计12人死亡。3天之后,法国政府击毙了袭击《查理周刊》总部的两名在逃嫌疑犯,他们劫持的多名人质也在惊险中获救。

灾难发生之前,Martin已经订阅这本杂志超过20年。这本诞生于1970年的杂志经历了自身的兴起、禁刊和衰落的不同时期,以讽刺各派宗教著称。这次震惊全球的事件,也源于它不顾法国政府之前的劝告,连续发表了几幅先知的猥亵漫画。

《查理周刊》多年来都已经习惯了以这种方式挑衅。2011年,因为对“伊斯兰教法”玩文字游戏,它遭遇过燃烧瓶袭击。这一次,法国政府几个月来担心的事情最终还是发生了,后果远远超乎想象。

然而不可回避的另一事实是,在大多数法国和其他欧洲国家读者当中,《查理周刊》的影响力早就明显下降。同样走嘲讽路线的《鸭鸣报》(Le Canard Enchaîné)在讽刺类杂志中更受欢迎。《鸭鸣报》长于调查性报道,小篇幅的漫画和笑话穿插其中,表达更为温和。

《查理周刊》面对的不仅是层出不穷的《鸭鸣报》这样的对手,和很多同行一样,它更大的挑战来自于网上的免费杂志。对于一本不靠广告纯粹依赖发行的杂志来说,这意味着它唯一的生存来源也在遭遇挑战。

过去几年《查理周刊》的财务状况一直不佳。2014年11月,它甚至在自己的网站上开始呼吁读者捐钱。网站上写道,“Charlie处在危机中,来帮助我们吧!我们已经涨过价了。我们的读者没必要再为我们付出更高的价格了。这也是为什么我们更倾向于呼吁读者间能够团结,而不是去煽动整个读者群。”

Martin也成为了捐助的读者之一。作为铁杆用户,他喜欢这本杂志挑战权威的风格。在他看来,这些作者和漫画家们就像是他的发声机。这本极左杂志的漫画家很多都是法国漫画界元老级的人物。他们为《查理周刊》工作,同时也在为别的杂志作画。虽然他们大多只有一个笔名,但人人都知道他们是谁。

在法国高等信息传播学院CELSA的教授Adeline Wrona看来,《查理周刊》声名还在,它正是靠这些老牌人物和“无畏无惧”夺取眼球。不过,“不到3.5万册的销量实在太少,差不多只有其他热门杂志的1/10。”她对《第一财经周刊》说。



这也使得这一次的灾难有些出乎意料。虽说在法国的报刊亭和火车站书店里常常见到这本风格夸张的刊物，但如今选择读这本杂志的人少之又少。它的大多数读者都处在Martin这个年纪。如果你对1968年的法国有所了解的话，它依然延续了那个特定年代的风格，这在2015年看上去就像是博物馆里出来的。

如今，它通常每期发行量为3万册，定价3欧元。法国人习惯了它的存在，但和他们的关系并不大。它不仅讽刺伊斯兰教，也讽刺基督教。法国新闻业有着悠久的讽刺传统，18世纪就开始讽刺王室。因此，即便《查理周刊》再夸张的画风和不懈追求挑衅的做法，往往也很难产生足够轰动的效应。

《查理周刊》创办初期的时候，还好有几位元老级的记者和漫画家能够拉到些资金赞助。现在，它更多倚赖政府在财政和发行上的资助，也会寻求投资人或机构的支持。这一次向读者求助，多少显得有些迫不得已。3.5万册的发行量已经是维持这本杂志收支平衡的最低标准，但大多数时候，它都无法达到这条底线。1982年到1992年之间，它还因为资金短缺消失了10年。

不仅是《查理周刊》，整体上看，法国媒体的生存环境也并不乐观。无论针对细分市场的刊物还是面向大众的发行量更大的大报，都面临着不同程度的技术带来的冲击。2014年，知识分子味道浓厚的全国性日报《世界报》的若干主力编辑集体辞职，不愿意接受数字化变革。

和法国的很多其他产业一样，媒体业也在接受政府资助。2013年法国的报纸和杂志接受的政府补助多达4亿欧元。法国印刷业统计机构OJD的数据显示，如今发行量占据前7位的大多是电视指南，而前10位垄断了八成的读者。即便是立场中间偏左的《世界报》和中间偏右的《费加罗报》这两份主要报纸，也在2014年获得了法国政府超过1600万欧元的资助——不仅如此，它们还分别倚赖于Xavier Niel和飞机制造商达索这样的富有的所有者持续不断地投入。奢侈品集团LVMH的掌舵者Bernard Arnault则拥有《回声报》(Les Echos)。

“面对竞争激烈的生存环境，法国政府会出手相助。它们会减少对印刷刊物的税收，增加刊物在公共机构、交通工具上露面的机会。刊物本身也应该寻求多元化的发展，尽可能衍生出一些附加产品——比如咨询服务、编程资料库、开发第三方产品等。”中国传媒大学教授许铁兵对《第一财经周刊》说。

一些细分市场的刊物在这样的情势下寻求突破，期

待能找到更多的读者。法国同性恋杂志Têtu最初的想法是专属于男同性恋群体。在经历瓶颈之后，Têtu首先调整了广告版面，把只针对同性恋群体的广告集中放在了增页So Têtu中，其他页面则腾给范围更广的广告商，这吸引了不少时尚类广告商的投入。“为了让它看上去更大众化。”曾在Têtu担任杂志助理的Bertrand Regnaud对《第一财经周刊》说。

Têtu杂志的受众平均年龄为38岁，“能覆盖到有消费能力的男同性恋群体”是它吸引广告商的说法之一。它开始变得和一本普通时尚杂志没有两样——封面常常是一名打扮精致的性感男模，内页也能看出精心设计过的痕迹，唯一能辨别出它的受众特点的可能只有封面上的小标题。它还增设了一个专门针对15至20岁的同性恋群体的栏目。2011年推出的iPad版本也帮助它提升了不少订阅量。

虽然读者规模不大，但《美好艺术》(Beaux Arts)这类艺术类杂志因为充当了艺术家和藏家之间的交流平台，也能有些不错的收益。

不过这些做法看上去很难复制到《查理周刊》的身上。因为题材敏感，保守的广告商注定要远离它，新一代在互联网上成长起来的读者则很难对它特定时期的风格产生兴趣，发行量因此显著下滑。

同样不依赖广告和政府资助，一个在法国创立6年的媒体创业公司Mediapart，通过揭发大量法国政界丑闻和调查性报道，以订阅制初步获得了成功。从某种意义上，这也说明人们依然期待看到真正不党不私的新闻，并愿意为此付费。

“人们需要媒体来为他们提供信息，这一点即使媒体面临恶劣的生存环境，也丝毫不能妥协。”CELSA的教授Valerie Patrin说。

灾难发生后，法国人度过了若干个不眠之夜，他们也前所未有地关心起这本原本与自己关系不大的杂志。政府和其他法国及欧洲的媒体也发出声援。《世界报》为其提供了电脑，《解放报》将自己办公楼的第8层开放给《查理周刊》使用。

新一期的《查理周刊》在1月13日按惯例照常出版，这本所谓的特刊预计发行100万份，是平日发行量的近50倍，据称此举是因为收到了来自Google旗下基金The Fund for Digital Innovation 25万欧元的支持。《查理周刊》的发行合作方则表示将免费发行这一期特刊。■

法国付费杂志细分市场份额



数据来源：法国媒体（纸媒和数字媒体）  
调研公司OJD

联系编辑：liudi@yicai.com



## 01

## 照亮绿色节能新城市

用街灯和传感器铺设开来的无线网为建造智能城市提供了诸多可能性,全球各大城市都在大力推进类似项目。

文 | Diane Cardwell

译 | 李筱媛

在丹麦哥本哈根市中心一条繁忙的道路上,自行车道两旁绿灯闪耀——“绿波”植入其间——帮骑行者避开红灯。

在城市干线上行驶时,货车司机可以用智能手机查看下一次红绿灯变化的时间。在近郊,新的LED街灯只有在汽车接近时才变亮,驶过后便昏暗下来。

官员们希望,这张用街灯和传感器铺设开来的无线网能帮助人口约为120万的哥本哈根在2025年前实现其远大目标,成为全球首个碳中和首都。如上这些装置便是这张大网的一部分,它们经济实用,既能减少柴油消耗,又增强了交通流动性。

未来这张网络还会具备其他功能,比如提醒环卫部门清倒垃圾桶,为骑行者提供到达目的地的最安静或最快路线等。灯光装置中植入了一系列传感器,它们搜集数据并将其传入软件,让这一切成为可能。

该系统目前尚处于襁褓阶段,却已将哥本哈根推至风口浪尖之上。在这场竞赛中,全球各国力争让公共户外照明成为传感网络的基石,使其在大量功能与服务间运筹帷幄:无论缓解交通堵塞、更好地预测何时在暴风雪来临前撒盐,还是警告隐私泄露风险、在繁忙街角侦查可疑行为等,都能轻松驾驭。

全球各大城市会在接下来的3年内将5000万老化照明装置替换成LED灯,其中半数都在欧洲。有些城市尤其重视过时技术向节能型、长效型技术的转化,但也有



许多城市希望能全面利用LED电子照明的优势。相较其他照明技术而言,LED更适合无线互联。

例如,洛杉矶已经差不多完成了向户外LED照明的转化,其街道目前都植入了传感器,用来探测交通堵塞情况,对交通信号进行同步。其他城市也迎头赶上,上百个涵盖网络控制的试点项目和数十个大型LED装置都已就绪。

面对需求,技术公司无不摩拳擦掌,一心要占领市场。在思科(Cisco)系统领导智能城市工作的马尼什·哈特拉普尔(Munish Khetrapal)称:“一旦失去机会,就得再等20年了。”

哈特拉普尔称,思科多年来都专注于智能城市应用的研究,目前正与100多个城市合作。2014年11月,该公司与Sensity Systems公司达成合作关系,后者着力于先进网络制造,帮助美国芝加哥、印度班加罗尔和西班牙巴塞罗那等城市的不同机构间实现了互联与协调。

IBM和飞利浦也在积极扩张其智能城市项目,与诸如Silver Spring Networks这类小型公司进行合作。后者专门为公共事业和城市关键基础设施提供网络平台、软件与服务,目前正在哥本哈根帮助设计运作交通和道路照明项目。

Sensity总裁休·马丁(Hugh Martin)表示,即便有如此之多的新进展,仍没有哪家公司打造出了完整的一体式网络。

>> 植入自行车道的一串绿灯闪烁起来,帮助骑行者避开红灯。





## 意大利遭遇橄榄灾荒年

意大利橄榄油的严重歉收已经导致了橄榄油价格的不断上涨，全球消费者很快就会感受到。

文 | Elisabetta Povoledo

译 | 金丹

2014年11月的早上雾气茫茫，费德里克·杜夫勒（Federico Dufour）走在自家别墅旁的橄榄树丛中，弯腰捡起了几颗淡紫色的果实颗粒。

他沮丧地说：“把它们叫做橄榄我都觉得难为情，”他凑近了看到一个小孔，便把这枚枯萎的果实摊在手掌上，说：“看，这里有个洞。”接着他便对那些毁掉收成的橄榄果蝇短暂却极具破坏力的生命周期描述了一番。

2014年，在意大利的托斯卡纳等地区，有上百个橄榄油农场受到波及，这让意大利遭遇了橄榄油产量的灾荒年。除了果蝇，意大利还遭遇了无情的冰雹和洪水，以及橄榄油主产区普利亚大区的病菌肆虐，其橄榄油产量降低了大约35%。

橄榄油的严重歉收已经导致了橄榄油价格的不断上涨，全球消费者也很快就会感受到。初榨橄榄油的价格自2013年以来已经翻番。在全球最大的橄榄油产地西班牙，情况也非常糟糕。

从2015年二三月起，“我们预计橄榄油价格能有显著的增长，”纽约市迪帕罗精细食品公司（Di Palo's Fine Foods）的卢·迪·帕罗（Lou Di Palo）说。“我很同情意大利的橄榄种植户，尤其是那些对橄榄油倾注如许热情的小种植户们。”

橄榄油供应的缺乏，即将影响整个产业链，从橄榄加工厂一直波及到出口商，也引发了人们对于诈骗案>>

“各大城市都力争采用智能技术，建设平台的关键在于打造出无数个节点，就像是地上的抓取工具一样。”马丁在谈到个体照明设备与传感器在大型网络中的互联能力时说到。

这种生机在熙熙攘攘却又井然有序的哥本哈根显而易见，市政府正在大力推进效率升级和减排力度，有不少公司已对此做出了响应。

而在丹麦郊区城市阿尔贝特斯隆（Albertslund），有25家公司都投入到火热的丹麦户外照明实验室（Danish Outdoor Lighting Lab）试点项目当中，对50种不同的互联路灯系统进行测试和展示。该项目由一家名为Gate21的非营利性机构和丹麦技术大学（Technical University of Denmark）以及阿尔贝特斯隆市共同组织成立，目前已经在街道和自行车道路沿线铺设了由技术员操作和监控的路灯。

在哥本哈根市中心，交通官员正对诸多方法进行测试，目的之一便是为了让货车在主干道上行驶时一路通畅，从而节约燃油。最近一个早晨，常年在城里开车的伦纳特·约根森（Lennart Jorgensen）边观察交通信号灯，边扫一眼智能手机上的条形图，据此减速或加速。在评价该系统时，他表示：“这很智能，不断点火发动要费很多钱。”

对这一网络的采纳同样也引发了担忧，特别是在提倡保护隐私的活动人士间。他们认为，该网络遭遇滥用的可能性很大，其作用及范围之广大将使监控变得危险——例如，对街道上行人的监控很容易越过雷池，变成跟踪。然而截至目前，在这一犯罪率相对较低的城市，居民对政府监控其行为的做法并未表现出太多担忧。

例如，现年33岁的比约恩·克卢弗（Bjorn Klüver）就不再开车——除非哪天天气有变——而是选择骑电动自行车每天往返26公里上下班。一天，街上的交通工作人员还为他发放了GPS跟踪器，帮助哥本哈根完成系统升级。

“从根本上来讲，我只是为他们提供了通行数据，他们至多只知道自行车在哪儿。”他说道。

哥本哈根目前正对“绿波”系统进行升级，来满足不断上升的骑行需求，同时也在研发智能手机应用和新系统，自动为5个或更多驶近路口的骑行者授予优先通行权。■



件的关注,这些可能会对意大利价值25亿美元的橄榄产业的名誉造成影响。

也有人开始担心橄榄种植户等群体如何应对问题,他们担忧环境的不断变化,从长远看会给意大利的标志性支柱产业带来威胁。

杰拉尔多·贡迪(Gerardo Gondi)也是托斯卡纳的橄榄种植户,他家族的Fattoria di Volmiano公司可以追溯到15世纪。他说,2014年有1.8万多棵橄榄树结的橄榄没有一颗能用。

2013年,在两个月的时间里,这家公司旗下的榨油坊每天要加工2万千克橄榄。“但2014年,整个季节我们也就加工了2万千克。”

“2014年注定不是橄榄油的丰收年,”他说,“所有不如意的事情都撞到一块儿了。”

很多人都深有同感。在佛罗伦萨以北19公里的卡伦扎诺,生产量下降了八成。很多农民都不愿收橄榄了,因为收成抵不上花的钱。

当地很多农场都是有机农场,没有用杀虫剂驱赶果蝇。生物学方法也不奏效,因为连绵的阴雨使他们很难捕捉果蝇,需要不断地换用各种喷雾,如果蝇诱饵和高岭土等。

这里的很多榨油坊2014年都没有开张过。托斯卡纳也是如此。托斯卡纳的很多小镇都取消了一年一度的橄榄收获节。但卡伦扎诺政府觉得把持续19年的橄榄收获庆祝活动办下去很重要,卡伦扎诺市负责农业和经济发展的官员达米安诺·菲力(Damiano Felli)说:“这是一项传统,我们不想失去跟当地农场的联系。”

可没有橄榄油,何以办庆祝活动呢?

这场利用11月两个周末举办的庆祝活动,有贡迪在内的几个当地种植户参加。但贡迪能拿出手的,只有2013年剩下的橄榄油瓶和宣传册。

“我不能昧着良心,因此不会生产次品的橄榄油,”他说,“换了是我的祖父辈们也会这么做。”

在庆祝活动上,也有人在卖来自西西里和希腊的橄榄油,但他们低声讲,尽管油也不错,跟他们自己家榨制的不是一个味儿。

橄榄油包装瓶上必须标明产地,但产量的降低,催生了替代品和假冒产品的出现。“当经济状况不佳的时候,人们对于诈骗的关注度更高。”负责调查大规模食品和安全诈骗案件的佛罗伦萨军警司令费德勒·威尔左拉(Fedele Verzola)说。

近期在卡伦扎诺举办的关于橄榄油诈骗案的会议



上,他呼吁当地农民要“做橄榄油产业的守护者”,发现诈骗案件一概上报。

而真正的恐慌在于,天气变得喜怒无常,2014年的歉收只是个序曲。“这是全球变暖的征兆,人们一直说天气的改变需要很多年,但雨水、洪涝等都表明并非如此。”杜夫勒说。

从西北部的利古里亚,到东南部的西西里,整个意大利都遭遇了歉收,很多人把它跟1985年的冬天相比,那年几千棵橄榄树遭遇冰冻,产业过了好多年才恢复元气。2014年天气也是罪魁祸首之一,春天温度偏高,夏天暴雨频频,引发果蝇的孳生,而秋天炎热湿润。

“我不认为灾难会走开,因为果蝇还没有灭掉,”南希·哈尔蒙·詹金斯(Nancy Harmon Jenkins)说。她关于橄榄油的新书将于2015年2月出版。“也许这是我们未来要面对的,冬天经常会很暖和,而夏天会潮湿,这跟地中海气候完全相反,也是橄榄树受不了的。”

整个意大利的橄榄种植户都在交叉手指,祈祷冬天温度降低,杀灭果蝇,但直到现在温度仍然居高不下。如果这还要持续下去的话,就必须采取更加激进的措施了。卡伦扎诺旅游局局长尼可洛·泰蒂(Niccolò Taiti)说:“我们不应该付出那么大代价,但必须要果断行动了,不然肯定遇到大麻烦。”

>> 橄榄油种植户杜夫勒走过橄榄果蝇孳生的橄榄树。



## CBN 商业评论

### 商业就是这样

主编 | 高宇雷 编辑 | 刘心力

新能源汽车技术专利为何不值钱? / 商业就是这样 / P.78

汽车公司跟上摩尔定律 / 汽车观察 / P.79

奢侈品也得接地气 / 对话 / P.80

不被低迷市场打败 / 对话 / P.81

中国的金融消费者, 是一群什么样的人? / 报告 / P.82

运气垂青勇敢的创业者 / 酷生意 / P.84

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



## 新能源汽车技术专利为何不值钱？

从丰田汽车到特斯拉，新能源汽车公司都宣称要把自己全部的技术专利免费开放。

文 | 董晓常

1月初，丰田汽车在CES上展示了将于2015年晚些时候上市的Mirai燃料电池汽车，然后这家公司就宣布将与其他汽车生产商分享5700项氢燃料电池专利，且不收取任何使用费。

根据丰田的计划，上述氢燃料电池专利绝大部分在2020年前免费，其中有关氢生产和供应的70项专利将无限期无偿提供。氢燃料电池的原理是利用催化剂将电子从氢分子中剥离以发电，然后再将其与氧气结合，生成副产品水。

这不是第一次有汽车公司将新能源汽车技术免费公开。2014年6月，特斯拉创始人马斯克也宣布将公司的电动车专利免费授权给其他汽车公司。

作为一个新兴的电动汽车公司，特斯拉将专利共享需要很大的勇气。不过，丰田公开的也不是将自己无所谓的技术。作为丰田汽车总裁丰田章男看好的新能源方向，丰田将下一代汽车的赌注都押在了氢燃料电池上，甚至都抛弃了全电动车的研发。

既然这么重要，汽车公司为什么还要免费共享自己的新能源技术呢？

**技术不是核心** 在新能源汽车的早期竞争中，技术不是最核心的要素，技术路线才是。即使到了现在，新能源汽车仍然有不同的技术方向，各个汽车公司还在争论哪个才是正确的方向，包括燃料电池和蓄电池等。而无论哪种技术都有着一个共同的系统性缺陷——需要一个广泛的基础设施来支撑。对于丰田和特斯拉这样的公司来说，最大的风险就是自己押错了技术路线，所以将手中的新能源技术免费共享，吸引更多的公司来使用，会增加自己成为正确路线的几率。

**竞争压力不大** 看起来将自己几十年积累的技术免费共享是让竞争对手捡了个大便宜，对丰田来说是很大的损

失，但实际上竞争压力并非如此。即使同样掌握了新能源汽车的技术，其他公司要开发一辆可以上市的新产品至少也需要好几年的时间，对于丰田这样的大公司来说，好几年的先发优势已经足够了。

**油价** 新能源汽车最大的敌人是石油，便宜的石油。新能源汽车存在的基础就是油价太高，而2014年以来油价的暴跌让这种基础越来越薄弱。2014年原油价格暴跌了一半多，2015年1月中旬更是近6年来首度跌破每桶50美元，而高盛甚至预估第二季度美国原油价格会跌到每桶40.5美元。在这种情况下，新能源汽车面临的的就是整体存亡的问题了。所以将原本就不是多重要的技术公开，成为了推动新能源汽车继续发展的重要方式之一。

对于汽车业来说，新能源汽车看起来一直都是一个梦想般的产品。这种产品志在解决地球终将枯竭的石油能源，并将人类从不是那么环保的石油燃料中解救出来。

为了达成这个目标，汽车公司对消费者讲了很多的故事，环保就是最普遍的一个。各国政府也为新能源汽车提供了大规模的资金补贴，但是新能源汽车并没有形成一个大的市场。以美国为例，2014年美国新能源汽车的规模只有10多万辆。

从商业的角度来看，现在新能源汽车的存在基础是有很大的问题的。普通消费者不可能将石油能源枯竭和不环保作为自己的核心关注点，普通消费者都是很现实的，他们最核心的需求仍然是——一辆新能源汽车到底会比一辆汽油车好在哪里？如果要花更多钱买一辆新能源汽车，而且使用起来更麻烦，我为什么要买？

实际上很少有新能源汽车能解决这个最基本的问题。特斯拉也许在小范围内解决了这个问题，它可以让用户有一种与众不同的优越感，但这种体验无法扩展到更大规模的消费群体中。一个颠覆性的产品应该提供的是传统产品无法提供的差异性的体验，而不应该只是提供梦想。只有梦想而不解决实际问题的产品都是脆弱的，也不可能成为主流产品的颠覆者，商业就是这样。□

董晓常是本刊快公司主编。这个栏目已经持续3年，是《第一财经周刊》最受欢迎的栏目之一。

联系他请发 Email: dongxiaochang@yicai.com



高清杂志网  
www.gqzzw.com



## 汽车公司跟上摩尔定律

对于未来的汽车,汽车公司可能需要做出选择:是成为一家销售产品的公司,还是一家提供驾驶服务的公司。

文 | 李博

看到戴姆勒集团董事长蔡澈和他标志性的八字胡,还有一款意义重大的奔驰自动驾驶概念车F015,出现在拉斯维加斯的消费电子展(CES)——而不是底特律国际车展时,我还真有点不太习惯。

100多年以来,底特律车展被认为是北美汽车业的圣地,经历过底特律辉煌的人们肯定无法想象汽车公司的高管在远离三大汽车公司诞生之地之外的地点去谈及一款影响公司命运的新产品。

汽车公司对于CES的青睐似乎也代表着它们对于互联网开放和积极的态度。在商业世界,新产品发布加上高管列席,通常被认为是一家公司重视一件事情的信号。

或许逼迫汽车公司如此重视CES的不仅仅是硅谷,庞大的市场需求才是更重要的推动汽车公司做出转变的现实原因。美国电子消费协会CEA (Consumer Electronics Association) 预计2015年原厂装配车载技术的销售额将增至113亿美元,近1/3的家庭将拥有一辆装有车载信息系统的汽车。

汽车公司真正无法漠视的是新一代消费者对于更酷汽车的需求。虽然汽车要变得更智能,首先需要解决传感设备、数据的安全和隐私问题等一系列现实问题。

但作为一个技术乐天派,我相信与智能汽车相关的摄像头、传感器、屏幕的成本有可能随着市场上对于这类零配件需求的增加出现下降,如果摩尔定律能够起作用,毫无疑问成本将变得更低;而安全和隐私问题并不是没有解决的可能,只是现在要找准平衡比较困难罢了。这些都是可以实现的。

一旦上述问题得到解决,留给汽车公司的问题将是如何抓住这个快速膨胀的市场。新的汽车智能技术离不开传感设备、芯片等精密电子零配件的升级。这种

变化也影响到了汽车公司的供应商。在过去5年里,除去汽车公司在硅谷设立的研发中心,德尔福、伟世通、博世这样的零配件供应商作为产业链的上游也受到了影响。

德尔福在硅谷设立了10亿美元的风险投资,为的是寻找在车联网领域有潜力的创业公司。博世也在硅谷设立了创业公司一样的特别小组,目的是在未来将超声波传感芯片的研发周期从超过两年缩短至18个月。

这只能说明汽车公司以及上游公司在努力跟上摩尔定律的步伐。但如果回过头来把CEA提供的数字作为考量,从吸引未来消费者的角度,储备了什么样的技术的市场意义或许比颠覆行业的意义要大得多。

毕竟在开车时,用更多App播放音乐、订餐、定位或者远程操控一辆汽车只是锦上添花的功能,无非就是让车更酷一点罢了,对核心驾驶体验的提升终究是有限的。

真正的问题是,当汽车公司着手解决上述问题时,公司内部愿意为这样的创新给予多大支持和协调,付出多少努力,以及当类似于F015的概念车需要量产时,汽车业的产业链是否做好了万全的准备。零配件公司的做法更多取决于汽车公司未来对于汽车智能化和互联网化的态度。

福特汽车公司CEO马克·菲尔兹在这次CES上演讲时说:“39%的人说他们选择坐公车、火车或出租车出行,因为这样可以同时做其他事情。”因此,福特希望成为一家提供汽车和城市交通出行解决方案的公司。而蔡澈站在鹅蛋形状的概念车F015旁边表示,未来汽车不仅仅属于驾驶者,更属于乘坐者。

说到底,关键问题是,汽车公司真的愿意自己的顾客远离方向盘吗?这关乎它们希望自己继续成为一个销售产品的公司,还是成为驾驶服务的提供者的愿景。

“我认为Google主要的兴趣在于占据人们的每时每刻,无论是在家、办公室或者是在车里——获取人们在任何时间地点的数据才是它们想要的,我不认为它们主要的兴趣是造一辆汽车。”蔡澈说。

对于汽车公司而言,或许未来如同蔡澈设想的那样就是最完美的了。可在实现的过程中往往很容易出现矛盾,不是吗? ▮

李博是本刊主笔,主要负责汽车公司、体育、运动品牌等方面的报道。  
联系他请发 Email: libo@yicai.com





## 奢侈品也得接地气

奢侈品行业已经过了那个高高在上的时代。在如今不够景气的全球市场中，奢侈品也许只有让自己更贴近大众，才能延续曾经的辉煌。

CBN=CBNweekly

C=Stefano Canali

受到全球政治动荡和经济不景气的影响，奢侈品行业整体都不得不面临销量下降的困境。它们意识到的关键问题是，这个利基市场已经不足以支撑它们的收入。CANALI的集团董事会成员及总经理Stefano Canali在接受《第一财经周刊》采访时认为，只有拉近和大众消费者的距离，奢侈品市场才能够继续打开更大的局面。为了实现这一目标，它们聘请了设计更时尚通俗的新创意总监，积极与受欢迎的明星名人进行合作，并通过数字社交媒体进行营销宣传。这些都是接近大众的好方法，但它们也得小心这些做法对品牌的伤害。

**CBN：近年来男士奢侈品领域面临的最大的市场挑战是什么？你们将如何应对？**

**C：**男士奢侈品市场在最近这两年确实遇到了很大的挑战，比如由于全球政治动荡和经济不景气的影响，整个行业销量有所下降。还有数字时代的到来，也需要我们用更新的方式去和客户连接。我们一直以来的应对方式包括：第一，我们是一个有历史可讲的品牌，有80年的历史。第二，我们的产品在全球范围推广销售，所以我们对全球消费者的消费习惯都非常地了解。

但这两点是比较传统的策略，现在光采取这两点已经不够了。所以应对之道第一点是对产品的不断更新，不断有新颖的设计。我们新近聘用了新的创意总监，就是希望以更加时尚的方式来讲述品牌本身的内涵。第二点是对直营店的销售方面进行更全面的服务理念的提升和管理的精细化。在开店的时候针对数量和质量方面进行精细的挑选。第三点是更加精准的宣传和营销，宣传营销手段要不断提升。最近几年，我们特别看重数字平台的进一步提升。首先要使我们的网站更有互动性，能够在终端和多平台上充分显示，同时利用数字社交媒体进行宣传，包括在中国也是这样。

**CBN：**和好莱坞的合作让你们被更多的大众所熟知，能否详细介绍这个营销策略？你们还会采取什么方式进行营销推广？

**C：**和好莱坞明星的合作是我们这个品牌很重视的营销做法。但需要强调的一点是，我们跟影视的合作并不局限在好莱坞的影片展映之中，而是通过影星的真实生活去展示。我们挑选的影星在生活中也是我们真正的消费者。跟影星合作的方式是非常自然的，因为他们本身就是我们的消费者。除了影视圈，同样的现象也出现在运动员和艺术家中。

和被大众所熟悉的明星名人合作——他们来自包括影视、文化、运动等各各领域，是让我们的品牌能够拉近和大多数客户距离的一个很好的方法。但是我们希望这种营销是自然而然的，我们选择的人本身就是我们的消费者。这就意味着他们的内心认同我们传递的文化内涵，个人的特性有跟我们的文化很相似的地方。

**CBN：**中国已经成为男性奢侈品消费市场的主力。在你看来，中国市场跟其他国家相比特点在哪里？这些不同如何影响你们在中国的市场策略？

**C：**中国市场男性奢侈品的最大特点是它的市场成熟速度非常地快。几年前大家买男性奢侈品主要是为了炫富，为了追求名牌而追求名牌，并不考虑品牌的内涵。但这些老客户一个突出的现象，就是他们更加注重奢侈品品牌内在的价值。他们会更在意我们的历史故事，我们倡导的理念是不是跟他们的价值观一致，我们传递的文化内涵是不是跟他们自身的一部分特性相似。这些客户的消费特点都是在一个奢侈品市场已经十分成熟的地方能够看到的现象。

而这种变化恰恰跟我们从创立之初就追求的品牌内在价值是一致的。所以从这个角度来讲，我们也没有什么特别的策略。对于我们而言，中国是一个很重要的市场，我们很高兴地看到中国在几年的时间已经成长为比较成熟的市场。因为中国男士奢侈品的市场发展方向正好符合和我们产品的特色，所以我们现在在中国进行的投资和投入，都将完全符合中国市场现在的情况和将来发生的变化。（采访：卢隽婷）

Stefano Canali先生现任CANALI控股集团董事会成员及总经理。CANALI是意大利高级定制男装品牌，成立于1934年。





## 不被低迷市场打败

企业能做的就是对战略的适当调整,致胜的关键在于能不能对市场变化迅速做出反应。

C=CBNweekly

W=Eberhard Wedekind

行业整体下滑可能是最让企业头疼的问题之一,它会让企业陷入一种两难的境地。如果和以前一样向研发和市场投入成本,得到的却是更低的回报,而且无法精确预知这种低迷会持续多久;如果暂停为企业的未来投资,则更有可能在市场复苏时失去抢占失地的能力。沃尔沃建筑设备全球销售与市场营销执行副总裁Eberhard Wedekind更愿意把行业下滑看做消化过量供应和关注其他市场的机会,最近他和《第一财经周刊》分享了他关于企业如何适应低迷市场的观点。

C: 怎么看待近年建筑设备市场经历的大幅下滑?

W: 目前建筑设备市场处于一个调整期。因为在2010年和2011年时候经历了高速发展,达到了历史高峰。现在市场需要消化高峰发展时期积累下来的一些产品。这种情况下企业能做的就是对战略做适当调整。举个例子,采矿行业现在产品需求量不大,挖掘机的需求量随之下降,那就要转向其他有更多需求的细分行业市场,针对这些市场进行战略和产品的调整。采矿业下滑的同时,城市发展比如造路、一般建筑行业还在蓬勃发展,它们也要使用挖掘机,就需要企业研发和设计更小、更紧凑的挖掘机去适应它们的需求,从产品型号到功能等方面都应该配合市场变化做相应的调整。另外要强调的是,产品序列齐全也更有利于企业跟随市场变化。虽然现在还不能保证,但我觉得采矿业的需求还会恢复。到那个时候,还要根据市场状况的观察结果再做调整,从而保证市场份额能持续得到提高。

C: 运用了高效燃油和碳减排技术的设备在价格上不具备优势,在行业整体下滑时它们如何打动新客户?

W: 沃尔沃建筑设备在环保方面减少排放方面的原则是不能打折扣的,当然这需要额外的研发方面的投入。

对客户来说可能一开始的投入大一些,但是使用环保技术的逻辑是:从设备的整体拥有成本(TCU)来看,选择高效燃油技术和碳减排产品是值得的。虽然初始投资会高一些,但是在后期使用方面,燃油的高效会给使用者真正带来回报。所以这也是在和客户进行沟通的时候的一个主要思想——总的拥有成本其实比较低,且对今后的运营、操作会更加有好处。

和客户进行说服沟通时可以从两个主要的方面打动它们:一方面是燃油的经济性,虽然一开始在设备上的经济投入会比较大,但是长期来看,碳减排产品的燃油消耗是小于同类竞争产品的,最终这个好处可以转化成收支方面的数字,可以直接告诉客户能节约多少燃油以及支出。另外从软性的方面,碳减排的努力其实是有助于体现企业对于环境的关怀的。所以直接和客户沟通环境保护的理念,它们也会愿意接受。

事实上中国现在有越来越多的客户也在接受这样的理念,它们的思维方式也在发生转变,希望用更加环保的方式来生产产品,在自己生产的场所减少二氧化碳的排放,为客户提供更加环保的产品,这也说明了不仅仅是在成熟市场和传统市场,在以中国为例的新晋市场,大家关于环境保护和生产效率的想法正在发生变化。

C: 政府决策也是矿业和筑路业发展的影响因素,如何避免政府调控带来的下滑影响?

W: 确实如你所说,这两个行业在某些市场会受到政府影响。比如在中国,政府的一些措施和决策对于市场、行业或者细分市场的影响,比传统市场像北美和欧洲要来得更大。作为企业没办法改变或者影响政府的决策,我们能做的就是产品或者服务以及解决方案的提供方面能够保持足够的灵敏度:能够迅速地做出调整,当客户有新的需求的时候,我们能及时到客户那里去提供它们想要的东西。要做到这一点,唯一的方法就是尽可能地和客户保持密切的沟通,和相关的行业、细分市场的行业协会保持密切地沟通,这样才能保证企业能及时了解市场的最新动态,并根据形势变化做出相应的部署和调整。以后企业在市场中致胜的关键就在于能不能针对变化迅速地做出反应。

(采访:何丹丹)

Eberhard Wedekind是沃尔沃建筑设备全球销售和市场营销执行副总裁。沃尔沃建筑设备是沃尔沃集团成员之一,是全球知名的建筑设备制造商。



图144



## 中国的金融消费者,是一群什么样的人?

为了赢得中国的消费者,金融机构需要建立一些差异化的竞争优势。

中国的金融业市场环境正迅速变化。利率市场化等各项改革进程面临巨大挑战,直接融资市场发展等因素导致金融脱媒(金融非中介化)也极大地影响着银行的盈利模式。同时,以互联网企业为首的其他行业也开始加入竞争者的行列,在支付、信贷、保险等领域展开跨界竞争,争相镀“金”,给整个金融行业带来巨大冲击。在这种背景下,中国的金融消费者又发生怎样的改变?

### 他们很复杂

他们很谨慎。中国金融消费者在信贷消费和金融工具的使用方面仍然不够充分。如信用卡的普及率相比国外仍然处于较低水平,而且信用卡消费者大多选择一次性还清信用卡欠款,并不进行信用消费。人们仅仅在购房和购车时使用消费信贷,1/4的人群不进行任何信贷消费。中国的消费者还非常偏好现金的支付方式,现金支付比例与其他国家相比处于较高水平。现金仍是他们的首选支付方式,信用卡持卡人亦是如此。金融机构如果能够通过适当的方法促使中国消费者更多地使用金融产品和服务,零售金融业务的深度将被更多地挖掘出来。

他们也挑剔。中国消费者对于现有的服务质量相当不满意。消费者对于银行业的满意度较低,更换率仅次于零售业,高于其他行业。中国消费者在选择金融服务机构时,越来越重视产品和服务的质量,而非价格。相比全球其他市场,中国消费者更加愿意为了获得更有针对性和更高质量的咨询建议而支付更多的费用。中国消费者的这个特点为能够提供高质量服务的金融机构提供了巨大的发展潜力。

他们信社交。中国消费者信奉口口相传,对于来自熟人的信息非常信任。不论年纪大小,大多数人选择社交网络中的熟人作为投资理财信息的最主要来源。年长

的人对销售顾问的介绍更加信任;年轻一代对于网站等网络渠道更加信任。在遇到服务不满意的时候,大多数人不仅会告诉身边的人,还会在线发布负面评价,比例远高于其他国家的消费者。面对这种情况,金融机构必须设计数字营销新战略。

他们“未老先忧”。中国社会的老龄化问题日益严重,加上社会保障机制不够健全,导致目前中国消费者面临比较严重的养老挑战。调查发现,大多数人担心退休后的经济来源,并且其中有许多消费者已经开始通过购买养老保险或理财等方式进行准备。满足消费者的养老需求将为金融机构提供巨大的市场机会。

中国金融机构的分支机构密度低于全球大多数市场水平,减少了银行提供卓越服务体验和进行交叉销售的机会。发展数字化能力是金融机构的不二选择。虽然中国的金融机构在数字化发展方面已进行了不懈努力,但与国外同行仍然差距较大。中国消费者在网上购买一般物品与购买金融产品之间存在巨大差异。超过七成的中国消费者有过网购经历,而在线购买过金融产品的不到两成。金融机构需要通过数字化转型,提高数字化渠道的服务能力,进而开创下一个蓝海。

### 他们很多样

“无忧无虑”型:没有太多生活压力和金融需求的潮流青年,主要居住在一二线城市,基本上都在35岁以下,25岁以下的占该人群的60%。该人群的收入基本处于中等或较高水平,男性略多;他们有一定的消费需求,但是其他金融需求很低;信用消费需求方面除留学教育稍高,其他信用消费需求也很低;他们不担心保障问题,几乎不购买保险产品;基本没有进行投资理财,储蓄需求也很低,喜欢通过网上银行办理日常业务,选择业务银行时看中网上银行的便捷性;他们通常通过网站获取相关银行产品的信息。

“奔奔一族”:大多分布在一线和二线城市年轻人,他们中有许多事业和生活刚刚起步,在打拼过程中背负各种压力。消费能力不足,消费欲望却比较旺盛,因而信用消费需求很高。这一群体对房贷、车贷、信用卡的需求都很高;消费观念较保守,对价格较敏感;有一定的投资需求,通常选择保守型理财方式;主要通过网络渠道获取理财信息。相比“无忧无虑”型,“奔奔一族”对于保障的担忧明显增加,购买保险的比例较高。

“财富优享”型:追求财富稳定增值并追求安逸生



## 消费者选择日常服务和投资理财银行的主要考虑因素

A 对于您最常办理转账、取款、缴费等业务的银行, 选择它的最主要的原因是?

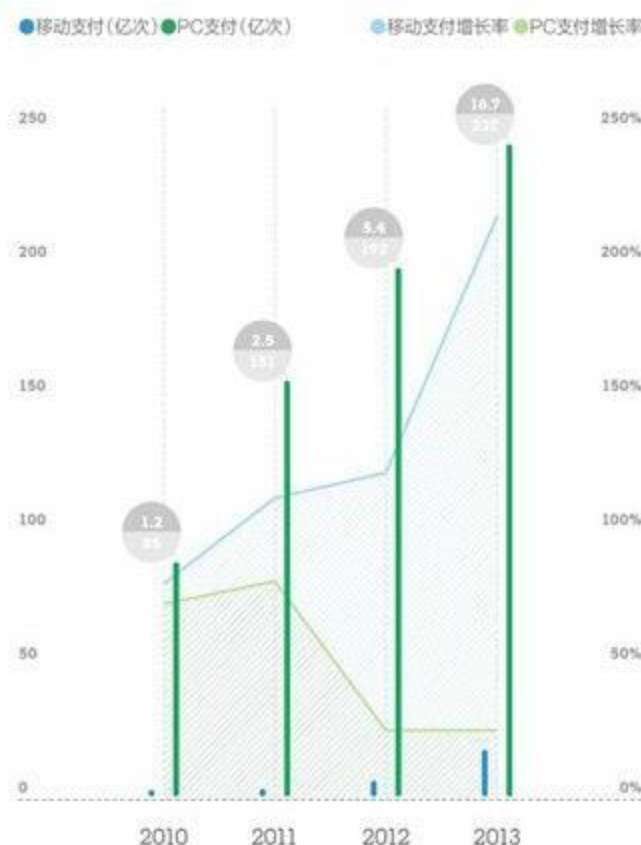


B 对于您最常用来投资理财的银行, 选择它的最主要的原因是?



资料来源: 埃森哲

## 移动支付与PC支付次数及增长率



资料来源: 中国人民银行

活的高收入。他们收入较高, 年龄超过45岁的群体比例明显增加, 因此消费能力较高, 不喜欢信贷消费; 但是他们对投资的需求很高, 投资产品购买种类最多, 风险偏好较高, 愿意为专业理财服务额外付费。这个群体较多地从金融分析工具获取投资产品的信息, 购买各种理财产品的渠道主要为网络和柜台, 对办理业务银行的便利性要求较高。在保障需求方面, 购买的保险产品种类多, 既有保障型产品, 又有理财型产品。

“传统乐储”型: 理财意识淡薄, 除了存储几乎没有其他理财方式的传统人群。该人群主要是生活在二、三线城市的中等或偏低收入人群, 女性偏多。他们热衷储蓄, 基本没有其他投资理财; 偏好现金消费, 几乎没有信用卡, 通常不愿意有任何贷款; 对价格敏感; 保险意识较差, 几乎不购买保险。该群体人数不少, 占整个消费者的18%, 为第二大群体。

“勤俭持家”型: 他们是理财谨慎、规避风险, 关注子女、传统顾家的中年群体。以三线城市居多, 女性为主, 收入比“传统乐储”型消费者更低一些。该人群的消费能力和消费欲望均较低, 不愿持有贷款, 很少进行

信用消费; 他们很喜欢储蓄, 对于投资有一定需求, 投资产品种类较多, 但额度较小且偏保守; 在了解投资产品信息方面相信熟人介绍, 不愿意为银行专业投资理财额外付费; 选择业务银行时希望不需要排长队; 他们不太相信保险, 但关心子女, 会为子女购买教育保险。

在“镀金时代”, 为了赢得中国的金融消费者, 金融机构需要获得深刻的消费者洞察, 在此基础上带给消费者个性化的体验, 从而获得差异化的竞争优势。另外, 金融机构应该全面拥抱数字化, 通过信息、企业资源和数字技术的创新组合, 构建独特的客户体验, 为客户带来更大价值, 挖掘运营、产品和流程实现数字化后的巨大业务潜力。

联系编辑: liuxinli@yicai.com

关于本报告 为了帮助金融机构获得关于中国消费者的深刻洞察, 埃森哲调查了遍布中国22个城市的3000名消费者, 并将调查结果的分析汇集于《决胜镀金时代: 赢得金融消费者》报告, 为金融机构制定增长战略、瞄准它们所想要获得的城市客户群提供了洞察。

关于埃森哲 埃森哲是一家注册于爱尔兰的全球性专业服务公司, 《财富》全球500强企业之一。



## 运气垂青勇敢的创业者

因为害怕失败而行事保守的创业者，是永远不会像敢于冒险的人那样幸运的。

文 | Richard Branson

小的时候，妈妈曾经说过，我会后悔每一个自己能抓住但没有抓住的机会。

当时我的话我并没有完全听懂，但在经商50年之后，我终于真正理解了她的意思：人并不能总靠运气，但另一方面，运气会垂青有勇气的人。

我认为，人们嘴里所说的“运气”，其实是大家最不理解人生的一个地方，也是最没有得到大家正确对待的事情。

人们一般认为，商人和创业者比其他人更幸运、更有运气，但实际上，他们通常只是抓住了机会，同时勇于尝试新的方法，虽然经常会摔个狗啃泥。

前段时间，我正在电视上看英国高尔夫公开赛最后一轮，一位领先的选手打出了一个不太漂亮的球。他打得太高了，但球擦到了洞口的旗杆顶部，最后竟神奇地落入球洞。

“天哪，真是一记幸运球啊！”一位电视解说员说。另一位解说员——我记得是个退休的美国冠军，他马上反驳说：“幸运？什么是‘幸运’？你知道我们会花多长时间来练习这样击球吗？他只是在努力把球打进洞里，然后他成功了。我告诉你，他是在长时间努力的基础上才有这样的运气的！”

正如我在此前的专栏里写过的那样，有史以来最伟大的高尔夫球手之一的格雷·普雷尔 (Gary Player) 也曾经表达过同样的情绪，他有一句名言是：“我越是努力地练习，就越幸运。”

和那位英国公开赛上的高尔夫球手一样，也有人说我商业的成功都是靠运气。但是我也认为，我所遇到的任何运气，背后的主要原因还是努力的工作。如果你尝试、尝试、再尝试，最终总会成功的。

必须承认，有时候我也想弄明白巧合和好运气之间的区别，或者在正确的时间、正确的地点发生的那

件事，到底是如何对我的人生产生如此巨大的影响的。但是有一件事是清楚的，那就是因为害怕失败而行事保守的创业者，是永远不会像敢于冒险的人那样幸运的。

这是不是就是一种巧合呢？我觉得不是。

但是似乎有很多很多人，把他们经商“走运”的概率和他们被闪电击中的概率划上了等号：他们认为自己无法掌控成功。

好吧，这种想法离真相实在太远了——任何一个在自己希望有所成就的任何事情上努力过的人，都将真正地增大他们成功的概率。

当人们提起运气的时候，我经常想起一个对维珍集团的成功起过至关重要作用的巧合。

当时还是1970年代，让我们感到意外惊喜的是，维珍唱片出品的第一张专辑——迈克·奥德菲尔德 (Mike Oldfield) 的《管钟》 (Tubular Bells) 在英国大卖，但当时我们还在尝试在美国找人帮我们发行这张专辑。我找啊找，但就是说服不了大西洋唱片 (Atlantic Records) 的传奇领军人艾哈迈德·艾特根 (Ahmet Ertegun)，让他理解一张纯器乐专辑在北美也能卖得出去。不管怎样，他就是不理解。

有一天，艾哈迈德·艾特根碰巧正在办公室里播放这张专辑，这时电影导演威廉·弗莱德金 (William Friedkin) 走了进来，他正在为几周后开拍的电影寻找配乐。弗莱德金听到了《管钟》，很喜欢它，所以事情就是这样了：他有了电影的配乐，而我们和大西洋唱片签下了在美国的第一单（当然，弗莱德金当时拍的电影，正是后来票房大卖的《驱魔人》 (The Exorcist) )。

如果你要把这说成是运气，那也未尝不可，但我当时花了好多时间跟艾特根不厌其烦地聊这张音乐专辑。他要不是因为感兴趣而又听了一遍那张专辑的话，弗莱德金也不会在那个关键的时刻听到它。

所以要记住：我们都可以通过努力，让运气更容易来到我们的人生中。没错，运气是靠不住的，但为了有所回报，赌一把也是值得的。■

版权声明：本栏目内容由《纽约时报》提供版权。  
作者Richard Branson是维珍 (Virgin) 品牌创始人。  
译者：刘昉





# [kù]

Personal Business & Life Style

主编 | 陈锐 符淑淑 编辑 | 孟佳丽



年终总结怎么写? / 职场 94



范冰冰的脖子下面到底是什么?  
/ 话题 98



跟着行业的变化走 / 公司人 92  
和新贵吃饭  
却并未大受刺激 / 富大人话题 86  
不靠谱投资方式哪家强  
/ 理财 88  
索尼的早年历史 / 读书笔记 102  
陈正道: 任何人做事都是  
自我实现 / 十问 104

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com





## 和新贵吃饭却并未大受刺激

文 | 富大人

自上周打电话垂询“武则天截胸”技术上怎么操作一事之后，我和接电话的老友都互相认识到了对方的存在。帝都虽地大物博人海茫茫，但毕竟同在四环内，睽违两年不通来往怎么也说不过去。所以这周五我们就在一个湘菜馆碰面了。聊起来，上次见面还是在三里屯。这两年，大家只在朋友圈和微博上出现。都不太活跃，也不是眉飞色舞吧唧吧唧的类型，偶尔刷新，能看到一点近况，但也就止于看到而已。有一次我比较手欠，评论她微博内容怎么像春晚，因为她本人在我心中是个脱口秀节目。——这完全是发自肺腑，在我认识的女士里，她的口头幽默感位居前五之列，但笔头幽默感则跟除广告宣称的那样，不见了。

因为当领导好多年，底下一群小朋友，周边群众全是这种鼓舞打气类型的，她擅长的也是直销式的挖苦，犀利不会留在笔头上，所以也难免要说加油哦，要幸福哦一类的贺年卡句子。——我虽然吐槽了她，但又迅速理解了她的意思。我知道她始终是她。

这次她刚刚做完一台大型活动，接着请了1年假，打算2015年休息1年。“整年都要休息。”几个字说得咬牙切齿的。单位是欠了她不少人情，整个2014年把她使用得淋漓尽致。大领导不太想批假，商量说能不能两个月两个月地休啊。“那我不管，我要生儿子去。能两个月两个月地生啊？”她麻溜道出原委。

也是，结婚8年了。她的老公半年前辞职出来自己单干了。起初她很生气，2014年正是她最忙的一年，“我忙得一塌糊涂，他歇家里寻找自我了。我当然不乐意，而且人家给他一个月开了3万的工资，这不挺好，领导也对他好，他不干，觉得领人家那钱没做什么事，没发挥自身价值。”我为了让她喘口气，打断说，嗯，矫情。“就是矫情！”她迅速地呼应我。“难道我这样想是因为庸俗吗？”“不啊，人同此心，巴不得钱多事少。”“今年我不管，我也歇了，他自己看着办在外挣钱吧。”

“做得怎么样了？”她迅速翻了个白眼，“自己在捣鼓一些活吧，下周要去美国拍个短片。”“你们财务一般怎么管的？”“很简单，没有财务，所以不用弄。”

这个话没有藏着掖着的可能，我的好大喜功的狮子座朋友和她沉浸在水瓶座老公至少在消费观上是100% Soulmate，必须买！买！买！她是变着花样买衫，她老公除了买衫，还喜欢换车，如今换成了60多万的凯迪拉克，“上个月他才还完车贷，一个月1万多，还了快3年。你看看，我们就是这种过日子法。但他有他的理论，说什么人生有几个5年，他享受了，他就是这样想的。”

他是这样想的，她也差不多，大家都不太忧虑，能挣能花。眼下还打算换个房子。“现在住的地方环境不好，鞋搁外面都有人偷，以后带孩子遛弯，一不留神，还怕人拐走。”好吧，但这已经是200平了好吗？当初他们在房价不高的一步到位买了个大的，5年过去，这回想在顺义买别墅了。大概要1000万，公司股票可以出来一部分。“不是独栋，也不算联排，没完全挨着，看上去就跟俩烟囱挨在一块一样。”

坦白说，我也在念叨着换个房子呢，还在想限购政策能否放松一点呢，我的同学已经要住上小别墅了，但“烟囱”能有效缓解这种差距。大家都笑起来。

吃完饭，我回公司上班，她去停车场，我们就这样即将分道扬镳。我看了一眼她头发，过去她掉得有些厉害，想过不少方法，这次看起来好了很多，虽不多，但自然又蓬松，她秒懂我的眼神，“它是假发。”“一点不像啊。”“是的，它少得比较逼真。”就跟玩节奏大师似的，她接住话茬，“我同事讽刺说你晚上除了要卸妆，还要摘下你的假发，你老公怎么受得了你啊，他还说我们组另一个女生，打底裤一脱，肉就会瞬间弹出……”

在道别的路口，抓紧最后一分钟，她告诉了我这两个段子，一个嘲笑自己，一个打击他人，期间伴随着几声热烈的哈哈哈。这就是我一点也不仇富的原因。■

66

在道别的路口，抓紧最后一分钟，她告诉了我这两个段子，一个嘲笑自己，一个打击他人，期间伴随着几声热烈的哈哈哈。这就是我一点也不仇富的原因。

99

富大人是《第一财经周刊》编辑，也是吐槽一线工作者。联系她可发邮件 fuqiaolin@yicai.com



# 中国高铁媒体运营商

覆盖全国29个省

近400个车站,近8000台媒体

全年影响20亿商旅人群



中国车站电视

中国高铁站刷屏

中国高铁站LED

## 北京总部

北京市朝阳区东三环北路甲19号嘉盛中心22层  
010-65066868

## 浙江营销中心

杭州市下城区朝晖路203号深蓝广场406室  
0571-85370353

## 深圳营销中心

深圳市福田区车公庙天安数码时代大厦A座2102  
0755-83666002

## 黑龙江营销中心

哈尔滨市南岗区红旗大街242号福思特大厦1105室  
0451-51719889

## 上海营销中心

上海市徐汇区肇嘉浜路159号友谊时代大厦B座1202  
021-64739309/10/15

## 福建营销中心

福州市鼓楼区温泉街道东城边街39号恒宇国际13层  
14商务办公 0591-86396868

## 湖南营销中心

长沙市韶山北路39号维一星城1505室  
0731-89835622

## 辽宁营销中心

沈阳市沈河区北站路112号瑞心商旅东方酒店1201  
024-22582583

## 江苏营销中心

南京市珠江路67号华利国际802室  
025-58061680/81/82/85/86

## 广东营销中心

广州市天河区体育东路108号创展中心东座902单元  
020-38080660/38080860

## 四川营销中心

成都市锦江区东大街下东大街段216号喜年广场A座903  
028-86660130/86586035

## 大连营销中心

大连市中山区上海路51号宏孚大厦写字楼19层02B  
0411-82826119



**400-706-8700**







## 不靠谱投资方式哪家强

人们总能统计出一些投资方式,但是它们大多数不靠谱。

文 | 崔鹏

插画 | 金迪

如果大学考试前,别人问你怎么考试,你推荐给他一种方法,这种方法肯定能考70分,虽然这个分数不算高,但99%的人恐怕都会接受。但如果在投资市场上,你推荐给一个投资者一种历经考验但是在整个市场上能得70分的投资方式,接受的人恐怕只有10%。大家都相信自己能找到更好的方式。

那种70分的策略就是投资者持续等额定投一只反映中国经济状况的指数基金,然后一直持有它。这种方式的优点是能战胜一大半的投资者(按理说应该是战胜一半的投资者,之所以会呈现一大半的情况是因为从数量上说,失败的散户投资者在数量上更多而投资额度更少。一些略微超越市场的投资收益是通过频繁地交易来实现的,交易费用把投资者的收益又拉下去了一些);另外,指数基金投资法很便宜而且简单。但是,便宜而且简单,在某种情况下也会成为缺点。这有点像病人在医院用药,如果只是便宜而且简单的疗法很难满足病人的心理需要,他们需要夸张一点。很多矫情的女孩不是对“多喝开水”这种安慰人的话很反感吗,投资指数基金的投资建议就像“多喝开水”这句话——虽然它是金石良言,但是这绝对能让多数被建议者失望。定投指数基金最大的缺点就是无趣。

从表面上看,无趣对于一个投资方式来说无关大义。但是,如果这么判断就错了,人们无论对什么都非常在乎有趣性。其实这种表现的意思并不是多在乎某种方式都要像《人人都爱雷蒙德》一样,而是大家都喜欢在寻找一件事的规律性中安慰自己。人不喜欢做毫无规律或者随机的事,比如完全属于随机分布的事

件,人们都会尽量避免它,在脑子的反应中会觉得它很无趣。

如果认真在看这篇文章,你肯定已经有了反例了。掷骰子、买彩票不都是随机事件么?为什么大家都对这种事趋之若鹜?你说的绝对对。但是,真正对彩票趋之若鹜的人肯定不是把彩票当做一件随机事件来看的。要不怎么会有那么多《彩票周刊》之类的东西在分析下一次到底是哪个乒乓球落到幸运盒子里(我不是讽刺这种周刊,它们就像在说多喝开水时,再加上一句,“快点好,好了给你买个卡地亚。”这听起来有趣多了。而且解决了一些人的就业问题,还让大爷大妈们充满了对未来有钱生活的憧憬,我觉得这不比广场舞差)。

如果只是毫无意义地从一个机器里喷出写有数字的乒乓球肯定也没人搭理,彩票备受关注的的原因是,如果你猜对会给你几百万元钱。当人们面对一件极其无聊的事,但是这件事后边还隐藏着巨大的利益的时候,大脑就想了一种办法——假装这件事很有趣。怎么假装?也就是对于一件很可能是无规律的随机事件,人们会利用统计学给他造出一个规律来。对于这么做的人来说这是件很有成就感的事。从医学上讲这种行为叫做认知偏差。

当然,股票市场的无规律感要比彩票市场好一些,虽然,传统金融学院派的家伙们总说市场是随机漫步的,而且这些人还时不时获得诺贝尔奖金,但是事实的确与教授们的预计相差甚大。这一次我们可以总结一下那些被统计学总结出来的投资规律,虽然这违反价值投资理念,但我敢说,这比《彩票周刊》靠谱。 >>



## 200日均线法

### ① 它怎样做

200日均线法很简单,就是把某只股票或者某个价格指数在过去200天的平均值连成一条线,就是所谓的200日均线。最早提出这个概念的人叫威廉姆·戈登,他通过计算发现,从1897年到1967年,如果依照道琼斯股票指数200日均线,股票指数向上突破(也就是超过200日均线一定程度的时候)的时候买入股票,股票指数向下突破的时候卖出股票,这样的投资收益在这70年累计大概是买入一直持有的7倍。

### ② 它有什么用

杰米里·西格尔教授用历史数据验证了戈登的说法,并且在3个方面对戈登的说法进行了量化。突破的意思是超过1%,因为如果不是这样,股票价格变动只要和均线有接触就算突破,那么投资者大概将要进行无数次交易,不要说收益,所有的钱都会被交易商收走。另外,就是在钱不在股票市场的时候,按照最低风险的国债投资收益来计算。

在这些假设下,200日均线的统计结果还是不错的。其截至2006年以前的平均投资收益率是10.21%。可能在现在,股票非常贪涨的情况下,投资者都不把这个年收益放在眼里,但实际情况是,这个收益率超过了股票的整体平均收益率。按照经济学的叫法,基本上可以把200日均线法叫做“有效”。

### ③ 为什么

200日均线法之所以表现不错是因为根据它的计算,投资者应该躲避了1929年的股市大崩盘,那次大萧条耽误了投资者大概15年的时间。而在1990年以后,200日均线法则表现越来越差,在1990年后200日均线法投资收益只有不到7%,而一直持有法的投资收益超过14%。出现这种差异,最主要的原因其实是宏观经济的发展。这听起来有点奇怪,但是是真的。在1929年的时候,资本市场会出现蹦极状的下跌最主要的原因是当时美国(以及全球的发达市场经济体)实行金本位的有限的信用货币体系,政府并不能随意发行纸币。如果市场上出现信用收缩,政府也经常束手无策。但是1987年的股市崩盘和1999年的



股市崩盘,它们都处在纸本位货币体系下,政府有可能通过放大市场上的流动性来刺激经济的反转。所以在1987年、1999年、2001年和2008年,虽然当时的经济看起来都够呛,但是经济社会并没有像1929年那样长时间地出现令人绝望的萧条。

另外,虽然从长期来看,200日均线法可以战胜大盘,但这是在税收和交易费用未予考虑的情况下的考察。如果把这两点考虑进去,200日均线法应该稍微差于买入一直持有的投资方式。



## 干脆就捡便宜

### ① 它怎么做

市盈率也很简单,就是股票的市场价格除以这只股票的每股盈利。这个简单的指标似乎非常有效,在各种衡量股票价值的指标中它真是最传统而且有效的一个。如果整个市场的市盈率都很高了,那么这个市场很可能是比较危险的。

比如在著名的1929年,美国股票的平均市盈率是130,在2000年网络泡沫时期,很多股票,比如环球网络公司这种,一上市它

的股价就涨到97美元,而这个公司根本没收益,所以它的市盈率应该是无限大。

那么一只股票的市盈率是和什么比来说明它到底是高了还是低了呢?如果你是一个保守的投资者,在投资股票还是债券上就存在一个比价效应,比如债券的确定收益高于股票市盈率的预期收益,那么这些投资者就会从投资股票改为投资债券。如果根据这个条件计算,那么一个投资者大概会在市盈率为25倍以下时持有股票。当然如果股票价格

更低投资者还会不断买进它。

### ② 它有什么用

根据这个原则,投资者在1900年到2000年,如果选择定额投资美国股票市场,一直持有100年,那么他的收益率会有近10倍。如果投资者采用在市盈率低时期分期买入股票其收益率则会达到13倍。这样算下来每年这个捡便宜的投资者将多获得0.2%以上的超额收益。



## 临界点法

### 它怎么做

我相信很多投资者都会采用一种临界点法投资。比如，所买的股票上涨25%就卖出，下跌10%就买进。这么算起来，似乎在买卖之间投资者会有收益。但是这种做法靠谱么？

### 它有什么用

《华尔街日报》上就曾经有位老兄在2011年这么说过。当时的纳斯达克综合指数接近1645点，较前一年低点上涨25%。这也是通常意义上的卖盘“临界位”。他建议在股票下跌10%时买进，然后在上涨25%时卖出，并且保证多年来，不论市况好坏，这一规律“为高抛低吸操作提供了有效的指引”。

于是，我禁不住对这个方式验证了一下。我试着把这种高抛低吸的方法运用于中国股市，但结果令人绝望。

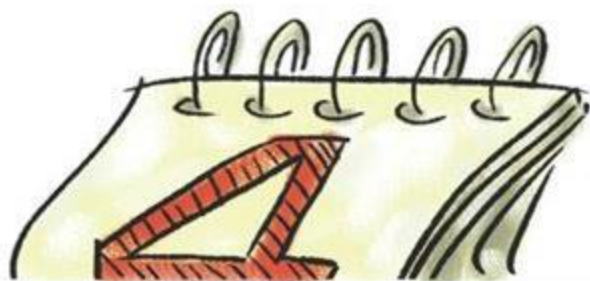
从2007年9月到当时，如果运用《华尔街日报》推荐的方法，我总是有机会买进，大概有11次之多，因为市场一直在直线下跌，而且很多买进的点位现在看来高得令人目眩；而同

时卖出的机会只有两次，而且都出现在2009年2月。这还是假设这个投资者有无限多的钱。如果把全部资金一次性投入，那这个倒霉的投资者就更惨了，他只比最最倒霉的那部分人少花了10%的成本。

其实这类简单赚钱法早就被很多投资者发现过，但是它们真的不管用。可以用一个极稳定的股票来举例子：菲利普·凯瑞统计过AT&T在几十年间的涨跌幅，它们大部分出现在120到135美元之间。

如果一个使用临界点法的投资者，在1917年以120美元买入AT&T，要等到7年后才能涨到135美元，而且其中经历了第一次世界大战，以及战后惊人的通货膨胀和经济萧条，如果神经脆弱一点，这个投资者早就出场了结了。即使他是个有惊人纪律性的投资者，坚持到了1924年才卖出，赚到了这15美元，但那样做却恰好错过了1920年代美国最大的牛市，因为1924年后AT&T股票价格一路上扬，曾经涨到过300多美元。

基本上所谓临界点操作法是一个有效的败家建议，它总是在坏的市场比长期持有者花更多的钱，而在一个好的市场，又不能参与。



假设一个投资者，在股票低价格阶段、市场低市盈率阶段和市场高分红率阶段买入股票，并长期持有，他的收益会比同期无选择地定投股票指数获得的收益多70%左右。

但是对这个消息你不要高兴地太早，问题出在如果你是个中国人，那么这种方式根本就不适合你。如果按照中国A股的平均市盈率，你只在股票市场刚建立时持有过一阵股票然后在很短的时间就卖出了（其实这里还有个问题，由于当时股票很少投资者其实很

难买到股票）。你幸运地在2005年持有股票然后在几个月后就卖出了。之后你看到其他投资者在牛市中折腾了两年，而你因为投资纪律无法参与，后来一直到2011年你才可以买进股票。

这种投资法虽然保证了投资者投入资本的升值，但是由于参与时间太短，投资者的获利平均到20年的时间几乎可以忽略。

这个结论是，保守的低市盈率买入思路在新兴市场买股票根本行不通。



## 时间投资者

### 它怎么做

一个投资者在每年的10月31日买进股票指数，然后在第二年的8月31日卖出。在其他时间购买国债，这种方法的平均投资收益在11%，超过长期持有者平均收益1%。这是1925年到1990年美国股市的统计。

### 它有什么用

其实这种投资法包括两个时间段对投资的影响。一个是1月效应，一个是9月和10月效应。100年来，美国股市每到1月平均来说上涨的情况总是好于其他月份，特别是市值比较小的股票更为明显。而每到9月和10月，这两个月的投资收益总是比其他月份差。特别是9月，它是唯一一个平均收益为负数的月份。而10月呢？大的股灾总是在10月出现。

1月效应很多人解释是由于美国投资者在12月会卖出赔钱的股票以避税，而在1月又重新买入股票，特别是会先买入那些市值比较小的股票。而9月、10月效应到底是怎么回事，大家一直也没有解释清楚。

这种投资方式效率好像挺高，但是也有问题，在1990年以后，这种时间差现象逐渐在消失，特别是1月效应。这没什么奇怪的，大家都知道的事，很快套利空间就被填平了。而在中国，这种时间现象并不明显。当然其中一个原因是中国的资本市场周期性太强。■

联系编辑：cuipeng@yicai.com



## 跟着行业的变化走

从广告业到互联网行业最后又重回广告业,这8年里广告业的变化也影响着张强的职业发展,不过每一次他都懂得如何顺应行业的需求,让自己成为一个更有力的竞争者。

文 | CBN 实习记者 王水

图 | 王卓

广告是科学还是艺术?这是存在于广告业的斯芬克斯之谜,困扰着身处其间的公司人。张强也不例外,可以说,在行业里的8年他一直在努力寻找二者间的最佳平衡点。

在还没去北京之前,张强在辽宁一家房地产公司担任美术设计,两年的时间里,他积累了一些项目经验,不过每天面对着楼盘设计图的日子让他觉得自己离创意领域越来越远,于是他做了一个重要的决定:去北京,进4A。

“北漂”生活从2006年开始,张强进入灵智精实,担任副艺术总监,他第一次觉得自己和大学时期老师口中的广告大师离得这么近。他服务的第一个客户是沃尔沃,“当时觉得能够为沃尔沃制作广告本身就是件奇妙的事。”从以往单一的地产客户到每天都能接触多元化的客户,不适应自然是有的,于是张强每次在做项目前都会做很多功课,让自己能对不同行业及公司有更深的了解。

广告行业的跳槽率一直都很高,张强也在离开灵智精实之后先后进入奥美和JWT,在他看来,但凡有广告理想的人都会想要去更有实力的广告公司,因为只有这样才能接触到更多的客户,以及更丰富的创意风格和方案。

不过2008年的经济危机使得传统广告行业面临着很大冲击,身在其中的张强明显感觉到广告客户的变化:更关注短期内的投资回报率。他不可能像《广告狂人》中的Don Draper一样拿到调研数据后第一反应就是扔进垃圾桶,在“广告黄金时代”已经过去的当下,他需要面对这些数据结果,他必须更懂消费者。

在朋友的推荐下,张强加入了优酷的原创团队。一方面他认为互联网公司与消费者需

求捆绑在一起,往往需要第一时间就对用户需求做出反应;另一方面如今互联网的受众群数量庞大,传播速度很快,自己的作品能更有效地推送到用户面前。

事实也和他预计的一样,在传统广告公司,一个平面广告可能会给创作者1个月的时间打磨,而在互联网行业,1天1张海报是他工作的常态。除此之外,工作方式的变化也迫使他必须快速适应。在广告公司,从创意、拍摄到设计的制作流程相对简单,而在互联网公司,因为更靠近受众,海报的制作需要与包括运营在内的许多部门一起协作,来达到最理想的传播效果——张强以前并不是一个喜欢拿自己创意和大家讨论的人,而现在,他必须学会接受大家的意见和反馈。

这种高压下,张强为筷子兄弟的《父亲》以及优酷自制网剧《嘻哈四重奏》制作的海报都获得了用户的好评。

拥有互联网经验的张强变成了广告行业需要的复合人才,2013年,他重新回归广告业,在杰尔广告担任资深美术指导。“之前是把平面设计做好看就行,但现在会加入一些互联网元素,会考虑这个东西投放到互联网上会不会达到更好的效果。”经过互联网公司的磨砺,张强觉得自己有了很多成长,懂得通过什么方式能更贴近费者,在当下互联网盛行的时代,帮助客户产生更大的传播效应。

“所有磨砺都是经验的积累。”现在的张强已经懂得更客观地看待行业的变化和对广告人提出的新要求,在科学和艺术之间游刃有余。■

### 个人档案

姓名: 张强

星座: 白羊座

学历: 辽宁大学 广告设计专业

职位: 杰尔广告 资深美术指导







## Q&A

C=CBNweekly

Z=Zhang Qiang

**C:** 在广告业的8年里做过什么有趣的事?

**Z:** 找工作时查了每个目标公司的老板, 然后做了很大的信封, 把简历和作品光盘放在里面, 之后去拜访每家公司, 请前台把信封交给Boss, 没想到通过这种方式真的找到了工作。

**C:** 广告公司的流动率很大, 你之前也换过几家公司, 有想停下来时候吗?

**Z:** 我的工作基本上都是连续的, 中间停过两个月, 当时想了很多东西。我认为广告人很多都是依附在大广告公司平台下的, 别人一般会先问你公司, 再说你厉害。但我想逐渐从依赖公司品牌转向建立个人品牌, 就像我现在画画和出绘本一样, 这当然是个漫长的过程, 需要一步步去完成。

**C:** 你的业务爱好是什么?

**Z:** 画插画, 因为平常在公司都对着电脑, 回家后就不想再开电脑了, 所以开始练习画画。2013年9月以张杰客的笔名出版了一本《500色的旅行》, 算是一个意外的收获。

**C:** 你现阶段的目标是什么?

**Z:** 能够让更多人看到我的作品, 这个目标实现起来不容易, 行动上努力, 心态上放平吧。





## 年终总结怎么写？

每年这份千字报告都让很多公司人头疼。写什么？怎么写？管理者和HR想看什么？我们为你提供了一些实操性建议。

文 | CBN记者 牙韩翔 李嘉文

徐蓁是中粮置地商管中心的推广总监。除了负责大悦城品牌的整体推广并管理各购物中心的项目推广，她还要直接管理10名下属。每到年终，徐蓁便会收到10份年终总结，这也是她对员工年终绩效考核的一部分。

这份年终总结，也叫年终述职报告，对大多数公司人来说并不陌生，但每次到了要写的时候，也总有点头疼。一方面觉得它形式主义，一方面好像真的很难写。

“公司设立年终总结的目的在于绩效管理和强化上下层级的沟通，”美世咨询（Mercer）大中华区合伙人孙力告诉《第一财经周刊》，“除了员工对一年工作的梳理，年终总结还作为公司HR进行年终绩效的参考。同时在一些结构不够扁平化的中国公司里，通过工作总结可以达到上下级直接沟通的目的。”

宝洁（中国）公司的年终总结按照部门进行，并针对产品线直接递交全球的主管部门。优衣库根据财年会进行两次总结报告，包括雇员自评与对接管理者的评价，而门店员工每周还需要向店长进行一次总结。

徐蓁会通过面访的形式对员工的年终总结进行反馈。作为一名中层管理者，这是她调动团队相互进行业务沟通的一种方式。员工在这一年里做了什么，有哪些进步以及对失误的思考是徐蓁希望在一份年终总结中看到的内容。“业绩只是其中一个衡量，思维是否有提升，解决问题的能力是否更加成熟更重要。”她告诉《第一财经周刊》。

每年的例行总结也让公司人产生了一些懈怠情绪。这并不难理解，在中国一些公司内部，由于管理架构复杂，年度总结通常不能够向HR及直属领导进行直接反馈，因此这种单向沟通的形式逐渐不被重视。

美国技术公司Adobe从2012年开始就对年终总结进行了改革，公司的一些管理者在那个时候也开始思考这种一年一次的总结制度能否带来实际作用。Adobe将年度汇报的形式变成实时汇报，而上级管理者会在一年工作开始时与下属分别设立工作任务及预期，并按照一定的间隔周期进行总结及反馈，例如1个月。

好好利用你的年终总结，它不仅是你对自己职场1年的梳理，也是你和管理者及HR“对话”的机会——能带给他们很多有用信息。

一份能够起到沟通和梳理作用的年终总结通常包括了对全年工作的阐述、工作效果的呈现及思考，以及对来年工作的计划。每一部分也都有HR和管理者侧重希望知道的内容。本期《第一财经周刊》通过采访，试图帮助你解决“年终总结到底怎么写”的困惑。



## A 年终总结可以分为哪几部分？

万宝盛华集团(中国)人力资源及市场总监彭春莉曾在几家不同行业的大公司担任过HR。她发现不同行业及职能岗位的年终总结内容上也会有所不同。

譬如消费品行业里销售岗位的公司人,他们的年终总结中多会出现各种量化指标,通过销售业绩的完成情况来评估这一年的工作;对于技术或制造业的公司,和产品技术相关的公司人则可以将不同项目的实施情况作为描述主体。

一份具有通用性的年终总结大致由4个部分组成:对全年工作不带任何评价色彩的概述、对工作效果及得失好坏的分析、针对现存问题的改进以及来年工作

计划。

这实际上也回答了“一年当中我干了什么?”“我干得怎么样?”“我做得不够好是因为什么,然后怎么办?”以及“来年我还要做什么?”这几个问题。你也可以将它们通过自问自答的方式做全年梳理。

很多员工的总结会受到近期信息效应的影响,往往对近期工作如第三四季度的业绩及工作有更深的印象。前两个季度就会被淡忘。”孙力提醒,“年终总结这4个部分中,每一个部分都应该是针对全年进行阐述。而日常工作时,如果有工作记录的习惯,在年终时进行回顾,能更好地避免这种时间上的不平衡。”

## B HR和直属管理者希望看到哪些内容？

“年终总结能体现出公司人这一年工作的价值。”徐蓁说,因此她会重点通过关注员工对工作的评价及对问题的思考来判断他们的价值。她也将这些内容作为对下属年终绩效考评的一个参考,比重约占到总体考核内容的40%左右。

玫琳凯(中国)化妆品有限公司高级人力资源总监袁纯的关注点与徐蓁相似。“雇员工作结果的回顾,对公司产生了什么样的贡献,及现在需要提升自己哪些方面的能力。”这是她会在一份年终总结中会重点抓取的信息。

“我同样希望能看到员工的业绩表现,这是他们在这个过程中学习能力及解决问题能力的体现。”彭春莉对《第一财经周刊》说。

所以“你干得怎么样?”和“你做得不够好是因为什么,然后怎么办?”是HR和管理者在每个员工的年终总结里最想要看到的内容。孙力建议,从总结报告的内容比重上来说,这两部分的内容可以各占35%。

回顾自己这一年的工作成果时要尽量客观。“无论HR或是管理者,都想要员工能够相对客观,”孙力说,

“如果能对自己的不足进行客观阐述,能给管理者一个更好的印象。相反,避重就轻,写一些无关痛痒的东西则会被认为在逃避。”

管理者重视员工对自己工作及问题的分析总结的原因则在于,他们希望从中获取到对于团队管理有所帮助的信息。“管理者都希望获得一些有复制性可以传播的工作案例,去帮助自己管理团队。”徐蓁说。她就是通过下属的年终总结进行梳理后,发现购物中心的客群总量、客单价和竞品分析及跟踪是提高业绩的重要因素,这些因素起着不同的作用,对整个团队的工作方式都会有正面帮助。

如何让自己的年终总结被管理者或HR记住是个难题,毕竟每到这个时候,他们都要面对几十甚至上百份千字报告。这其中有一些可总结的技巧,比如把主要内容提炼成小标题,加入一些可视性更强的图表,用数字而不是文字来显示自己的工作成果,创意性职能岗位的公司人还可以改变报告的文体、加入一些个性化的表述方式……这些做法都可以让你的年终总结变得更加突出。

### 年终总结应该包括以下4部分

- ① 对全年工作的概述
- ② 对工作成效及好坏的分析  
尽量客观,用数字及图表等来体现成果。
- ③ 针对现存问题的改进计划  
正确看待问题,提供解决方案,管理者希望从中获得改进团队管理的信息。
- ④ 下一年工作计划





## 以下三种常见情况的做法

### 这一年表现不错,我该怎么突出自己?

这是最好的一种情况,坦白说,对于业绩和表现比较突出的人来说,即便你不夸自己,领导也能看到你的成绩,所以这种情况下,如何客观地向领导展示你的具体工作成果、加深印象,是你应该在报告中展现的。

用数据和具体案例来阐述是一个不错的做法。比如销售类职位可以侧重业绩指标的达成率,市场推广类的职位则可以展现用户或客户的增长率、和竞品的比较等——不同行业及职能岗位会有所差异,但数字和案例是最具说服力的内容。

另一个不错的参考因素是来自客户或其他部门的反馈及满意度,这对于往往没法通过业绩指标来衡量工作量的支持型及服务型岗位的公司人比较有效。这种“他人视角”的总结方式也可以通过上级主管、部门同事对你的评价获得。总之得跳出自己对自我的认知。

“同时还应该站在一个团队的立场上去思考自己取得的成绩。”彭春莉说,“要意识到这些成绩是在团队支持和公司资源的基础上得到的,如果在团队合作方面能有相应呈现的话,也会更加客观。”

### 这一年我有一些明显的工作缺失,该回避吗?

“自己的努力还不够,学习意识还需要提高。”这是孙力在年终总结中经常看到的句子。这些总结往往通篇列举了自己的工作成绩,但对问题及造成问题的原因却只有一些无关痛痒的表述。

他能理解这种现象为什么会出现个人总结里。

“一些员工会认为HR或者上级看到自己的问题和不足会抓住不放,但如果是氛围相对开放、结构扁平的公司,其实不会出现这样的情况。”

虽然没有一个可以量化的标准规定功过得失在一篇年终总结中的分配,但工作中的问题和自己的不足往往都是HR和管理者在意的内容。

徐蓁在负责朝阳大悦城项目时,自己团队面临的一个问题是顾客反映在一个楼层内找到目标店铺的位置会比较麻烦。在当年的员工总结里,不少人都提到了这个问题,他们的分析是团队在导引图的呈现方式及动线的设计上有一些疏漏,不够直观。第二年员工便在购物中心的动线上增加了不少前方店铺的指示牌,这让新一年的顾客满意度得到了提升。

正确看待自己工作上的不足、发现问题,并通过具体工作方式及做法去呈现解决问题的方法,让领导了解你正在努力尝试处理好问题,而不是一笔带过。

另外,当你发现造成一些问题的原因并不完全来自于个人时,也可以在年终总结中提出来。“如果是内部流程或沟通上面出现了错误,而员工也意识到问题,这会是好现象。可以帮助管理者改进绩效方式及流程优化。”袁纯说。

### 这一年我表现平平,该怎么写?

通常在生产和后台支持型职能岗位会出现工作1年之后,发现没有可量化数据及成果的尴尬,于是在年终总结上呈现的内容也就变得平淡空泛。这多少是出于岗位内容标准化或服务支持性更强的原因。

“这些员工在进行年度终结时,重要的还是进行职位的清晰定位,”孙力说,“弄清楚自己的工作本质是做什么事情,这些事情实际上就是你的工作指标,虽然难以量化,但是把自己的职能通过不同的小点列出来,再评判自己是否履行好。没有出现失误,本身就是不错的成绩。”

而来自其他被支持和服务部门同事的满意度及反馈,也是可以作为衡量自己工作成效的一个维度。



## 好好利用你的年终总结

在一个有效的反馈体系里,年终总结需要管理者和HR进行反馈及沟通。一些公司通常会在之后进行一对一的面谈。这实际上也让员工更重视年终总结这一形式,“如果直线上司和HR都没有任何反馈,就无法形成互动,这个部分存在的价值也就失去了一半。”彭春莉说。在结构庞杂的公司里,这也会是一个比较难得的沟通机会。

即便你的公司没有进行这种交流安排,但你所写的内容也会成为管理者和HR来年调整管理方向的参考。比如对自己缺失能力方面的阐述,会被HR作为下一年是否有必要提高这块的培训内容的参考。如果希望获得团队或管理者在某一方面的资源支持,也可以在年终总结中体现——可以说,年终总结既是对自己1年工作的梳理,也是对公司管理的意见反馈。■



# CBNweekly

## 第一财经周刊

for iPhone



美妙商业世界，阅读更加轻松！

相关文章，拓展更宽视野  
收藏记录，方便再次阅读  
评论转发，移动商业话题

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



《第一财经周刊》iPhone版现已登陆App Store



高清杂志网原创  
www.gqzzw.com





## 范冰冰的脖子下面到底是什么？

广电总局的逻辑其实很简单：鬼子可恨？手撕！胸太大太挤？只许看脖子！以为他们在夜深人静的时候会扪心自问？问你个头啊！

文 | CBN记者 许诗雨  
插画 | 唐古拉

最近在微博上被分享得最多的下载链接已经不是让朝鲜气到跳脚的《采访》，而是《武媚娘传奇》了。提供链接的人多半还会特别善解人意地在《武媚娘传奇》后用方括号标出“有胸版”，大家则一边分享一边感叹：没想到竟沦落到看国产剧都要这样了。

这件事的前因后果不用再多说了吧，“波涛汹涌”的电视剧《武媚娘传奇》播到一半突然被叫停，而复播之后，大家发现那些白花花的胸部都不见了，原本半身或是中景的镜头全都变成了大头特写。

这是我们熟悉的老朋友广电总局在又一次履行其神圣的使命。

本来凭范冰冰的演技还不至于有如此高的收视率吧，现在反倒有了独领风骚的架势。而且在脸放大了之后，《武媚娘传奇》俨然成为了一部女性励志剧，据说只需要看一集，姑娘们就会忍不住拿出面膜开始天天敷，并相信坚持就是胜利。

裁胸这件事，虽然引得大家齐齐吐槽，但是如果以广电总局一直以来的行为设定看，这次好像也并没有违和。

这么多年来，我们好像习惯了广电总局时不时就冒出几条像段子一样的新规定，然后大家再集体吐槽一番的套路。最新的比如“建国以后的动物不许修炼成精”“青春校园片可以出现早恋，但不许成功”“9月到10月底间必须播放爱国主义题材和反法西斯题材”等，看完甚至让人真心佩服他们的智商，因为完全是360度无死角扫射，非常注重细节。不过有点灭High的是，像“建

国以后的动物不许修炼成精”这种一看就特别荒诞的规定实际上也真的是杜撰的。但有趣的是，大家更倾向于相信它是真的。

换个角度想想其实还挺无奈的。像西点军校里有雷锋雕像这种假消息时隔20年还会有人去拨乱反正，关于网传的广电总局新规定这些境内事务大家反而不稀得去求证？反正它们看起来就像是广电总局会干的事，拿来调侃谩骂比知道它是假消息倒反而更具价值——局座，这种谐星的形象好像也不是太和谐啊！

卢梭说：“人生而自由，却无时无地不在枷锁之中。”广电总局就是这种客观世界的枷锁之一啦。生活中的广电总局其实也并不罕见呐。比如我们那些已经把高考之后升学升职生子的坎坷道路都走过一遍，却依然坚定地告诉你进了大学就可以随便玩的中学老师，何尝不是另一种广电总局。他们拥有一些能够管束你的小权利、有一些为你传播和筛选信息的小平台，然后就灌输你一个连ta自己都未必认同但显然是对ta有利的价值观。比如在《武媚娘传奇》里，那些乳沟就好像从来不曾存在过一般；比如在于正的心里，《宫锁连城》就是没抄袭。

当然大家可能早就洞悉其中的不妥，就像裁胸这事儿用我刊富大人的话来说，这年头谁还没见过几个胸啊。可他们依然在其位谋其职，尽职地发布着符合自己身份的针对国人精神领域的净化措施。从这点上来说，他们的内心还真蛮强大的，完全该领取高危职位津贴，奖品就是集体观看大胸无损版的武媚娘。 >>





## 总局到底是怎么想的呢？

“猪一样的思路”这种解读未必正确，总局Style还是很值得研究的。

高清杂志网原创  
www.gqzzw.com

### 就是干个活儿而已，观众朋友们想多了！

本刊富大人曾评论说广电总局的反射弧太长，不知道自己正在被举国嘲笑——感觉富大人太善良了。

以他们在体制内江湖行走的技术，反射弧短那是必备技能。而且多年来无数次试探全国观众的智商底线，他们也有相当丰富的对敌斗争经验了。所以：

自己干的事儿傻不傻？肯定傻啊！

知道骂声一片吗？知道啊！根本不Care。

那为什么还要做？就是一份工呗。当初考这公务员就已经牺牲掉节操了。

夜深人静的时候还会不会扪心自问？问你个头啊。

喏，情况很可能就是这样。还有必要去追究到底是谁一拍脑袋想出这个方案的吗？集团作案而已啦。

### 就是要简单粗暴

裁胸的逻辑其实挺简单的，既然胸太白花花，那就只许看脖子；鬼子可恨，那就手撕；我党伟光正，所以一切党员角色都不许猥琐……丑校服也是这逻辑。许久之前，南京有一条新闻。一个中学打算给学生定制韩版制服，结果因为家长投诉校服太帅会引起早恋最后这个计划取消了。咱这么多年来穿着肥大的运动服度过青春其实是有深意的。因为家长们相信，校服穿得丑，早恋不会有。这时成年人就体现出与年龄不符的单纯和Naive啦。即使穿着肥大的校服，也可以匆匆那年的嘛。

另外，因为有关部门将专车服务定性为涉嫌非法营运而进行打击，看起来很快我们就又坐

不到好订、干净以及服务好一点的专车了。不知道有没有考虑过那些原本就持证上岗的司机以及愿意多花一点钱享受人的待遇的广大乘客们的感受。这本来就是一个很市场化的东西。

### 为你们好啊

广电总局也许是本着“李世民后宫里女子们的半截胸会激起观者内心的冲动，进而演化为行为上的放纵”这种想法才下令删去所有娘娘宫女们的酥胸吧？细细感受一下，是不是和从小到大我们所熟悉的“我这是为你好”的管理模式有些相似？

小时候，家长觉得小孩就该好好学习，于是只要求孩子埋头读书而阻止他去培养兴趣爱好或是增强交际能力。那些玩耍的事物就像武媚娘的胸一样需避之唯恐不及。但长大之后才发现，“媚娘的胸”们何其重要啊！



## 替总局出主意

虽然大部分也是馊的，但集思广益啊。总局的大人们，拜托听一下咯。



### 早点儿分级吧

电视剧分级制度已经在很多国家和地区实行了。大家最熟悉的，应该就是看韩剧或是TVB时正片前会出现一个××岁以下请在家长指导下观看的警示内容。国内的相关呼吁也已经很多年了，但为何从无动静，也真是一个谜。分级制度可以对所谓不良内容有明确的程度上的管理，事先就进行约束，而不是放着放着再回炉重造，对某些认为不妥的地方一刀切。作为成年人，咱不能老和未成年人一个标准呐，是不？

### 禁止太多大胸女占领娱乐圈

有点大逆不道哈——没个把大胸，你还混什



么娱乐圈?——但这样至少环保一点啊,比如耗费了那么多人力物力拍的戏至少不会打了水漂,后续也不用电视台的后期加班截屏了。当然,娱乐圈呢,是不能没有大胸的。但大胸可以拍紧绷戏嘛,露的部分就交给小胸的朋友们,这样以后整容市场也会更理性健康一点。

### 把保护国产片的重任交给市场

不知大家是否还有些印象,《变形金刚3》曾让档期给《建党伟业》,因为碰上了国产电影保护月。所谓国产电影保护月,是指每年6月10日至7月10日期间,不鼓励引进海外分账大片。不过国产电影保护月这个规定是国家电影总局2004年口头下达给各大院线的,所以如果翻阅规章制度,其实是找不到相关条文的。不过呢,到底有还是没有,大家心照不宣啦。其实呢,艺术的好坏高低也不是按照国籍来分的。比起腾出1个月的时间来保护国产片,更重要的还是把国产影片的发展交给市场,拍大家喜闻乐见的说人话的片子。好莱坞的大片不也有很多是美国的主旋律吗。

### 把港台主持人拉到自己的队伍里来

2007年2月广电总局下令港台主持人在内地主持不得连续超过3期。虽然现在欧弟依然在天天向上着,但在2009年的时候似乎还真刮过一波整肃的风。其实呢,大家喜欢港台主持人,主要是因为他们的语言风格机智幽默看起来更像是在说人话。说到底,如何说话和地域的关系并不大呀。广电总局不妨试试把那些播音学院出身字正腔圆的主持人送到台湾去培训一下,让电视台组织学港台腔,或者开放人才引进,给他们落个杭州、南京或者湖南的内地户口。总的来说,就是把港台综艺爱好者都变成我们队伍中的自己人。

### 要管就连外企一起管了

2010年3月广电总局下令禁用英文缩略词。在主持人口播、记者采访和字幕中,不能再使用诸如NBA、GDP、WTO、CPI等外语和缩略词。

这个建议单单限制在电视节目上其实是有些突兀的。只有大家的语言都规范了,人们才不会再觉得你们的规定有啥问题了。所以,这项规定可以像在中小学推广普通话一样推而广之,并且重点引进外企。坚决打击“Amy啊,这个项目不Work啊。这个Q你才十几K的生意,Coomit这么少,Funnel也看不到,甚至Forecast也不准。这样下去Base Pay都有问题,Bonus更加危险啦。”这样的说话方式。这样一来,刚毕业的小年轻们也不用操心一进公司就得学一门新语言啦。

### 让一切走近科学

2008年3月25日广电总局下发了关于全国拍摄制作电视剧备案公示的通知。不得不说,我们要向依然奋斗在国产恐怖片道路上的艺术人致敬,在“鬼是不存在的,一切都是心里有鬼”的指导精神之下,他们依然夜以继日地想着法儿吓唬我们也是不容易的。国产影片里从来就没有一部成功的恐怖片,主要的原因就是不吓人,悬疑程度还不如《走近科学》。其实呢,恐怖片的操作可以这样,前面大半段可劲儿吓唬我们,最后留个小尾巴拍

成《走近科学》。当中衔接处来个前方高能预警,让观众也能心领神会:尽兴了赶紧走。

### 让每一部境外片都变成合拍片

对2000年之前的青少年们来说,最美好的回忆就是每天六点半守在电视机前面看《灌篮高手》《龙珠》《米老鼠与唐老鸭》《汤姆和杰瑞》。但是现在的小孩再也不会这样的生活了。

2000年3月,广电总局发出《关于加强动画片引进和播放管理的通知》,要求每个电视台每天必须播出10分钟以上的动画片(省台要求30分钟以上),其中60%必须是国产片。2006年8月,广电总局下令9月1日起各级电视台黄金时间不得播出境外动画片。可从审美角度来说,国产动画真的不太给力啊,而且有国家保护还助长了《大嘴巴嘟嘟》《高铁侠》这些动画片堂而皇之抄袭的问题。

说到底,就是个制作方是谁的问题嘛。帮日本、美国动画代工好了,或者整个好听的名义比如联合制作,那样就能算合拍片了,还能赚外汇呢。■

联系编辑: chenrui@yicai.com







#### 《索尼秘史》

作者: 约翰·内森

出版社: 中信出版社

出版日期: 2013年4月

定价: 58.00

索尼从东京轰炸后的废墟中起步,最初只是小作坊,后来成为全球电子产品及大众文化的代表。索尼的故事是我们这个时代的传奇之一。在《索尼秘史》中,作者约翰·内森对索尼公司的传奇故事进行了剖析,掀开了这个曾经是全球最成功、最神秘企业的面纱。

约翰·内森,美国加利福尼亚大学圣芭芭拉分校的日本研究专业教授,曾将三岛由纪夫和大江健三郎的小说翻译成英文。他的著作《老索尼的私生活》受到广泛赞扬,曾入选1999年《商业周刊》最佳书籍排行榜。

## 索尼的早年历史

三岛由纪夫作品的英文翻译和其权威传记的作者,写出了一本日本公司史的杰作。在《索尼秘史》中,约翰·内森描述了这家战后日本明星公司从创始人井深大和盛田昭夫到出井伸之继任总裁为止的历史。

文 | 李翔

索尼的两位联合创始人里,井深大迷恋技术,而盛田昭夫长于营销和整合。和多数公司的联合创始人不同的是,这两个人一生都保持着非常亲密的关系。人们所见到的他们唯一一次较量,是在《时代》杂志刊登过的一张照片上。在照片中,两人正在扳手腕。

索尼的前身由井深大创办。身为一名工程师,井深大在1946年创办这家公司时,“首要目标是建立一个稳定的工作场所,工程师们能够在这里将其内心的想法付诸行动。”这家公司在创立时就具备了技术基因。井深大对索尼的一个要求是坚持原创,无论为此要付出多大代价。1961年时,受到巨大的市场诱惑和来自经销商的压力,索尼的销售部门希望公司能够从别的制造商手中购买现成的彩色显像管系统,进行组装和包装,作为索尼的产品销售。但井深大拒绝了。在这件事情上,井深大对技术和原创的坚持,甚至一度将索尼推入濒临破产的境地。但随后开发出的彩色显像管,却成为索尼最有价值的资产之一。这也是井深大非常自豪的一件事。

盛田昭夫也有自己的坚持。盛田昭夫的决心的,索尼必须是一个高品质、高价格产品的品牌。1955年,盛田昭夫携带包括磁带录音机、立体声话筒和晶体管收音机在内的索尼产品进军美国。宝路华手表的一名采购代理相中了索尼的收音机,他对盛田昭夫说,如果索尼允许自己的收音机用宝路华而非索尼的名字销售,宝路华可以采购10万台索尼的收音机。当时索尼的月最大产能才为1万台。但盛

田昭夫拒绝了。他认为索尼的品牌要重于这份能带来利润的订单。

索尼能够迅速成为最知名的国际品牌,同盛田昭夫本人有很大关系。正是盛田昭夫自己亲自主持了索尼对美国市场的开拓。1963年时,盛田甚至将全家从东京迁往美国。他在第五大道租了一栋有12个房间的公寓。在纽约,他主动与美国人交往,而尽量避免同日本人亲近。为了更好地融入美国圈子,盛田昭夫家每周都会举行一次晚宴,客人包括商界领袖、艺术家、音乐家和设计师。盛田昭夫于是也就建立起了一个包括彼得·彼得森(黑石的创始人)、亨利·基辛格、戴维·洛克菲勒(大通曼哈顿银行的董事长,后来任美国副总统)等美国名流在内的政商社交圈。

盛田昭夫的长子盛田秀长说,盛田昭夫可能并不像很多人认为的那样,是一个西化的日本人,一个同时理解日本和美国的商界领袖。盛田昭夫只是在“表演”,“如果你想扮演一个国王,你就必须始终像个国王。我的父亲颇擅此道。”约翰·内森则说:“没有人见过他不带面具的样子。”无论怎样,盛田成为全球最著名的日本人,对索尼在全球市场的拓展是价值无限的。可以说,盛田昭夫也是以此为标准来挑选他的接班人的。约翰·内森曾问大贺典雄,是什么因素使得大贺典雄脱颖而出,成为索尼的总裁,他在纸上写了句话,其大意是,“放射出耀眼的光芒,宛若太阳”。“索尼的领导人必须光彩夺目”,大贺典雄说。

约翰·内森称大贺典雄是一个“充满矛盾



66

我们从中读到的是富有魅力的创始人、一个初创公司的商业雄心、拓展全球市场时的文化冲突，以及试图赢得外部世界尊敬的努力。

99

色彩的人物”，“作为一个在东京和柏林接受过教育的音乐家，他身上既有生意人的精明，又不乏艺术家的敏感。”在加入索尼之前，大贺典雄就得到了盛田昭夫的保证，只要来到索尼，总有一天，大贺会成为索尼的总裁。

约翰·内森的说法是：“如果说井深是晶体管时代的灵魂和领军人物，盛田运用营销手段使随身听风靡一时，那么，大贺用CD将索尼带入了数字时代的说法也绝对合情合理。”大贺典雄还推动了索尼对哥伦比亚唱片公司的收购。和之后对哥伦比亚电影公司的收购一样，这标志着索尼对内容的重视，以及推动软硬件结合的努力。在当时，索尼已经是全球最大也最受欢迎的消费电子硬件制造商。但是，盛田昭夫和大贺典雄想要更进一步。这也是在随后索尼未能做到，但是包括苹果和亚马逊在内的公司想要走的道路。

收购哥伦比亚电影公司的过程，充分表明了这家公司在当时仍然是一家由创始人影响和左右的公司。按照约翰·内森的描述，1989年8月东京索尼执行委员会讨论收购哥伦比亚影业的会议，完全被盛田昭夫和大贺典雄之间的争论主导——当然，最后所有的意见也都必须由盛田拍板。

当时，哥伦比亚电影公司的股东提高了报价，而盛田昭夫的开场白就是一个问句：如今，大贺身体虚弱，索尼在这个时候涉足一项自己一无所知的业务，这是否明智？在场的人，包括曾经力主收购哥伦比亚影业的大贺都陷入了犹豫不决的状态。最后，盛田昭夫的

总结是：审慎的做法应该是放弃对哥伦比亚公司的收购。会议记录中也如此写道：“按照总裁的指示，放弃对哥伦比亚公司的收购。”

但在当天晚上的董事晚餐会中，盛田昭夫在谈话的间隙突然感慨了一句：“实在太可惜了。我一直都梦想着拥有一家好莱坞电影制片公司。”于是，收购的计划被继续推动。

约翰·内森说：“假如这一切都是真实的，那么，这又是一个具有戏剧性的证据，即从历史的角度来看，索尼管理事务的方式与其说是基于集体决定，还不如说是基于个人喜好：感性多于理性。”

盛田昭夫坚持，必须要为哥伦比亚电影公司找到合适的管理者才能收购它。但是，既然索尼已经在“拒绝还是接受”的二选法中选择了接受，那么，找到合适的管理者也就从必要变成负担了。这让索尼在好莱坞的最初经历可以用一片混乱来形容。索尼为此付出了巨大的代价。但盛田昭夫坚持用一种长期思维来看待索尼在好莱坞的举动。在他看来，只要哥伦比亚电影公司仍然在好莱坞占据一定市场份额，收购就是值得的。

索尼公司的规定是，员工在65岁后必须离职。因此，大贺典雄也需要为自己挑选继承人。最终，他选定的是一名让索尼内部大吃一惊的人选：负责公司全球广告宣传和市场营销的出井伸之。大贺典雄自己的话是：“索尼公司的100个人中，有99个人反对我的选择。”

大贺典雄的理由是，“出井的狂傲使他敢于采取他认为必要的行动，甚至不惜破坏索

尼的传统架构和运营方式。”后来出井伸之挑选霍华德·斯金格作为他的继承人，更验证了他的“异端”精神。

出井伸之对自己在索尼的诸位领导者中的定位是：“井深君是晶体管弄潮儿，盛田君是随身听弄潮儿，大贺君是CD弄潮儿，而如今我们必须要做数码梦想弄潮儿。”在出井伸之思考的未来中，电子产品的硬件业务形式将会过时——今天我们可以看到，他的思考已接近于现实。他以电视和机顶盒为例，“无论电视机屏幕多么亮丽，分辨率多么完美，都无济于事。真正的王者将是其中包含的内容：谁创建的内容，以及谁控制了分销内容的网络。”今天再看，尽管索尼进军客厅的尝试并不成功——正如微软和苹果也都失败了一样，但出井伸之的话，却在今天包括互联网电视在内的智能硬件身上得到了印证。

今天，索尼已经不再是消费电子行业的弄潮儿公司。约翰·内森本人没有对索尼的明星产品如随身体和游戏设备PS大加描述，也从未试图去总结索尼早年能够迅速崛起的规则。恰恰相反，他有时甚至在有意无意暗示，索尼当时日本式的内部人治理有其缺陷。不过，在这些叙述中，我们能读到：富有魅力的创始人、一个初创公司的商业雄心、拓展全球市场时的文化冲突，以及试图赢得外部世界尊敬的努力。■

李翔，《财经天下周刊》主编，财经作家。  
联络他可以发邮件至bwlixiang@126.com





陈正道，台湾新锐电影导演，代表作《催眠大师》《盛夏光年》。新作《重返20岁》正在中国内地上映，首周票房破亿元。

## 陈正道：任何人做事都是自我实现

① 在价值观层面上，你受谁的影响较大？

我高三毕业时的指导老师第一个告诉我，你做什么决定只需要为自己负责，任何人做事都是自我实现。把传统价值观挂嘴边的人是堕落的，害怕自己做的决定有错误，所以才把责任推给别人。

② 你觉得最被高估的美德是？

任何一种美德被定义得太过极致都是一种高估。以台湾人重礼貌为例，礼貌这件事，当你过度在意，把对不起挂在嘴边，讲道理都忘了最基本的尊重，倚赖良好

的态度去取代真正的心存善念，我觉得它就是一种被高估的美德。相应的道理可以运用在任何美德上，过分诚实直率，我认为也是不好的。

③ 人生中第一次意识到荒谬是因为什么事？

小学的时候，我因为没有报班级导师的补习班，而被他百般刁难。那时候所有人都觉得老师特别值得尊重，什么都要听他的。我就觉得特别荒谬，他既不是学习最好的，也不是道德最高的，只是因为职业选择的原因成为老师。荒

### 欢迎读者提问

本栏目的问题由本刊征集读者而来，欢迎你来问！同时也欢迎你把你关心的知名人士和对他们的提问发给我们，我们视情况给予安排。最近出场的有贾康等人。相关问题请发送至fuqiaolin@yicai.com



### 下期10问人物

张歆艺 演员

谬在于为什么一定要听他的？

④ 你怎么理解“新锐”？你眼里比较酷和新锐的东西是？

新是比较新的观点，锐是对现代人常见的生活形态有所挑战。如果没有新锐的话，女人不能投票、黑人不会解放、战争不会结束。我觉得最近最酷的新锐观点，是台湾的多元成家法案。（注：多元成家法案，2014年台湾地区推动的主要针对同性婚姻合法化的法律修正案。）

⑤ 什么是你早年深信不疑，如今深表怀疑的东西？

年轻时我很相信才华这件事，你有才华就比这个世界上所有的人都高一等。30岁之后我发现有才华这件事不重要，重要的是善待你周围的人，在别人的帮助下，你才能发挥出才华。

⑥ “重返20岁”，你会劝阻自己做什么？

抵抗一些朋友的诱惑和太过玩乐的生活，多一些作品。

⑦ 你曾经接受采访说接地气是了解这群人关心什么。你认为这群人关心什么？

以前我会觉得接地气主要像冯小刚导演那样，完全重现本地人的生活，这方面台湾导演做起来有点别扭。随着观众观影年龄的降低，我发现大家关心的不见得是

自身的生活，他们也会关心比较宽阔的部分。比如说希望得到爱情，实现理想，关心社会弱势。

⑧ 在你所从事的行业里，能冒出头，已属大不易，你觉得自己的这条道路顺遂吗？

我入行入得早，年轻的时候就有人给机会。其实我有些事情是别人比较看不见的，所以我爱拍片，不管大片小片，我不会让自己闲下来，有机会就拍，整体来说还算顺。2006年到2009年，因为年轻，太骄傲，得罪很多人，4年没有电影拍。我想过要不要做其他的事，比如拍广告、做设计，但那4年的空白，反而让我决定只拍电影，说故事才是我真正想做的，所以2009年就到内地发展了。

⑨ 推荐一个你觉得不错的人给年轻人，你会选谁？

徐峥，喜欢他就事论事，当自己位居高位的时候，也能善待新人。

⑩ 2014过去了，你怀念它吗？最深刻的是哪个片段？

我从23岁拍电影到现在，拍过的电影有口碑好的，不好的，但长久以来还没有哪部电影是轻轻松松，过程愉悦拍完的。2014年拍《重返20岁》我很享受拍的过程。我一直以来都很喜欢拍电影，但要问什么时候因为拍电影而感到快乐的话，我觉得2014年是一个很重要的转折和记忆。



# 关爱职业中坚力量 就是关爱今天和明天的中国

elite.yicai.com

GO



高清杂志网原创  
www.gqzzw.com



CBN Elite Care  
中国中坚力量-职业菁英关怀计划



# OMEGA

www.omegawatches.cn

## 时间 · 精艺

积淀166载

世界首款全面抗磁同轴机芯  
精密制表史上又一里程碑  
定义制表业全新品质标准

欧米茄  
“至臻同轴”  
天文台表



北京 ©(010) 8618 7188 上海 ©(021) 6287 8686 广州 ©(020) 3868 2020 沈阳 ©(024) 2368 9877  
成都 ©(028) 6129 5692 杭州 ©(0571) 8755 5623 重庆 ©(023) 6381 6811

Ω  
OMEGA  
至臻同轴