



吉林省科技投资基金有限公司

TEL: 0431-85288737

地址: 吉林省长春市蔚山路2559号/长春市南关区亚泰大街6898号

吉林科技投资 第3期

吉林科技投资

TECHNOLOGY INVESTMENT

第3期



吉林省科技投资基金有限公司2017年大事记
全球科技公司市值100强新鲜出炉

2017年度IPO期末成绩考

2017是中国VC/PE历史上波澜壮阔的一年,各种传奇不断上演,可谓上交了一份漂亮的答卷。2017年也成为投资界的一个里程碑,数百家VC/PE机构有幸分享这场IPO盛宴,成为中国资本大年的见证者。

荣誉出品:
吉林省科技投资基金有限公司



吉林省科技投资基金有限公司

- 科技风险投资基金
- 高校产学研引导基金
- 重大科技成果转化专项资金
- 矿产资源风险勘查专项投资



使 命： 围绕创新发展，扶持吉林省初创期科技型中小企业发展，解决科技型企业融资难问题，促进科技成果转化。

愿 景： 做真正的风险投资，实现省内科技型企业投资全覆盖。

核心理念： 创新、创业、进取、进步

投资原则： 有偿投入、阶段支持、适时退出、循环使用

哪里崇拜“脑子”哪里就有创新

文 / 周其仁

改革开放以来,中国依靠成本优势,把产品往外卖,让外汇流入进来,再买国外机器,进行升级。我们富起来的最大原因是把穷人做的东西卖给富人。但今天,中国的成本已经不是全球最优了。

现在美国出现了很多“锈带”,当年辉煌的美国制造业,今天变得不怎么起眼了。面对辉煌,企业如果没有动态能力,就会有麻烦。我们今天有多辉煌,将来压力就有多大。所以中国能不能突破现在这个发展阶段就成了问题的关键。我们唯一的出路,就是用同样的成本,去生产不同的东西,这就是我所提倡的创新。

企业家是干嘛的?是实现创新的。没有创新,任何商业最后都会惨不忍睹,这就是“锈带”。创新靠什么?靠发现,靠观察,靠脑子运算。所以哪里解放人,哪里对人信任,哪里对脑子信任,哪个地方就会成为发明的集中地。

以色列的面积不大,人口也不多,但纳斯达克上市的公司数量仅次于美国、中国。以色列人只相信一件事——脑子,脑子里知道的东西,谁也抢不走,这是这个民族的厉害之处。美国人的特点是什么呢?就是创新。硅谷真正厉害的是反叛精神,全世界都有防竞争条款,硅谷却鼓励互相挖角。

创新是一种精神状态,不是死的知识。我们一定要扭转观念,把中国人、中国企业的创新潜力挖出来。比如让盲人通过舌头和“电子冰棍”,把外部的图象技术从舌头底下输入脑子,然后在脑子里成像,就能看见了。这是我们觉得离谱的事,但硅谷已经尝到离谱的甜头了。我们的资源怎么就不会往这些领域配置呢?因为没有人敢想、敢试。

怎样可以实现创新呢?从经验来看,有上行和下行两条路线。上行路线是从产品里找痛点,进行技术改进。技术改不动了,去寻找基础科学当中的新原理。常规的科学研究、创新都是上行的。另一条路线是下行路线,从原理出发,再开发技术,最后变成产品。原子弹就是理论研究出来的。上世纪30年代,德国科学家率先研究原子内部的能量释放,叫原子能。能不能克服关键技术变成产品,需要试,但当时没有这个条件。后来日本偷袭珍珠港,罗斯福急了,拨大量资金进行“曼哈顿计划”,最后美国的原子弹开发先于德国。

我看了以色列、德国、美国的创新,还要看看中国的创新,于是就去看了深圳,结果全是上行路线。最后终于找到几家下行路线的,从原理出发做创新,但是壁垒非常高,追随者望其项背。其实,这两条路线都可以选,一个从产品往上打,一个从原理往下打。我们要总结自己的教训,把创新的路线琢磨透。

(摘自《时代周刊》)

CONTENTS

目录



14 封面故事

14 _ 2017 年度 IPO 期末成绩考

24 吉林科技投资

24 _ 2017 年大事记
28 _ 慢病患者 2.6 亿,“青梧桐”如何精准预防
32 _ 姚卫国:汽车装备界的后起者 勇攀世界巅峰
35 _ 浅谈德国工业 4.0
36 _ 希达电子:让吉林制造照遍世界
38 _ 新时代“制造”和“智造”的跨界合作
41 _ 有一种彪悍叫庄子

42 资本力量

42 _ 君联资本:投资业的一道硬菜
46 _ 曹毅:一个超级连接器
50 _ 布鲁斯·沃瑟斯坦:一生玩转 2500 亿并购交易
54 _ 全球科技公司市值 100 强新鲜出炉

56 大咖慧

56 _ “风投狙击手”徐新
58 _ 老板们为何会回避管理?
60 _ 一代大师彼得·林奇的三大投资秘籍

62 非常道

- 62 _ 谷歌的创新“套路”
- 64 _ 看今朝“聚美陈欧”如何自救
- 66 _ 那些亏损的互联网公司

70 行业风向

- 70 _ 智能投顾的“前世今生”
- 73 _ 2018 金融科技走势预测
- 74 _ 车联网的未来
- 77 _ 洪磊:母基金的价值引领
- 78 _ 未来 15 年内有前途的新型服务业
- 81 _ “信联”横空出世,全面的信用时代终将来临
- 82 _ 浪尖上的现金贷“江湖”
- 84 _ 高盛预测八大投资新风口
- 86 _ 2018 年中国经济将有三大质变
- 88 _ 赋能线下,互联网巨头的新口号

90 创客讲堂

- 90 _ 刘强东:所有的失败都是因为人不行
- 92 _ 筹钱太多可能会害了自己
- 94 _ 任正非用人“四砍”

96 创业邦

- 96 _ 北大学子 12 年穿越创业“死亡谷”
- 98 _ 天才孙天齐

102 孵化器

- 102 _ 大企业的研究院
- 104 _ 孵化器的痛点与激点

116 科技改变生活

- 106 _ 影响未来的八大汽车科技
- 108 _ 人工智能想让人类不吃肉

主管单位 _ 吉林省投资集团有限公司
主办单位 _ 吉林省科技投资基金有限公司
协办单位 _ 《东西南北》杂志社
合办单位 _ 吉林省财政厅
吉林省科技厅
吉林省教育厅
吉林省发改委

编委会主任 _ 孟庆凯
副主任 _ 万佰、李巍、马天夫、刘丽英
编委 _ 王斗、陶彬、李晓东、肖红、韩晓宇、陈野、
杨天宝、富强、徐科研、石冬梅、郝莹

封面题字 _ 王云坤

执行主编 _ 徐小莉
美术主任 _ 初亚新
责任编辑 _ 庞春颖、李云云
特邀编辑 _ 吕天书、关佳祺
文字编辑 _ 孔祥飞、赵帅添、沙丽莹、胡梓博、孟醒
美术编辑 _ 赵文丽
文字记者 _ 宋东捷、李瑾历
渠道总监 _ 刘淑尘、殷雪燕

公司地址 _ 吉林省长春市蔚山路 2559 号 /
长春市南关区亚泰大街 6898 号

邮编 _ 130012 / 130022

电话 _ 0431-85288737

投稿邮箱 _ jltz@jlkjtz.com

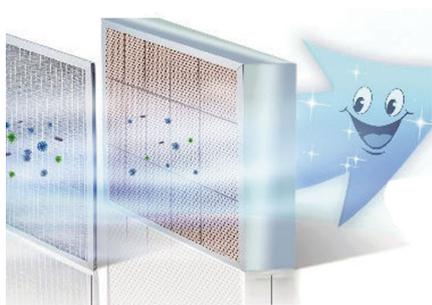
微信号 _ ZZDKJTZ

网址 _ www.jlkjtz.com

编辑部地址 _ 吉林省长春市自由大路 6426 号

编辑部电话 _ 0431-88600080





纳米光催化材料 做的窗帘可净化空气

在众多污染物治理技术中,光催化材料能够在太阳光的作用下有效地降解污染物。中科院合肥物质科学研究院应用技术研究所以田兴友、张献研发团队以棉织物为负载模板,成功构筑了纳米光催化织物涂层,实现了纳米光催化材料的回收再利用,并且通过纳米光催化材料的交替层层组装,大幅提高了光催化效率。该涂层织物在模拟太阳光下,能有效降解污染气体(如甲醛等)和液体污染物(如罗丹明等),展示了优异的降解气体和液体污染物光催化活性。把这些光催化功能织物做成窗帘、沙发坐垫、地毯等各类纺织品,赋予其优异的降解甲醛等气体污染物、抗菌抗紫外线等功能特性,达到净化室内空气的独特效果,在家用纺织品或汽车内饰纺织品等领域展现出诱人前景。

黑科技让开车就像打游戏

总部位于瑞士的威瑞公司研发了一种可将虚拟仪表盘投射到驾驶员挡风玻璃上的装置,为司机导航。该软件可显示速度、时间,甚至箭头和其他图形,提醒司机避开障碍物。由于所有信息都显示在挡风玻璃上,司机无需低头查看导航,使得行车更加安全。此外,该系统还会提醒司机沿途的潜在兴趣点,如餐馆或其他业务。这种超强现实驱动系统赢得了广泛的关注。微软在 Azure 云上为威瑞公司提供了价值 4 万美元的云储存以及相关咨询服务。英伟达公司为其提供了一个新的 NVIDIA 驱动 PX 2 AI 汽车计算平台,该平台拥有超强计算能力,可实现全自动驾驶。

智能人行横道 是斑马线也是红绿灯

英国最新研发出一条高科技智能人行横道,目前正在伦敦某一公路路段进行测试。这条智能人行横道相当于在公路上铺上了长达 22 米的 LED 面板,面板能防水还可感知压力,能识别是否有行人或车辆在通行,红绿灯和斑马线的功能都归纳到这块面板上了。

智能人行横道遵循“以人为本”原则。在没人过马路时,这条智能人行横道是看不见的,而一旦有行人接近路口,LED 面板就会亮起来,马上显示出斑马线。想过马路的行人只需站到位于道路边上的红色圆圈中,当圆圈变为绿色时,马路前方会出现白色的斑马线。这时,两侧机动车道就全部被限行了,相当于红灯。当人们走过后,斑马线就会消失,以减少对驾车者的视野干扰。根据人流量的不同,斑马线的宽度也会改变。比如,人少时斑马线窄,人多时斑马线就会变宽。



12 分钟充满电的石墨烯电池

三星电子成功合成了“石墨烯球”,用硅石来合成像三维爆玉米花一样的石墨烯,然后将这些石墨烯“球”用作先进锂离子电池的材料。三星已经在韩国和美国申请了这项技术的专利。这种技术可将电池容量提高 45%,充电速度提高至现有标准的 5 倍,只需要 12 分钟即可充满电,同时还可以延长锂离子电池续航时间。新型电池可用于电动汽车,它能够在 60 摄氏度以下的温度范围内保持稳定。如果这种技术能投入量产,将会是一个行业里程碑。

石墨烯的强度、导电性和弹性,使其在全球电子行业被誉为“奇迹材料”,而且自 2004 年被发现以来一直被视为锂离子电池的替代品。它是一种碳的形态,可被用来开发更小更薄、但容量更大的电池。石墨烯的基本形态是呈晶格的单层碳原子片,这种材料可用于柔性显示器、可穿戴设备和其他下一代电子设备。但是,尽管在 1991 年首次商业化的锂离子电池技术被视为正在触及物理极限,但专家们告诫称,石墨烯电池技术实现商业化仍是多年以后的事情。





催眠“花生”

在荷兰代尔夫特理工大学,有 4 名机器人与工程组的学生利用睡眠研究理论,成功设计出了一款帮助失眠者获得良好睡眠的智能抱枕“花生 Somnox”睡眠抱枕。Somnox 采用了柔软织物,造型很有安全感。睡觉前将抱枕抱住,Somnox 会自动启动。它会通过测量使用者的呼吸频率,开启自身的规律起伏,使用者也将不由自主地调整自身的呼吸频率,最后达到与 Somnox 同步的效果。Somnox 还会通过使用多个高灵敏度传感器来收集信息,用来判断使用者是醒着还是处于深度睡眠,并基于这些数据为其创建入睡方法。与此同时,Somnox 还配有蓝牙音箱,睡前来段音乐,静心助眠,无需人工操作开关,当枕头监测到用户入眠后,将自动停止音乐播放。



斯坦福大学预测死亡准确率达 90%

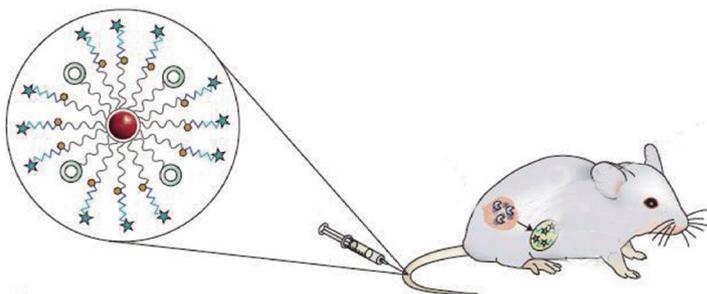
斯坦福大学的研究人员已将人工智能用于预测病人何时死亡,测试中准确率高达 90%。测试结果表明,在他们预测将会在 3 到 12 个月内死亡的 40000 名病人中,90%最终都得到了应验。虽然斯坦福大学研制的 AI 在预测病人死亡时间方面有较高的准确率,但还是限制在一个时间范围内。目前,这一技术还没有应用到医院中,研发人员希望在推广到医院之前,能作出更多的改进,他们希望该系统能够为终末期疾病的住院病人提供更好的临终关怀。

追踪癌症扩散,纳米探针或比 MRI 强

美国罗格斯大学研制出一种新型纳米探针,利用发光纳米颗粒来检测微小的肿瘤并追踪它们的扩散,其效果比磁共振成像(MRI)和其他癌症监测技术都要好。

这种纳米探针实际上是一种十分微小的光学装置,可以在血液中发出短波红外光。小鼠实验显示,在检测小鼠肾上腺和骨骼中的微小损伤和肿瘤的微小扩散时,其效果明显高于 MRI。新技术可帮助医生更早地探查肿瘤转移情况,更精确地进行治疗,从而提高癌症治愈率。

该技术可用于检测和追踪 100 多种癌症。纳米探针能够随着扩散细胞到达身体的任何地方,因此可以追踪多个器官中的微小肿瘤。这种探针未来还可以用于外科手术中,帮助医生标记其想要去除的组织,也可以用来追踪免疫疗法的有效性。研究人员称,这一技术在 5 年内可进入临床应用。



我国率先攻克 虚拟同步电网技术

2017 年 12 月 27 日世界首个具备虚拟同步机功能的新能源电站,在位于张家口的国家风光储输示范基地建成投运。它相当于给电网装上一个“水龙头”,使原本任性的新能源机组由“我行我素”变得“协调统一”,可主动支撑电网频率、电压波动。风电、光伏等新能源并网的重大技术难题就此被一举攻克。

虚拟同步发电机技术是一种通过模拟同步发电机组的机电暂态特性,使采用变流器的电源具有同步发电机组的惯量、阻尼、一次调频、无功调压等并网运行外特性的技术。自 1997 年提出以来,因其对大规模新能源并网具有颠覆性支撑作用,而为全球业界期待了 20 年,发达国家竞相攻关十余年,但一直未有实质突破。

此次虚拟同步机大规模实际应用成功,共改造 59 台风机、容量 118 兆瓦,改造 24 台 500 千瓦光伏逆变器、容量 12 兆瓦,新建 2 套 5 兆瓦电站式虚拟同步机。国网冀北电力协同中国电科院、许继、南瑞等开展关键技术攻关和装备研制,全面掌握了核心技术,揭示了虚拟同步机的并网稳定和故障穿越机理,成功研制了三类虚拟同步机装置,建立了相关装备试验检测体系,全面验证了虚拟同步机的性能,并解决了其实际运行难题。



AI+ 金融的服务需关注 千禧一代

在美国，关于人工智能的炒作已经在多个大型企业中达到峰值，包括 Alexa 和 Siri 等虚拟助理开始理解复杂的语音指令，自然语言处理(NLP)正在极速发展。各大银行开始注意到它的潜在价值，并开始建立与虚拟助理合作的接口，为银行业务开通语音指令。

硅谷孵化器 Plug and Play 预测，未来，人工智能在金融机构中将有很多案例，但重点需要关注的是初步接触金融的千禧一代。这一代人的财务状况不稳定，约 34%的人缺乏储蓄意识。金融机构需要认识到这个问题，他们需要向客户提供先进的工具，以更好地管理他们的资金。在这种情况下，人工智能可以帮助机构了解客户的消费习惯，并在个性化方面发挥很大的作用。

云雾之后，边缘计算已来

在第四届世界互联网大会上，边缘计算被捧为“技术明珠”。边缘计算是一种在数据源的边缘地带完成的运算程序，是分散式运算架构，将应用程序、数据资料与服务的运算，由网络中心节点移送到网络逻辑上的“边缘节点”进行处理。

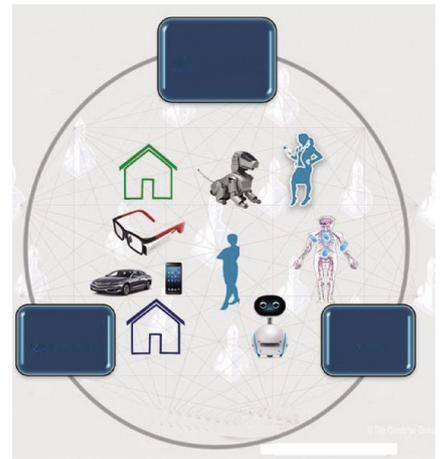
大数据时代，越来越多的数据被传至云端进行存储计算，再返回到终端显示结果。这一过程不仅增加了云端压力，还会造成干路数据堵塞，影响数据处理和反馈的时间。因此，雾计算应运而生。雾计算的原理与云计算一样，都是把数据上传到远程中心进行分析、存储和处理。那么，既然数据送到云端是送，送到分散的数据中心也是送，那为何不干脆在距离终端最近的地方完成数据存储和计算？于是就有了边缘计算。

相较云计算和雾计算，边缘计算更聚焦于实时、短周期数据分析。由于靠近数据源，边缘计算能在本地网络中完成运算，操作数据不用上传至云端，大幅提升了数据处理速度并降低带宽成本，因此可以很好地支撑物联网运行。

据思科 VNI 报告预测，到 2020 年，一个互联网用户平均每天约产生 1.5GB 数据量。在万物互联时代，数据将更多来自边缘侧不计其数的传感器和终端设备，传统的计算系统并不能有效利用这些数据。为满足新的数据处理需求，边缘计算被推到了舞台中央。

目前，智慧城市照明系统是边缘计算常见的应用场景。例如，将城市照明路灯统一接入物联网，管理者可实现可视化管理以及预测性维护。在深夜车流较少时，可调低路灯亮度、间隔开灯；在光照条件不好的阴雨天，可根据外界情况及时调节亮度……

边缘计算作为一种颗粒式的数据处理服务，目前面临两大技术瓶颈。一方面，边缘计算难以兼容异构，这导致真正具备边缘计算能力的家居设备和网络非常少；另一方面，目前云端的数据运算工作将转移至前端，由前端直接进行处理，这就需要前端具备强大的数据处理能力，需要相应的芯片技术作为支撑。因此，芯片技术的发展将直接影响着边缘计算的应用。



用思想控制机器

脑机接口技术研究步伐正在加快，美国军方和硅谷都开始关注相关研究。人们畅想在未来世界可以用意念实现人与人、人与机器之间的沟通，或是获得超能力。要实现这些想法得花几十年，但脑机接口研究不需要等那么久就可以大显身手了。想象一下，它可以通过激活盲人的视觉皮质帮他们重见光明，为中风病人的大脑重建神经连接，还可以检测抑郁症的神经信号。当然，要实现脑机接口的临床应用是非常困难的，需要跨越技术、科学和商业推广的门槛。要跨越这些障碍，实现神经科学先驱畅想的未来，路途艰难，但终可实现。未来几年，技术的突飞猛进将开启与大脑连通的新渠道。但随着用途的增加，这项技术还会带来一些新的担忧，包括隐私问题、安全问题和平等问题。不过总的来说，技术要想改变人的生活方式，大脑就是新的前沿。



人工智能驱动经济数字化转型

从2017年3月开始,中国已经进入人工智能驱动的经济数字化转型阶段。AI催生出许多新的业态和商业模式。AI在金融、零售、制造业、医疗、安防、交通领域的渗透较早,对这些行业的数字化转型正产生深刻的影响和变革。目前,AI在安防、互联网金融领域的表现尤为卓越。金融领域的量化交易、智能投顾等场景,都是其应用的热点。此外,无人驾驶结合了多种AI相关技术,是很有商用价值的方向。



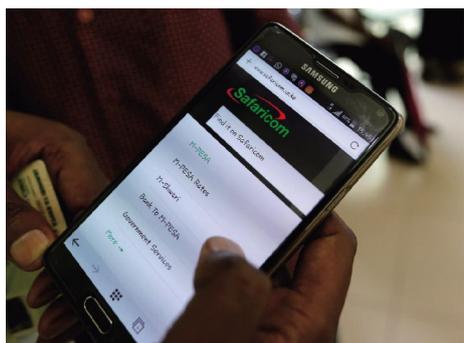
AI驱动的经济数字化转型阶段大潮来袭,从中央到地方政府再到各行业,都在大力推进AI的发展落地。中国最大的优势在于场景和用户数据,政府应构建好生态和数据等方面工作,然后让市场和资本做该做的事情。对于普通民众而言,为迎接AI时代,“数字化素养”非常重要。所谓的数字化素养,不是说每个人都要学习编程、机器学习,而是任何行业都要学会跟AI结合,大众要对AI的理念、应用领域和发展方向有所了解,然后结合自己的情况,让AI为自己所用。比如,美术学院的学生可以借助AI,在数字传媒、动漫等领域施展才华。

非洲,互联网的下一个蓝海?

互联网行业国际性组织互联网协会发布报告称,相比于其他地区,非洲互联网经济仍有很大的提升空间。发达国家互联网部门在GDP中的占比平均为3.7%,而非洲这一比例只有1.1%。非洲的大部分互联网用户依靠移动宽带访问互联网,几乎60%的人口居住在3G或4G移动宽带信号范围内;2G移动蜂窝信号覆盖了超过90%的人口,这也决定了其巨大的发展潜力。

最突出的例子就是M-Pesa移动钱包。这个2007年始于肯尼亚的电子钱包目前已经在10个国家运营,约2950万人使用,每个月的交易次数达到6.14亿次。仅仅在2015年,肯尼亚人通过M-Pesa交易的金额达到了280亿美元,约为该国当年GDP的44%。

移动钱包的出现不仅提供了更便捷的支付服务,同时还支持了金融和交易服务的生态系统。目前在肯尼亚,已经有许多创新的服务和手机应用是基于M-Pesa钱包出现的,包括小型商户支付的应用KopoKopo、2017年3月肯尼亚发行的只能通过M-Pesa购买的债券M-Akiba等。除了移动钱包外,创新孵化器、电子学习平台、科技金融、电子农业等都是非洲互联网经济的发展趋势。



非洲崛起的科技产业到处都是中国的身影。根据麦肯锡的数据,在非洲的中国企业中,有接近一半在向非洲市场介绍新产品或是新服务。在移动支付领域,微信支付2015年11月就进入了非洲市场,将首站选在了南非。其竞争对手支付宝也瞄准了远赴非洲的中国游客。

科技巨头或成银行劲敌,谁才是未来金融服务的供应者?

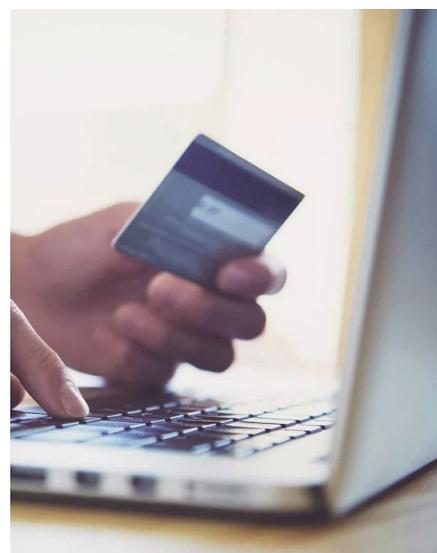
咨询公司贝恩的调查显示,近60%的美国银行顾客愿意尝试科技公司推出的金融产品。年轻受访者的兴趣尤其高。年龄在18岁到34岁的受访者中,约73%的人表示会尝试科技公司的信用卡、存款账户、投资、抵押贷款等服务。

在美国,尽管亚马逊、Alphabet Inc.旗下的谷歌以及Facebook Inc.等科技巨头已进军支付或贷款等领域,但他们并不吸纳存款。因为联邦法律不允许商业风险性投资与完全成熟的银行业务搅在一起。

因此,业内人士预计银行将与亚马逊等巨头展开合作。银行负责推出金融产品,科技巨头则充当分销和服务渠道,也就是亚马逊在消费商品领域做的那些事。

从亚马逊的角度看,它已经有数以百万的用户,根本不需要为吸引客户投入成本,所以完全有能力打造摒除了“银行各类讨厌的费用以及较高的最低存款额限制”的数字账户,这会吸引那些最有可能尝新的年轻消费者。

大型科技公司涉足美国零售银行业只是时间问题。银行与科技公司终将展开一场适者生存之战,为进入市场他们还会展开一些出人意料的合作。





“数联网”平台发布

中关村大数据产业联盟和北京腾云天下科技有限公司共同发布“数据标识互联示范应用”(简称“数联网”),引发业界关注。“数联网”将分散的数据孤岛,链接成为广阔的数据海洋,在杜绝网站存储个人的隐私数据的同时还要满足网络实名制的要求。“数联网”是国家大数据战略总体工程的基础性示范项目,在不改变现有数据管理格局、不改变数据权属和不侵犯个人隐私的情况下,形成完整的社会数据资源,满足大数据在国家安全、社会治理、经济发展等方面应用需求,是行业基础性的应用,涉及面广,影响大。

中关村数据资源丰富、大数据企业密集。目前,中关村大数据产业规模已超过 700 亿元,围绕数据中心、大数据工具、平台和数据创新应用服务等关键环节,形成了完整的大数据产业链。随着数据量指数级的增长,大数据为人工智能发展提供了基础支撑。面向未来,中关村将深入实施大数据战略,促进大数据、人工智能产业创新发展,持续挖掘和培育前沿技术企业,支持企业与高校院所加强合作,建立有利于协同创新和成果转化的新型研发机构,推动科技成果转化和产业化,打造具有国际竞争力和技术主导权的产业集群。

美科学界报告:中国已成为超级科技大国

美国国家科学基金会和国家科学委员会发布了“科学与工程指标”报告,这是描述美国技术状况的文件,但报告的主要结论是:中国或许已经成为超级科技大国。

目前,中国已经成为世界第二大研发消费国,占 2015 年世界总额的 21%,美国位于榜首,占世界总额的 26%。但是,如果按照目前的增长速度,中国很快将成为全球最大的研发消费者。从 2000 年到 2015 年,中国研发费用平均每年增长 18%,增长率远超美国。

中国技术人才队伍不断扩大。从 2000 年到 2014 年,理工科学士学位毕业生人数从 35.9 万人上升到 165 万人。同期,美国毕业生人数仅从 48.3 万人上升到 74.2 万人。同时,中国的技术水平也得到明显提高。正如报告中所说的“现在的中国敢于尝试对技术要求苛刻的领域,如超级计算机和小型喷气式飞机的研发。”

但是,中国仍然滞后于专利申请。在过去 10 年中,美国的公司和发明者每年占美国专利申请人数的一半左右,其余大部分是欧洲人和日本人。中国拥有 14 亿人口,还需要更多的科学家、工程师和技术人员。



2017 年全国发明专利申请量同比增长 14.2%

2017 年,我国发明专利申请量为 138.2 万件,同比增长 14.2%,审结 74.4 万件,授权周期稳定在 22 个月。专利质押融资额 720 亿元,同比增长 65%。

2017 年,PCT 国际专利申请受理量为 5.1 万件,同比增长 12.5%。实用新型和外观设计申请量分别为 168.8 万件和 62.9 万件。国内(不含港澳台)发明专利拥有量为 135.6 万件,每万人发明专利拥有量达到 9.8 件。知识产权保护社会满意度由 2016 年的 72.38 分提高到 2017 年的 76.69 分。

国家知识产权局局长申长雨指出,党的十八大以来,知识产权顶层设计、创造运用、保护管理、国际合作、基础建设等各个方面都取得令人瞩目的成就,获得了国内外的高度评价。



申长雨对 2018 年全国知识产权系统的 6 项重点工作进行了部署:强化统筹协调和改革创新,高标准落实中央决策部署;强化知识产权创造,提高技术供给水平;强化知识产权保护,塑造良好市场环境;强化知识产权运用,支撑实体经济发展;强化国际合作交流,服务国家对外开放;强化综合保障,进一步夯实事业发展基础。



中科院科研仪器设备开放共享

为服务国家创新战略需求,中国科学院打破仪器设备归“课题组”所有的局限,将其旗下总价值超过 110 亿元人民币的大型科研仪器设备开放给全社会共享。

中科院打造了国内规模最大的实验室仪器设备在线服务和运行管理系统,将全院各个研究所的大型通用仪器设备纳入统一的网络平台管理,为院内外研究单位和高新技术企业的技术服务需求提供在线技术服务。

经过一年的稳定运行,目前共享管理平台 3.0 已在中科院 15 个大型仪器区域中心,114 个研究所成功应用,上线大型仪器设备达到 8000 余台套,价值超过 110 亿元人民币,系统用户数达到 4 万余人。截至 2017 年 11 月底,共享平台年度使用机时已突破 1000 万小时,处理委托单数近 60 万单,院外共享机时 151 余万小时,院外用户达 4000 余人。

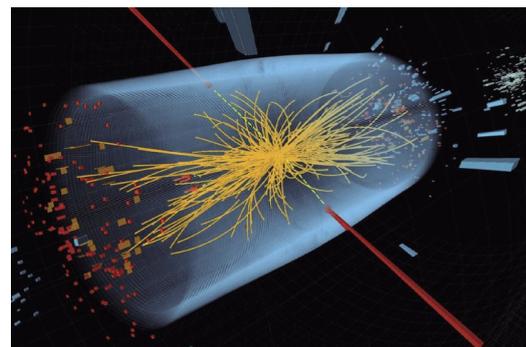


新时代下双创需要转型升级

2018 年 1 月 16 日,中国创新创业峰会召开,“推动双创上水平的核心就是提高双创科技含量,促进硬科技创业、高科技创业和新技术创业”成为会议的共识。

中国双创走过了一条非凡之路:2017 年底,全国共有各类众创空间 5500 余家,全国科技企业孵化器数量超过 4000 家,创业孵化平台当年孵化团队和企业超过 50 万。双创实施 3 年,平均每天新增企业 1.6 万家。中国有独角兽企业 151 家,居全球第二,仅次于美国。

“互联网+”以后,中国出现了千载难逢的实现产业原创的机会。未来国家将针对大数据、人工智能、物联网等新技术创业特点和规律,搭建一批开源软硬件、3D 打印、网络制造等开放共享的公共技术服务平台。企业与资本应该加入到科技创新当中来,创业就是要以企业家带动科学家、以创业带动创新、以商业驱动科技、以模式创新驾驭技术创新。



《自然》杂志评出 2017 年度十大科学人物

英国《自然》杂志在 2017 年 12 月 17 日的特写板块中公布了 2017 年《自然》十大人物,他们在过去一年里对科学产生了重大影响。中国物理学家潘建伟入选。从量子通信、基因组编辑,到一场潜在核危机和美国环保政策的退步,这份人物列表总结了 2017 年科学的成就与挫折。

十大人物中,潘建伟将中国带到远距离超安全量子通信技术的前沿,他的团队从地球将一个光子的量子状态传输给了 1400 千米高空一颗轨道卫星上的另一个光子;处女座引力波探测器合作组织的玛西亚·布兰奇西,协助超过 3500 名研究人员共同捕捉到两颗中子星碰撞的完美细节;科学家哈利德·图康,帮助指导建成了中东首个同步加速器,并与该地区其他原本并不乐意或没有机会合作的国家建立合作伙伴关系。

国际全面禁止核试验条约组织执行秘书长拉希纳·泽博,即使在国际局势日益紧张的情况下,他仍致力于推动核不扩散;墨西哥地质学家维克多·克鲁兹-阿蒂恩扎,他开发的模型准确预测了墨西哥大地震的模式;律师安·奥利瓦雷乌斯,他是一名积极争取学术界性别平等的资深人士;美国环境保护署署长斯科特·普鲁特,他因故意削弱美国的污染治理政策,激怒了环保人士和诸多科学家。

医学领域的年度人物包括,埃米莉·怀特海德,她是首个接受创新癌症免疫疗法的儿童,该疗法今年在美国获批投入使用;美国博德研究所的华人生物学家戴维·刘,他的团队正在研究如何利用 CRISPR 基因组编辑技术优化基于细胞的疗法;悉尼威斯特米德儿童医院的癌症遗传学家珍妮佛·伯恩,他领导开发了一种创新型工具,能根据 DNA 序列检索找出文献中有错误的论文。

工信部将发布智能光伏产业行动计划

2017年,受国内光伏分布式市场加速扩大和国外新兴市场快速崛起双重因素影响,中国光伏产业持续健康发展,产业规模稳步增长、技术水平明显提升、生产成本显著下降、企业效益持续向好、对外贸易保持平稳。为进一步规范我国光伏产业发展、推动产业转型升级、促进我国光伏产业迈向全球价值链中高端,工信部将深入实施《中国制造2025》,发布《智能光伏产业发展行动计划(2018-2020年)》,从而推动光伏产业智能化升级,鼓励大数据、NB-IOT等信息技术在光伏领域应用,推动互联网、大数据、人工智能与光伏产业深度融合,探索推进在建筑、水利、农业、扶贫等领域应用示范建设,合力推动智能光伏产业发展,积极培育世界级先进制造业集群。

亚马逊无人便利店正式开业

亚马逊的 Amazon Go 便利店将于当地时间 1 月 22 日在西雅图正式开业。无人便利店利用计算机视觉、重量传感器等技术,彻底跳过传统收银结账的过程。顾客在进入 Amazon Go 便利店之前,需打开 Amazon Go 手机软件进行扫描。店内使用一组安装在天花板上的摄像机来识别每个客户,跟踪他们选择的商品,货架上的传感器会将物品加到顾客的电子账单上,并且当商品被放回时会自动删除,当顾客离开便利店,消费记录会被记在顾客的信用卡账单上。亚马逊目前并没有表示是否会开放更多的 Go 便利店。不过零售商们清楚,购买速度越快的顾客,返回的可能性就越大。让“可怕的超市排队”成为过去式,将会使该零售商具有比竞争对手更强的竞争优势。

2018 年《财富》全球最受赞赏公司 苹果连续 11 年夺冠

1 月 22 日《财富》杂志发布“2018 年全球最受赞赏公司排行榜”。在最受瞩目的 50 家“全球最受赞赏公司全明星榜”上,苹果公司连续第 11 年高居榜首;而亚马逊蝉联亚军,谷歌母公司 Alphabet 重回第三位。本次全明星榜新上榜 3 家公司,分别是:阿迪达斯(第 42 名)、洛克希德-马丁(第 48 名),以及 Charles Schwab(第 50 名)。此外,值得一提的是,阿里巴巴位居互联网服务和零售行业榜第 4 名。

欧盟委员会 将起草人工智能法案

欧盟委员会将从 2018 年春季开始起草人工智能相关法案。欧盟委员会负责数字经济与社会事务的委员玛丽亚·加布里埃尔在德国慕尼黑举行的 2018 年“数字生活设计”大会上说:“我们从事的大多数工作岗位都将改变,我们必须为此做好准备。”加布里埃尔说,对欧盟凭借自身优势在数字化方面取得进展感到乐观。

腾讯和谷歌达成专利共享协议

Alphabet Inc.旗下谷歌和腾讯控股已经同意共享涉及一系列产品和技术的专利,全球两大科技业巨头结成联盟。这个交叉许可协议也包含一项共识,即分列全球第二大和第五大公司的谷歌和腾讯,未来将联手开发各项技术。该协议可能便于谷歌在中国开展业务,同时也有助于腾讯从已经占据鳌头地位的中国大陆市场向外扩张。

IPv6 大规模部署蓄势待发

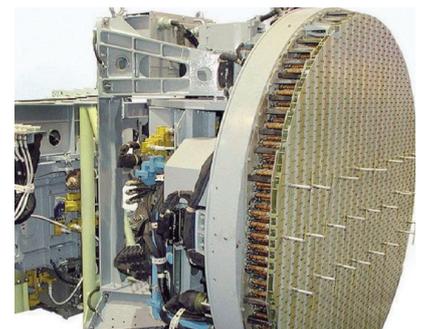
随着 IPv4 地址资源的枯竭、物联网等新业态对网络安全要求的提升,IPv6 的部署正在驶入“快车道”。网络地址扩容加上安全升级,IPv6 将使海量物的连接成为可能,物联网有望成为 IPv6 的“杀手级应用”,而后者更有望为方兴未艾的工业互联网、智慧城市等新业态提供必要的技术底座。

我国 5G 技术研发试验 第三阶段规范正式发布

中国 IMT-2020(5G)推进组于 2018 年 1 月 16 日正式发布了 5G 技术研发试验第三阶段第一批规范。通过第三阶段测试,预计在 2018 年底我国 5G 产业链主要环节将基本达到预商用水平。

国内首幅机载 毫米波雷达测绘图像面世

中国航天科工集团二院 23 所研制的机载毫米波雷达在成都西部山区获得首幅 1 比 5000 比例尺图像,使国内测绘市场第一次拥有了机载毫米波雷达测绘绘出的图像。此次测绘范围超过 2000 平方公里,23 所雷达团队预计用两个架次完成飞行任务,并初步形成测绘图像数据。中国西南地区很难获取大范围、清晰的地理信息图像,23 所研制的雷达有望终结这一难题。





2018 彭博创新指数发布

彭博社发布了 2018 彭博创新指数,韩国首尔又下一城,硅谷的地位却出现了滑落。6 年来,美国首次跌出前 10,韩国和瑞典继续保持着前两名。这份榜单的制订参考了 7 个标准,包括研发开支以及高科技企业专注度等。中国的排名上升 2 位,来到第 19 位,原因在于中国从事科技与工程的人员在总劳动力之中的占比越来越高。另外在华为等企业的带领下,中国的创新专利数量也越来越多。

四维图新推出 位置大数据云服务平台

四维图新面向全行业推出位置大数据云服务平台 MineData, MineData 整合了全国地图导航数据、路况数据、道路现场资料、道路深度信息,再加上来自合作伙伴的前装导航数据、车载智能硬件以及 APP 数据,可提供包括数据蜂巢、可视化地图、实验室在内的、基于 SaaS 位置大数据汇聚、分析、可视化服务。除了打造应用平台,在强化打造四维图新“智能汽车大脑”方面,Oracle 数据库和 Oracle Cloud at Customer 还对 MineData 位置大数据云服务平台提供了重要支持。

我国首颗高通量卫星投入使用

1 月 23 日,我国首颗高通量卫星实践十三号在轨交付,正式投入使用。目前,卫通公司正跟航空公司一起推进中星十六号的机载终端研制和使用。按照计划,今年年底前,中星十六号机载终端将上机试用。后续我国还将部署超大容量的高通量卫星,预计到 2020 年,形成可覆盖中国全境以及亚太地区、容量接近 200Gbps 的通信能力,有力满足“宽带中国”和国家“一带一路”建设工作对宽带通信的迫切需求。

国内首家科技保险公司诞生

1 月 9 日,中国太平保险集团旗下太平科技保险股份有限公司获保监会开业批复,这标志着太平科技正式成为中国第一家专业科技保险公司,业务范围为与科技企业相关的企业、家庭财产保险及工程保险、责任保险等。业内分析认为,科技保险公司的成立,能使高投入、高风险的高新技术产业,以及相关活动出现损失后获得补偿,让更多的资金、更多的人才在发展我国科技事业中充分发挥作用。

中国新能源汽车产销 连续三年居世界首位

2017 年中国新能源汽车产量 79.4 万辆,销量 77.7 万辆,产量占比达到了汽车总产量的 2.7%,连续三年居世界首位。科技部部长万钢表示,未来将明确延长车购税优惠措施,2020 年电动汽车财政补贴政策将坚定退出。今后将继续扩大电动汽车市场销售的配额,加快电动公交、出租车的普及和推广,开阔共享汽车新市场,完善充电设施建设措施,营造更好市场环境。

全国首张微信身份证诞生

2017 年 12 月 25 日,由广州市公安局南沙区分局、腾讯、建设银行等 10 余家单位发起的“微警云联盟”在广州南沙成立,并且现场签发全国首张微信身份证“网证”。身份证“网证”是公安部第一研究所国家重大项目支撑下推出的身份证网上应用凭证,首先在广东省试点试行,预计 2018 年推向全国。

2017 年全球风投投资额 达 1550 亿美元

毕马威发布了 2017 年第四季度及全年的全球风险投资报告。2017 年全年,全球风投投资额达到 1550 亿美元,创下 10 年来最高纪录。第四季度表现尤为强劲,创下过去 10 年来风投投资额第三高的季度纪录。全球风险投资总额从第三季度的 408 亿美元增长至第四季度的 460 亿美元。这一增长主要是由于全球范围内 6 笔规模超过 10 亿美元的大型交易,以及所有主要市场多笔规模超过 1 亿美元的交易。

不要投资那些糟透了的公司

文 / 崔鹏

一家变得糟透了的公司和打折的丝棉被通常是有很大区别的。丝棉被打折并不会影响它对你的效用；而变糟的公司可不是，它是真的糟糕。

投资者为什么要投资那些糟透了的公司呢？问题乍看起来愚不可及，但的确有人这么做。

这种事大多发生在一些曾经很“伟大”的公司身上。有一些公司曾经似乎有很高的市场占有率、利润丰厚、在媒体上有足够的曝光率，但是，在某些问题被揭露出来之后，这家公司忽然变得糟糕透了。比如，现金流紧张、利润出现断崖式的下跌——利润这个问题在风险投资泛滥的情况下，倒不一定被人们看成是最重要的指标，有的互联网公司原来就持续亏损，说断崖式下跌是指亏损范围大幅度蔓延——出现这种糟糕的变化后，公司的股票价格也随之暴跌。

当这种曾经“伟大”的公司股票价格下跌到一定水平的时候，一些投资者就会对它产生兴趣。公司曾经非常高的股票价格对投资形成了锚定作用。曾经 90 元的股价现在只有 30 元。这看上去好像商店里东西打了折之后的感觉。一床原先卖 900 元的丝棉被，忽然打了 3.3 折，只卖 300 元。

不过，你应该知道，一家变得糟透了的公司和打折的丝棉被通常是有很大区别的。丝棉被打折并不会影响它对你的效用；而变糟的公司可不是，它是真的糟糕，股票价格变得便宜只不过是市场对它真实面目的还原。

投资者购买糟透了的公司股票，其实是希望这家公司在以后的发展中有机会重新伟大起来。他们以极便宜的价格买到这家公司的股票，有可能获得套利机会。但一般来说，被揭



崔鹏

掉“伟大”面具的糟糕公司也有比较强的公司文化。这种公司文化根植在公司执行者的脑子里，具有一种强制力。即使公司状况已经很糟了，由于公司文化形成的强制力还在控制着公司，很可能让它从糟糕变得更加糟糕，变好的概率则很小。市场不会第二次受骗，这往往让那些捡便宜的投资者计划落空。

有一些投资者会产生误会。他们以为变差的公司和我们曾经说过的那些被市场误认为不值钱而实际上质地良好的公司是一样的。然而并不是。被市场误读的好公司通常整体利润水平不错，是一些草率的决策对公司造成了不良影响。由于这家公司质地优良，它会消化掉面临的问题，从长远来说并不会对公司的运营水平造成影响。糟糕的公司则不同。当那些没头脑的媒体对它的公关类报道被揭开，你会看到华服下面是个遍体生疮的躯壳。它们一直被认为很好的原因是它们一直在说谎，而且说得毫无底线。

投资者如何识别这种糟透了的公司？一般来说，最大的问题暴露之前，关于这些公司的报道里会有一些运营中常规性的问题暴露出来。很多投资者对此并不敏感，以为这只是万里晴空中的一两片乌云。但实际上，这只是人们在厨房发现的第一只蟑螂。如果你能看到一只蟑螂大摇大摆地从你面前经过，很难想象油腻的下水道里已经变成什么样了。

（摘自《第一财经周刊》）



说老实话,做老实事

文 / 萧三匠

随着全社会征信系统的建立,“说老实话,做老实事”这则老世训与其说是道德教条,不如说是功利考量下的最优选择。

我最喜欢说老实话的企业家。

在国内企业家中,我一直很关注任正非的动态,因为他爱说老实话。任正非讲话,绝不云山雾罩、拖泥带水,更不打鸡血、提虚劲,有什么就说什么。华为已经是世界级的企业,任正非也已经是企业界教父级人物,但不论对上还是对下,对外还是对内,任正非说的都是华为的不足。看不出他是故作姿态,他的确有很深的危机感。

曹德旺是老企业家了,以前只知道他的福耀玻璃市场占有率高,很赚钱,同时他本人是个慈善家,没想到他还是一个敢说老实话的人。众所周知,因为直率地对比了中美两国的营商环境,他成了舆论聚焦的话题人物。企业家大都同意他的观点,但只有他敢于说出那番话。如果仅仅从个人利益考量,他原本可以不说的。

我跟汉腾汽车的一位高管说,现在这个时代,似乎是个讲故事的时代,尤其是创业公司,必须讲好故事。我的潜台词是,消费者未必是完全理性的,刺激消费行为的往往是品牌诉求与消费者的情感共鸣,更何况对汉腾这样的初创企业来说,首先要让消费者认识你,否则人家为什么要买你的产品呢?他的回答让我感受很深,他说:国内的自主品牌,还远远没到靠品牌就能实现溢价的时候,现在应该倡导的是品质溢价。如果品质不能得到保证,即便高调面世,销量也必然走一条过山车曲线,这样的例子不胜枚举。更糟糕的是,一旦你的第一二炮没打响,今后再想赢得消费者的认可就非常难了。他说的是老实话,我也不认为国内任何一家自主品牌汽车公司能够实现品牌



萧三匠

溢价,但明确反对讲故事的时风,在企业界还真的比较少见。

“说老实话,做老实事”是一则老世训,家长一般都会这样教育自己的孩子,但客观而论,真能做到这两点的企业家并不多。我们经常看到企业经营者夸夸其谈,自己还没想好,当然也还没开始做,就把概念宣传出去了,过几年再来检视他们当初的那些概念,你会发现,大多数都没有落实。

为什么有些人喜欢玩自己都未必确信的概念甚至故意撒谎?很简单,这样做对他们有好处:有人以此树立自己永远站在创新潮头的形象,有人以此吸引消费者购买他的产品,有人则是为了赢得投资机构的青睐。原因很多,不一而足。

抛开道德风险不论,即便从利害关系的角度评价,这样做也是得不偿失的。在信息时代,每个人的言行都被互联网“记录在案”,你要总是放空炮,你个人和你的企业的信誉度是会逐渐丧失的。如今,全社会的征信系统正在加速建立,不久你就会发现,不说实话,说假话是要付出代价的。

还有一个方面的风险往往被人忽视,那就是,当你习惯于虚言假语的时候,你的言说方式实际上已经影响到了你的思维方式。也就是说,你会不自觉的脱离实际,并做出错误的决策。这就是心理学上的自我暗示与自我屏蔽。所以我们会发现,那些不说老实话的人,往往也不会做老实事。

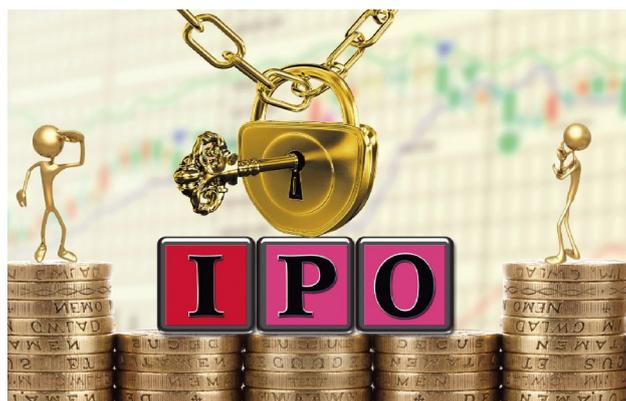
说老实话,做老实事,这与其说是道德教条,不如说是功利考量下的最优选择。道德之所以能长存,也是因为他不离功利。

(摘自《中国企业家》)

2017 年度 IPO 期末成绩考

2017 是中国 VC/PE 历史上波澜壮阔的一年,各种传奇不断上演,可谓上交了一份漂亮的答卷。数百家 VC/PE 机构有幸分享这场 IPO 盛宴,成为中国资本大年的见证者。2017 年成为投资界的一个里程碑;2018,新的故事将继续上演。





2017年,IPO公司的数量一直呈现波动上行的态势,这是中国资本市场发展壮大的必然。

2017年年初IPO大提速,IPO核发数量每批达10多家,引发狂欢;然而到5月底形势急转直下,一度降至4家,令人揪心,所幸随后回暖。2017年12月29日,随着上海雅仕、朗博科技、光弘科技和伊戈尔4家公司的成功上市,风风火火的2017年IPO之路最终画上了句号。全年IPO募集资金达2301.09亿元,438家公司成功IPO,数量创下中国资本市场有史以来之最。与此同时,港股、美股迎来爆发,“7天收获3家IPO”、“12小时收获2家IPO”等各种传奇不断上演,投资界进入了一个新时代。

根据wind数据统计,2017年全年上市新股共计438只,较2016年的227只增幅达惊人的92.95%,即使是2010年IPO的巅峰时代,348只上市发行的新股数量也远逊2017年。此外,从另一个维度看,1990年截止2017年底,A股市场总共3467只个股(包含退市股)上市募资,2017年438只上市股票数量占中国资本市场上市总数的比例高达12.63%。

2017年2301.09亿元的IPO募集总金额,为近6年来的新高(2013年无新股

IPO),较2016年的1496.08亿元上涨53.81%。A股IPO分布在全国27个省(市、自治区),以经济发达的沿海地区为主。广东、浙江、江苏、上海、山东、福建这5省1市合计有338家公司2017年实现IPO,占全年438家总数的77.17%。创新性行业以及产业升级行业成为IPO融资宠儿,可以看到,“小而美”的“创业型”公司上市将是未来数年内的中国证券市场的基本格局。

从全球IPO市场来看,根据安永的全球IPO市场报告,2017年全球共计1624宗IPO,筹资1888亿美元,按交易量和筹资额来看,同比增长49%与40%。虽未达到2007年的水平(1974宗IPO,筹资3384亿美元),但随着市场恢复到金融危机前的水平,预计2018年的IPO活动巨额交易将增多,从而增加2018年的全球收益。对比全球市场,2017年的中国A股市场表现也相当亮眼。据安永全球IPO市场报告,2017年全球共计1624宗IPO,中国大陆地区以438只新股全球领先,深交所和上交所分别以223只新股和215只新股排列交易所上市新股的第一和第二位,若加上上交所161只新股的IPO,大中华区(暂未添加台湾数据)当之无愧为全球第一。

称2017年为IPO之年显然实至名归。

一份美丽的答卷

2017年,数百家VC/PE机构有幸分享这场IPO盛宴,成为中国资本大年的见证者。

深创投:19家IPO

成为中国创投圈缩影

作为本土创投“领头羊”,深创投的发展犹如一部中国创投简史,每一次IPO数量的跌宕,背后都有中国本土创投的历史影子。回顾2017年,深创投一举收获了19家IPO企业,打破近几年的纪录,预示着全国VC/PE迎来了IPO丰收的一年。而随着中新赛克的上市,国内创投机构控股子公司中小板独立IPO实现了零的突破,这是创投机构资本运作模式里程碑式的创新。目前,这家本土创投巨头累计投资创投项目超800个、累计上市投资企业134家,投资项目数量及投资企业上市数量均居国内第一。

达晨创投:17家IPO

上市公司数量达到70家

与深创投相比,同处深圳的达晨创投表现也不遑多让,2017年度被投企业中有17家成功敲钟,当中不乏吉比特、华凯创意、尚品宅配、创业黑马等为大家熟知的企业。

目前,达晨创投基金管理规模达200亿元,已投企业超过400家,上市公司数量达到70家。尽管IPO成绩不错,但达晨创投合伙人兼总裁肖冰表示并没有特别关注,他提醒,2017年IPO的企业是过去5年到10年以前投的项目,但投资人的工作是面向未来的,“市场变化太快了,我们要提前规划好5年后的事情”。

九鼎投资:13家IPO

位置稳坐前三甲

迈过第十个年头,2017年度九鼎投资一共收获了13家IPO企业,位居国



内VC/PEIPO排行榜第三。其中,仅上半年就收获了9家IPO企业,当中不乏绝味食品、博士眼镜这样遍布全国大街小巷的连锁巨头。另外,还有两家——长江材料和华菱精工过会。

自成立以来,九鼎投资就一直扮演“行业破坏性创新者”的角色。这家投资界之“狼”瞄准创业板开闸机遇迅速占位,将工厂流水作业引入PE投资,迅速蜕变成一家拥有多个牌照的综合性金融集团。目前,九鼎投资管理基金规模近300亿,累计投资近300家企业,收获了超50家上市公司。

涌铎投资:13家IPO

近20年收获了50多家上市企业

2017年度涌铎投资以“黑马”之势一举收获了13家IPO,比肩国内一线创投机构。值得一提的是,涌铎投资在第一季度只有汇纳科技、维业股份两家IPO,但在第二季度一口气收获了9家IPO企业,速度令人咋舌。据其官网显示,涌

铎投资成立了近20年,在新材料、新能源、医药与医疗服务、环保节能、TMT、消费服务及消费品制造等各行业领域累计投资了超100家企业,收获了50多家上市企业。

金石投资:11家IPO

聚焦Pre-IPO项目

作为中信证券的直投子公司,金石投资从2012年起获批开展基金管理业务,在2017年收获11家IPO企业,大多为汽车制造业和软件信息技术服务业。目前,金石投资聚焦装备制造、金融服务、能源及矿产、消费、医药及医疗等五大战略行业开展私募股权投资(Pre-IPO为主)。尽管作为中信证券的直接投资机构,但金石投资采取完全独立运作的模式,与中信证券在人员、机构、财务、资产、经营管理、业务运作等方面相互独立。

同创伟业:10家IPO

见证中国PE历史性的—年

2017年初,同创伟业董事长郑伟鹤曾预言:“2017是一个资本大年。”果然,伴随着IPO审核加速,这家老牌本土创投迎来了一个超强收获季。

3月份,科达利登陆深交所中小板;5月,三利谱、晶瑞股份、韦尔股份相继上市,华大基因、沃特股份、联合光电接踵过会,“红五月,六连发”的故事,在圈中引发热议;9月,怡达股份、华信新材又同一天过会,怡达股份创造了250天转板的最快纪录……2017年,同创伟业收获了10家IPO企业,上演了“十全十美”的IPO年度大戏,见证了中国PE极



具历史性的一年。

红杉中国:9家IPO

1家借壳,

创7天内连获3家IPO企业的记录

被业内看做风向标的VC“霸主”,红杉中国在2017年度收获了9家IPO企业。

2月,汇纳科技正式在深圳证券交易所创业板挂牌上市,这是A股第一家完全以大数据为主营业务的企业。3月,中持水务在上海证券交易所挂牌上市;接着新经典、药明生物、华大基因、再鼎医药陆续登陆资本市场。

进入11月,奇虎360借壳方案大获成功,接着红杉中国迎来了历史性一幕——11月16日,“全球金融AI第一股”——简普科技(融360)正式在纽交所挂牌上市,这是继拍拍贷成功登陆纽交所6天后,第二家由红杉中国投资的金融科技公司在纽交所上市;接着第二天,中曼石油成功登陆上交所,红杉中国创下了7天内收获3家IPO企业的纪录。

海通开元:9家IPO

300亿国泰君安登陆港股

作为老牌券商直投机构,海通开元在2017年斩获颇丰,所投企业有9家敲钟上市,分别为:国泰君安、瑞斯康达、金能科技、保隆科技、科蓝软件、中环环保、东珠景观、亚士创能以及泰瑞机器。4月11日,国泰君安登陆港股,海通开元收获了2017年首家IPO企业。早前国内IPO大提速,海通开元董事长张向阳曾谈到,成长快的企业不一定急着上市。据了解,目前海通开元及下属基金已经有超20个项目IPO,而海通旗下股权投资基金已经报会的项目有20余个。

复星系资本:8家IPO

2017上半年占7家

作为复星集团“商业帝国”的重要板

块,复星系资本的表现抢眼,在2017年一举收获了8家IPO企业,分别为:韵达股份、法兰泰克、博天环境、麦格米特、绝味食品、万春药业、金能科技以及东珠景观。其中,有7家在2017上半年敲钟上市;下半年东珠景观登陆上交所,成为复星系资本2017年第8家IPO企业。

据了解,从2007年起,复星大规模涉足PE投资业务,目前在PE领域布局已然成型,旗下包括复星创富、复星创投、星泓资本、星景资本、星颐资本等。而随着互联网的崛起,复星也开始重点布局互联网,成立了复星锐正、星未来等一系列VC投资平台。

毅达资本:8家IPO

数量为上一年2倍

脱胎江苏高投3年,迈向市场化运作的毅达资本迎来了爆发,2017年收获了8家IPO企业,一举打破了2016年4家IPO公司的记录。在第一季度中,毅达资本收获了海辰药业、晨化新材料、大千生态三家上市公司,账面回报超过100亿元;随后,传艺科技、金陵体育相继登陆深交所。接着在下半年,江苏海鸿冷却塔、岱



勒新材、剑桥科技登陆深交所。

目前,毅达资本管理资本规模750多亿元,累计投资了650多家创业企业,助推超100家企业成功登陆境内外资本市场。对于未来,毅达资本董事长、创始合伙人应文禄目标很明确:未来3年,管理规模超过1000亿,上市企业个数超过200家。

君联资本:8家IPO

智能制造和医疗健康成“黄金赛道”

君联资本2017年一举收获了8家IPO企业,在智能制造、医疗健康、新能源以及金融科技等领域皆有斩获。按行业划分,智能制造领域以富瀚微电子、碳元科技、联合光电以及上海璞泰来4家企业成功上市成为了“黄金赛道”。过去十余年来,君联资本在该领域共投资超过20亿元,布局了近30家公司,如今已收获了8家智能制造IPO企业,还有电池巨头宁德时代正冲刺IPO。

此外,随着金域医学9月8日成功上市,君联资本医疗投资也进入收获期,这家于2008年投资的企业,给君联资本带来了超10亿元人民币的账面回报。此前,贝瑞和康借壳天兴仪表成功上市。

硅谷天堂:8家IPO

2家属于环保企业

2017年10月24日,财通证券登陆上交所,成为目前国内最大的IPO项目,而硅谷天堂也收获了第8家IPO企业。在此之前,傲农生物、创源文化、祥和实业、索通发展皆已成功登陆了资本市场,硅谷天堂2017下半年一口气收获了5家IPO企业。

而回顾2017上半年,硅谷天堂收获了3家IPO企业:天域生态、长川科技、光大绿色环保。从行业上看,长川科技属于先进制造行业,这是硅谷天堂多年来深度布局的重点领域之一,也是硅谷天堂聚焦的六大领域之一,目前硅谷天堂



仅在管的先进制造行业企业已经超过40个。而天域生态、光大绿色环保属于节能环保业。这也是硅谷天堂聚焦领域之一，所投资节能环保企业涉及生态修复、固废及水资源处理、新能源及新材料等细分领域，先后帮助10余家节能环保企业登陆资本市场。

IDG 资本:7 家 IPO

领跑境外 IPO 企业数量

2017年伊始，IDG资本就迎来了“开门红”——吉比特成功上市，一度连续创下10余个涨停板，成为2017年资本市场最赚钱的新股。紧接着，诚迈科技在深交所创业板成功挂牌上市；8月1日，朗新科技成功登陆深交所创业板上市，IDG资本收获了2017年第3家IPO企业。

进入9月，IDG资本迎来大爆发，先是百世物流成功登陆纽约证券交易所，成为2017年中概股最大IPO；接着寺库（SECOO）在美国纳斯达克交易所成功挂牌，中国奢侈品电商第一股诞生。到了11月，雷蛇、易鑫集团分别历经12年和3年时间，接连在港股市场成为“电竞第一股”、“汽车新零售第一股”。短短3天内，IDG资本收获了2家港交所“第一股”，缔造了资本市场新传奇。

中科招商:6 家 IPO

10 亿投资企业上市回报丰厚

2017年上半年，中科招商收获了1家IPO：瑞特股份，下半年迎来了爆发，一

口气收获了5家IPO企业，分别为长缆科技、深圳新星、华阳集团、华信新材、国立科技。其中，华阳集团系中科招商于2011年投资的企业，当年投资了10亿，如今蛰伏6年成大赢家。

中科招商成立于2000年，是中国首家经政府批准设立的大型人民币股权投资基金专业管理机构。截止到2017年6月30日，集团受托管理基金超120支，资产管理规模超800亿元，公司投资的企业先后已有超80家在国内外资本市场成功上市。

中国风投:6 家 IPO

迎来丰收年

作为中国历史最悠久的本土机构之一，中国风投迎来了丰收的一年，2017年一举收获了6家IPO企业，分别为康泰生物、华瑞股份、美诺华、三利谱、新东方新材料以及海川智能机器。中国风投成立于2000年，目前管理着超过20支组合式投资人民币基金，过去17年累计投资了超160个项目，其中近30个项目实现了IPO或与上市公司并购重组、近40个项目挂牌新三板、超过30个项目实现了其他方式的退出。

国信弘盛:6 家 IPO

稳居券商私募基金子公司第一梯队

国信弘盛成立于2008年，在2017年度表现亮眼，一共收获了6家IPO企业，分别为安井食品、美诺华、华大基因、绿茵生态、中广天择、财通证券，涉及基

因测序、生物医药、环保科技、视频媒体等行业。作为国信证券旗下专业从事直接股权投资业务的全资子公司，国信弘盛凭借着6个IPO项目在全国券商私募基金子公司中稳居第一梯队。

自成立以来，国信弘盛就扎根于深圳，始终关注和服务深圳本土的创业、创新型企业，并以产业链整合的思路，在全国重点区域进行多元化的投资布局。截至2017年11月30日，国信弘盛平台投资共计101个PE项目，其中已实现退出的项目共计52个。

腾讯投资:5 家 IPO

投资总额超 1000 亿成 IPO“收割机”

2017年腾讯投资进入了收获季：9月28日，互联网保险众安在线登陆香港联交所；10月20日，东南亚电商公司Sea在纽交所上市；11月8日，腾讯旗下网络文学平台阅文集团在港上市；11月9日，腾讯持股45%的搜狗也在美IPO；11月16日，易鑫集团登陆港交所。一口气收获5家IPO，腾讯投资已然跻身一线VC/PE行列中。

公开资料显示，腾讯投资的范围已经覆盖全球20多个国家，覆盖包括电商、本地生活、医疗、出行、金融、游戏等20多个互联网行业，独角兽超过50家，如京东、美团点评、滴滴、58同城、知乎、摩拜等。腾讯投资管理合伙人李朝晖曾表示，目前腾讯投资的总额已超1000亿，所投资的公司估值在10亿美金以上的超过50个。



东方富海:5家IPO

成立11年65个项目成功退出

东方富海2017年收获了5家IPO企业,分别为:韵达股份、科达利、扬帆新材、健友股份以及华扬联众。2016年1月,在完成韵达股份Pre-IPO投资后,东方富海并购基金团队积极参与引荐壳方等投后管理工作,先后约见A股市场上30多个壳公司后才敲定借壳方案。可以说,快递巨头韵达之所以成功借壳上市,东方富海功不可没。

东方富海成立于2006年,目前管理35支基金,总规模达200亿。过去11年,累计投资超300个项目,其中71个项目成功退出,近40个项目成功上市……这家老牌的PE机构已然成为了中国本土民营PE的范本。

启明创投:4家IPO

环保、医疗领域再添成功案例

启明创投在2017年上半年收获了2家IPO企业:中持股份、透景生命。据悉,中持股份的上市给启明创投带来可观账面回报。2011年4月,启明创投投资了中持股份,2013年追加投资,若以敲钟当日的收盘价14.23元计算,启明创投持股13.88%,所有市值超过2亿元。

透景生命是启明创投2017年在医疗领域的首家IPO企业,此外启明创投还收获了艾德生物、再鼎医药两家医疗IPO企业,另一家贝瑞和康成功借壳上市。成立的11年里,启明创投在医疗领域共投资了60多家公司,其中不乏甘李药业、泰格医药、瑞尔齿科、微医等明星项目,涉及生物制药、医疗器械、诊断技术、医疗服务及生命科学等多个细分领域。

松禾资本:4家IPO

10年超40个项目上市或被并购

松禾资本成立于2007年,算是中国本土历史最悠久的创业投资机构之一。松禾资本2017年一举收获了4家IPO企业:5月11日,先达股份在上交所成功挂牌;两个月后,华大基因登陆深交所创业板;接着10月18日,趣店赴美成功上市;而在11月,德生科技在深交所中小板上市。

迄今为止,松禾已经累计投资了400多个项目,其中超40个项目上市或者被上市公司并购,19个项目挂牌新三板。其中,松禾资本是华大基因、柔宇科技、光启科学、光峰光电等明星企业的天使投资人。

光大控股:4家IPO

多个项目正筹备在内地或香港上市

作为光大集团在海外最大的资产管理及投资平台,光大控股收获了银河证券、恒润股份、华大基因及怡达化工4家IPO企业。1月23日,银河证券在上交所挂牌上市;4个月后,恒润股份也登陆上交所;7月14日,华大基因登陆A股市场;以及11月15日,怡达化工于深交所挂牌上市。目前,光大控股共管理基金42只,管理资产规模超过港币2500亿元,投资企业包括了万国数据、贝因美、中国服饰、华油能源等,有多个项目正在筹备在内地或香港上市。

景林投资:4家IPO

9月份“梅开二度”

景林投资2017年低调地收获了4家IPO企业,先是高斯贝尔登陆深交所中小板,接着圣达生物在上交所挂牌。而在9月“梅开二度”,一举收获了英派斯和天宇股份两家IPO公司。资料显示,景林自2006年始以自有资金在私募股权投资领域进行投资,专注于消费服务、医药健康、TMT和先进制造业等领域。目前公司管理3只人民币PE基金和2只美元PE基金,已投资了60多家企业。

德同资本:4家IPO

医疗投资进入收获季

德同资本2017年一共收获了4家IPO企业,其中在医疗版块斩获颇丰,康惠制药、天圣制药、海特生物先后成功上市。此前,其在医疗领域投资的步长制药、博腾股份等企业,都已成功上市,回报可观。

德同资本目前管理资金超过100亿人民币,专注于针对消费升级与移动互联网、医疗健康、以及高端制造与节能环保领域中的不同阶段进行投资。另一家IPO企业泰瑞机器主营业务为精密设备制造,这也是德同资本多年在智能制造



启明创投

领域深耕布局的收获成果之一。

联新资本:4家IPO

环保领域迎丰收

联新资本 2017 年收获了 4 项 IPO 退出,其中包括国内领先的轿车内饰件制造商——常熟汽饰;国内高纯工艺系统解决方案提供商——至纯科技;福建省国有水务运营企业——海峡环保;以及领先的民营污水运营企业——中持水务。其中,海峡环保和中持水务是联新资本在环保领域的布局企业。资料显示,联新资本成立于 2008 年,专注于 TMT/文化传媒、医疗/健康、能源/环保等领域,重点关注细分市场龙头,目前所投企业 IPO、挂牌案例已达近 20 家,涵盖境内、境外各股票市场。

澳银资本:4家IPO

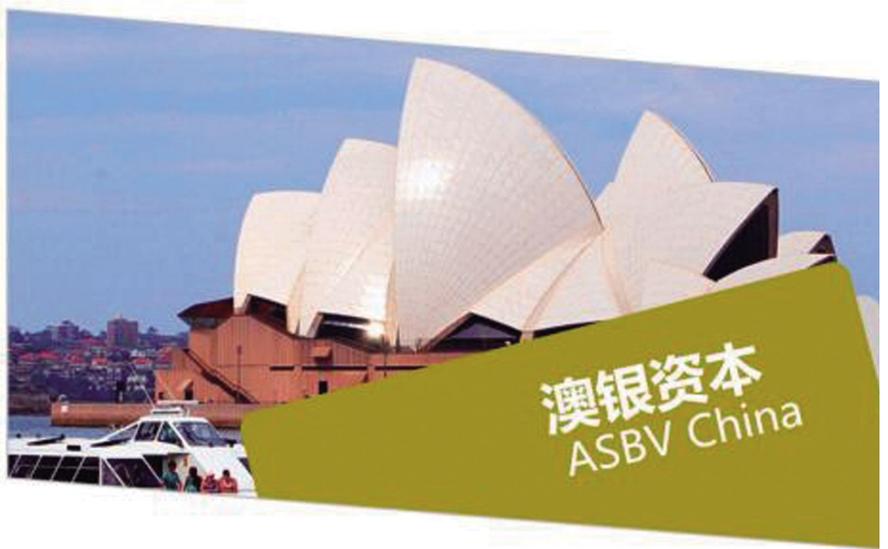
从“大医疗”投资迈向精准医疗

澳银资本在 2017 上半年连下三城,一举收获了 3 家 IPO 企业,分别为康泰生物、美诺华以及三利谱。其中,除了三利谱,其余两家都是医疗企业。11 月 6 日,海川智能机器登陆深交所创业板,成为澳银资本 2017 年第 4 家 IPO 企业。自 2009 年成立以来,澳银资本就秉持以技术驱动为主,创意与模式驱动为辅的投资理念。在 2011 年以前,澳银资本的投资风格以“大医疗”方向为主,既有生物领域的疫苗,也有化工型的制药。而如今,澳银资本更专注于投资细分医疗领域,如体外诊断和精准医疗等具体投资方向。

联创永宣:4家IPO

主要集中在上半年

联创永宣 2017 年收获了 4 家 IPO 企业,分别为华瑞股份、金石资源、上海洗霸以及中大力德。据了解,联创永宣前身为上海联创,成立于 1999 年 7 月,总部位于上海,目前基金管理规模超过 400 亿



元,重点投资领域包括人工智能、智能制造、医疗健康、节能环保、TMT、矿产资源等,累计投资了 400 多家公司,其中不乏哈工大机器人、蔚来汽车、景驰科技、暴走漫画、春水堂等为大家熟知的企业。

清科创投:3家IPO

12小时内两家企业敲钟

2017 年 11 月,清科创投迎来了“神奇的 12 小时”——先是被投资企业简普科技(融 360)在美国上市,接着中曼石油在上交所挂牌,整个过程不到 12 个小时,业内罕见。此前,清科创投还收获了常熟汽饰 1 家 IPO 企业。清科创投成立于 2006 年,目前管理 9 只人民币基金及 4 只美元基金,总规模约为 60 亿人民币,主要关注新兴技术、文化娱乐、新消费、新金融、生活服务等多个行业,迄今已投资 170 多家优秀企业。

光速中国:3家IPO

8天3家企业敲钟上市

2017 年光速中国迎来了大爆发,一举收获了 3 家境外 IPO 企业。11 月 10 日,拍拍贷登陆纽交所,这是光速品牌进入中国之后布局互联网金融行业收获的第一个 IPO 成果。7 天后,简普科技同样在纽交所挂牌上市,光速中国是其最早的投资人;接着第二天,光速中国所投资

的美国购物网站 Stich Fix 成功登陆纳斯达克。光速中国成立于 2006 年,目前管理着 3 只美元基金和 1 只人民币基金,聚焦互联网、传统行业变革的“互联网+”以及企业服务等领域。

凯辉基金:3家IPO

侧重消费领域

凯辉基金成立于 2006 年,在 2017 年收获了 3 家 IPO 企业,分别为博天环境、志邦厨柜、凯知乐。这家横跨中法美 3 地的投资机构,背后拥有诸多重量级 LP,目前资产管理规模 20 亿美元左右。在过去 10 年中,凯辉基金投资了 80 家公司,比较侧重消费、TMT 和医疗领域。而在消费行业中,凯辉主要围绕消费品牌、产品的内容升级和服务升级两条主线来寻找合适的投资机会。

经纬创投:2家IPO

还有1家曲线上市

经纬中国 2017 年第一家 IPO 企业是科锐国际。6 月 8 日,科锐国际登陆深交所创业板,成为 A 股“人力资源第一股”。以上市首日最高股价计算,经纬创投账面退出回报达 8 倍。7 月 19 日,健友股份上交所挂牌上市,经纬创投医疗健康板块再添成功案例。

此外,经纬创投还有一个“曲线上市”



案例。2017年3月,中国创新支付发布公告,宣布与有赞集团达成买卖协议,增发55.16亿股,收购有赞51%的股份。早在2014年1月,当时还叫口袋通的有赞获得了经纬创投数百万美元A轮投资。

弘毅投资:2家IPO

再次收获经典投资案例

作为联想集团旗下的PE机构,弘毅投资2017年收获了两家IPO企业,分别为弘和仁爱、上海环境。3月17日,内地医院运营管理商弘和仁爱登陆港交所,陪伴3年的弘毅投资收获了医疗大健康领域的重要硕果。而更为受到关注的是上海环境这一案例,2014年,上海环境集团引进弘毅投资18亿元,尝试借助混合所有制优势和资本力量在固废市场寻求一些新的机会。短短3年,上海环

行NGS的投资布局,共投资了包括华大基因、燃石医学、安诺优达和基准医疗共4家基因测序公司。资料显示,北极光创投创立于2005年,目前管理5只美元基金和5只人民币基金,管理资产总额达到300多亿元,主要方向为TMT、先进技术和医疗健康,在中国累计投资了200多家企业,其中70%为A轮项目。

华盖资本:2家IPO

5年投近100家企业

2017年对华盖资本而言是丰收的一年,收获了2家IPO企业。2月7日,中国最大的乙肝疫苗生产企业康泰生物成功上市,成为2017年医疗产业首个医药新股;3月15日,深圳最大的专业眼镜连锁机构博士眼镜在深交所创业板敲钟上市,成为中国“眼镜第一股”。资料显

半年的第2家IPO企业,此前,其所投资的飞荣达已于1月26日登陆创业板。据了解,飞荣达主要从事电磁屏蔽材料及器件、导热材料及器件的研发、生产与销售;而京泉华科技是国内磁性元器件和电源行业知名供应商,两者皆是高特佳大家庭中为数不多的非医疗企业。2012年开始,高特佳专注医疗健康行业投资,先后投资医疗健康企业60多家。目前,高特佳投资集团管理资产规模超200亿,投资项目超过150个,成功推动了20多家企业上市。

高瓴资本:2家IPO

捕获东南亚“腾讯”

作为亚洲地区资产管理规模最大的投资基金之一,高瓴资本在2017年低调地收获了2家IPO企业,分别为赛意信息和东南亚电商公司Sea。后者备受关注,这家公司创始人为华人,创立之初就对标腾讯,于10月20日在纽约证券交易所上市。这是继投出腾讯、京东等巨头后,高瓴资本再次捕获了“东南亚腾讯”。

磐霖资本:2家IPO

8年收获8家上市公司

自2010年成立以来,磐霖资本将投资领域重点聚焦在医疗健康、节能环保、新消费模式这三大产业,在2017年一举收获了康泰生物、凯普生物2家IPO企业。不难看出,磐霖资本在医疗健康领域布局较多,已投资了德易东方、盛诺基、友芝友、智康博药、赛安生物、瑞博生物、京都儿童医院等超过10个项目。而在环保领域,磐霖资本重点关注拥有独立环保技术能力或地方政府资源的固废处理、土壤修复、高浓度污水处理以及资源回收等环保类企业,此前所投资的高能环境也已上市。此外,磐霖资本也是探路者、东方时尚等公司的早期投资者。成立8年以来,磐霖资本所投企业中上市公司数量达到了8家。



境成功上市,成为弘毅投资众多经典案例之一。

北极光创投:2家IPO

华大基因早期投资人之一

2017年北极光创投收获了两家IPO企业,分别为中持股份和华大基因。作为华大基因的早期投资人,北极光创投在医疗健康领域有多年的积累,从2014年开始就已经比较全面的开始进

示,华盖资本成立于2012年,目前资产管理规模超百亿,专注于医疗健康、TMT消费、文化娱乐三大领域,累计投资项目近100个,其中2家IPO,1家被上市公司并购,近20家启动上市流程。

高特佳:2家IPO

投资版图中为数不多的非医疗企业

2017年6月27日,京泉华科技登陆深交所中小板上市,高特佳收获了上

IPO 热潮下的冷思考

风风火火的 2017 年 IPO 之路已经画上句号。全年 IPO 募集资金达 2301.09 亿元,438 家公司成功 IPO,数量创下中国资本市场有史以来之最。但当繁华过后,一切归于平静,惟有理性的思考才能真正支撑这个市场的持续繁荣。



募资规模并不美丽

2017 年,从募集总金额看 2301.09 亿元的 IPO 融资,较 2016 年的 1496.08 亿元上涨 53.81%,为 6 年来的新高(2013 年无新股 IPO)。不过,虽然上市公司数量位居榜首,且总金额并不算低,但在历史总排行榜上,落后于 2010 年的 4885.14 亿元、2007 年的 4770.82 亿元以及 2011 年的 2809.69 亿元,位居历史排名第四位。如果从平均募资排名看(募资总额 / 上市总数),2017 年就更显得不起眼,平均 5.25 亿元 / 公司的平募资金额,仅位列历史榜第十五位。

2007 年牛市前后,虽然上市企业数量不多,但募集总资金及平均募集资金均表现抢眼,一则可以理解为牛市期间,市场乐见企业上市,2007 年,在全球范围内,IPO 融资都是历史性峰值。同时也可以看到,2007 年牛市前后,中国主要的庞然大物公司几乎全部完成上市募资,没有一轮牛市,也无法容纳下它们。

2017 年位列第一的中国银河 IPO,其募资规模在 2016 年也仅能居于第七,若时间点再拉长,这一规模就更加拿不上台面。

数字的方向感

从募资规模的行业来看,传统行业已经难以进入榜单前列,创新性行业以及产业升级行业成为 IPO 融资宠儿。从数量上看,电子、化工、机械设备和生物医药 IPO 融资数分别为 48 家、48 家、43 家和 42 家,分列行业排名的前四位,也是仅有的数量超过 40 家的行业。从融资金额看,则机械设备跌出前四,电子、化工、生物医药和汽车分别以 276.72 亿元、215.27 亿元、198.05 亿元和 196.06 亿元位列前四,占据 IPO 融资总金额的 38.51%,电子行业则以总金额 12.03% 的占比夺魁。

从区域分布来看,2017 年 A 股 IPO 分布在全国 27 个省(市、自治区),以经济发达的沿海地区为主。无论从 IPO 家数、募资额,还是



新股市值来看,广东均排名第一。2017年广东98家IPO创记录,浙江、江苏紧随其后,分别为87家、65家。此外,上海、山东、北京、福建、湖南均超过20家。广东、浙江、江苏、上海、山东、福建这5省1市合计有338家公司2017年实现IPO,占全年438家总数的77.17%。东北三省只有4家上市,占比0.9%;山西、内蒙古、广西、青海为零。

深圳为广东IPO企业数量全国领先贡献了绝大多数的功劳,2017年全年,广东98家公司上市,在全国占比22.37%,其中深圳市上市公司总数40家,占广东总数量的40.82%,在全国的比重更达到惊人的9.3%,并超过上海的38家和北京的25家,以单个城市计算,位列全国榜首。

综合上述数字,不难看出,创新型企业已经引领市场。

低通过率或成常态

根据wind数据统计,2017年发审委共计审核479家公司IPO申请,核准通过总数量380家,通过率79.33%,这一数据,位列2007年以来的倒数第三位。2007年以74.52%的通过率排名倒数第一,2010年则以77.58%的通过率排名倒数第二。有意思的是,2007年和2010年,分别位列中国IPO融资总金额榜的第二和第一位,而2017年则是总金额榜第四位。从数据面反映出,IPO融资审核加速的同时,势必伴随着IPO审核标准的上升。一则IPO提速势必引起众多企业蜂拥提交IPO招股书,劣质企业数量提升;一则IPO融资大抽血的情况下,提升审核标准,也是给市场一个说法。此外,2015年与2016年,发审委审核通过率分为92.28%和91.14%,位列11年来的前一二位。

不过,这些通过率在新一届的“大发审委”面前简直不值一提。2017年9月30日,证监会公布了第十七届发审委名单,从本届开始,将

不再有主板与创业板发审委之分别,因此市场将第十七届发审委俗称为首届“大发审委”。从2017年10月13日首次亮相开始,“大发审委”便开启了高能表现,接连“6过1”、“3过0”的表现,震惊市场。

截至到2018年1月11日,首届“大发审委”共计审核102家公司的上市申请,其中通过数量仅59家,通过率达到历史新低的57.84%。“大发审委”也荣幸获得了“史上最严发审委”的称谓。新官上任三把火,利润下降,业务的可持续性等都成为被否的原因,如此严厉的审批,还引发包括三只松鼠在内的多家企业取消审核,退出排队序列。虽然有财经媒体质疑相关企业是自黑后回避审查,但已经将新一届发审委审核的严苛表现无疑。

业内人士表示:高标准、严要求的趋势下,IPO通过率低于以前或是未来常态。预计监管层还将会通过一系列的制度改革,诸如完善退市制度、并购重组制度等,进一步提升资本市场的质量,这也是建设资本市场强国的必然要求。

(综合摘编自全景网、投融界)



吉林省科技投资基金有限公司已投资企业 2017 年大事记

文 / 郝莹、孔祥飞、胡梓博、沙丽莹、孟醒



重大科技成果转化专项资金所投资企业新闻资讯

吉林天景食品有限公司

2017年7月11日,被评为省级现代农业产业园区创建单位,这是继国家农业产业化重点龙头企业之后公司荣获的又一发展成果;

2017年9月11日,与吉林大学食品科学与工程学院共建“教学科研创新实践基地”;

2017年9月15日,通过“绿色有机农业示范园区”考评。

吉林省长春皓月清真肉业股份有限公司

荣获世界肉类组织颁发“中国肉类食品行业综合实力十强企业”和世界肉类组织会员证书。

长春禹衡光学有限公司

2017年12月1日,成功召开“高分辨率角位移传感器研制与产业化”项目启动会,该项目是国

家重点研发计划“重大科学仪器设备开发”项目;

入选《长春全球发布》知名企业名单;

通过2017年第一批吉林省科技小巨人企业认定;

荣获2017年度上海三菱电梯有限公司优秀



2017年12月1日,成功召开“高分辨率角位移传感器研制与产业化”项目启动会。



荣获“2016 年度金牛投资价值 150 强”

供方企业荣誉称号。

长春迪瑞医疗科技股份有限公司

荣获“中国上市公司价值评选创业板上市公司价值五十强”；

荣获“2016 年度金牛投资价值 150 强”；

首次亮相乌克兰第八届国际医疗论坛，荣获最佳展位称号。

吉林奥来德光电材料股份有限公司

2017 年 5 月，成功在新三板挂牌(证券简称:奥来德 / 证券代码:871531)；

入选工信部《第一批制造业单项冠军示范(培育)企业名单》，吉林省仅二家。

吉林亚泰制药股份有限公司

董事长刘晓峰当选长春市工商联副主席；

“Rg3 参一胶囊”研发人富力教授荣获国家中医药创新突出贡献奖；

成功组织第 20 届 CSCO 学术年会系列学术推广活动；

荣获“守合同重信用企业”称号。

吉林省博大伟业制药有限公司

被确定为省级技术创新中试中心、省级技术创新平台、市级科技创新中心。公司生产的深层次修复胃粘膜保护剂——聚普瑞锌颗粒剂,填补了国内空白,被评为吉林省名牌产品；

成立辽源市第一个非公企业科学技术协会组织——吉林省博大伟业制药有限公司科学技术协会。

吉林省大多天盛金属陶瓷技术有限公司

2017 年，公司再制造金属陶瓷油管在克拉玛依油田得到广泛认可；

将再制造金属陶瓷生产技术进行不断升级，使日产量和产品质量都达到全新标准。目前，公司正以日产 300 根的进度完成生产任务。

省级科技风险投资基金已投企业新闻资讯

长春合心机械制造有限公司

成为“中国智能制造系统解决方案供应商联盟”理事单位；

荣获 2017 年伟巴斯特供应商最佳创新奖；

荣获 2017 年吉林省唯一一家国家级“服务型制造示范企业”称号,并成为全国首批获此殊荣的 30 家企业之一；

公司推出的“百变智居”产品,荣获 2017 年中国红星设计奖,同时还获得 2017 年美国 IDEA 大奖、2017 年世界设计红点奖和 IF 奖；

引入德国 parQing 智慧立体停车技术,是目前国内自动化程度最高的一种停车系统,填补国内空白。

吉林金赛科技开发有限公司

2017 年 1 月 9 日，国际频道 CCTV4 晚间新闻对公司自主研发的中空纤维纳滤膜项目进行报道：中空纤维纳滤膜技术成功解决了安全饮用水这一世界性难题，能够促进水环境资源治理和水资源再生利用,实现健康安全用水。





吉林省维尔特隧道装备有限公司

2017年11月10日,凭借《隧道掘进机用高性能盘形滚刀研制技术》荣获2017年吉林省科技进步一等奖;

2017年12月4日公司“尤政院士吉林省工作站”正式获准成立。

吉林省迈达医疗器械股份有限公司

公司的射频热疗系统NRL-004型在南方医科大学中西医结合医院、青岛市第六人民医院、深圳市龙岗中心医院装机成功;

公司董事长王泽义先生参与完成的“自动化腹膜透析技术创新及临床应用”荣获中华医学科技奖三等奖;

2017年9月在上海携手两大医疗上市公司及一家国内知名文化传播公司共同签署《女性健康院》战略合作协议。

吉林省中研高分子材料股份有限公司

荣获第二届中国军民两用技术创新应用大赛铜奖;

吉林省委常委、长春市市委书记王君正、长春市副市长白绪贵、市政府副秘书长马长山,先后深入公司研发中心,了解成果转化情况,对公司成功研发出聚醚醚酮系列产品——FD-PEEK(封端聚醚醚酮)并在国内率先实现产业化,使中国成为世界第四个可产业化生产聚醚醚酮的国家予以鼓励和肯定。

长春优狐科技开发有限公司

2017年9月25日,通过国家级高新技术企业

认定;

与中国建设银行吉林省分行、亚泰集团、京东自营达成战略合作,开展深度合作;

公司产品“e医养”,获得第三届吉林省互联网+大赛银奖,吉林大学金奖。

青梧桐(吉林省)生物科技有限公司

2017年3月,正式推出“妊娠糖尿病遗传风险筛查产品”一代,填补国内该领域空白;

2017年4月,获得创业邦“创新中国 DemoChina”大型创业比赛医疗组第一名,总决赛第三名;

2017年11月,举办吉林省精准医疗行业发展高峰论坛暨吉林科技投资与青梧桐生物科技产业投资签约仪式;

2017年12月,与阿里云正式启动“天池大赛-青梧桐精准医疗大赛”。

吉林省艾富通科技有限公司

2017年7月27日,获得省级AAA级信用企业认证;

2017年9月25日,成功通过国家高新技术企业认证;

2017年12月21日,具有实时报警、远程实时打击、视频监控、录像查看、远程喊话、隐私保护等功能的“智能保安机器人”在京东众筹上线,同时入驻电商平台,实现线上线下同时发展;

公司远程智能主动防卫系统已在中国邮政集团公司山东省分公司、贵阳农村信用社、山东省青岛县农商银行、山东曲阜农商银行等机构试点安装,系统运行正常。





省高校产学研引导基金已投企业新闻资讯

吉林省普蓝高科技有限公司

2017年9月,公司项目《蓝莓品种创新与全产业链技术标准》在第三届中国海归创业大赛决赛上,荣获优胜奖,公司是吉林省唯一入围的项目,也是唯一的农业项目;

2017年12月14日,董事长、吉林农业大学教授——吴林被评为“吉林省第六批第一层次拔尖创新人才”。

延边科创超声波设备技术开发有限公司

公司董事长王洪军入选国家“万人计划”领军人才,是延边州唯一上榜企业家;

公司通过国家高新技术企业认定。

吉林云耕农业股份有限公司

2017年,公司先后申请“云耕地理信息系统”、“云耕结算平台”、“扶贫助残公益交易服务系统”、“云耕农机具管理系统”和“孤独症康复就业信息服务系统”的软件著作权;

2017年9月,公司与甲骨文超级码股份、浙江大学(南浔)物联网产业研究院三方携手共同开发“基于遥感数据的区块链平台”,共建面向国内外市场的新型服务平台,共同推进新经济产业的协同创新、技术转移和成果转化。

吉林宝寿堂生物科技有限公司

2017年,被认定为农业产业化省级重点龙头企业。

长春艾爱未来文化发展有限公司

2017年1月,登陆吉林省股权交易所创业板;

2017年6月23日上午9时,中共中央政治局委员、国家副主席李源潮在吉林省委书记巴音朝鲁及省领导的陪同下,来到i未来参观指导。并对创业团队及工作方向给予充分的肯定,并指示:“生活的艺术化,是生活水平的提高,艺术的生活化,是艺术走向大众化。这两方面结合起来看,是中国艺术走向艺术大众化的时代。艺术大众化是文化产业发展重要的一个环节,让艺术生活成为一种文化符号,大有可为。”

2017年吉林省省委常委宣传部长王晓萍,全国妇联书记处书记杨柳、全国妇联妇女发展部部长崔卫燕先后莅临i未来指导工作。



慢病患者 2.6 亿，“青梧桐”如何精准预防

文 / 郝莹 陶彬 张森茗 董宇宁 图 / 胡梓博



牛晓强

从古至今，雪象征着安逸祥和，象征着丰收与喜悦。2018 来了，似乎听到这祥瑞之音的号角，北国长春尽是洁白。

坐在青梧桐(吉林省)生物科技有限公司的办公室，我们见到了创始人牛晓强和总经理王立春。谈及“青梧桐”名字之由来，他们解释说，“在古代，梧桐树是一种神树，象征着健康，青梧桐的名字正源于此。青梧桐的创建便是希望更多人关注自己的身体，关注自身可能存在的慢性疾病，通过调整获得健康生活的状态。”

只为做一件让自己骄傲的事

牛晓强，IT 技术出身，他简历上那一串串任

职和创业的经历，似乎是许多人一生都不敢去想象的，但就是这样一个 IT 行业的牛人，在自己 40 岁那年选择了再创业，因为他说：“我只为做一件让自己骄傲的事。”

从 1996 年起，牛晓强在外企从软件程序员、架构师，做到项目经理，后来又负责企业的管理和战略咨询工作，大部分时间都放在了商业智能(BI)和数据挖掘上。

后来，他选择了自己创业，做了一些跨行业的尝试。在第三次创业时，他的身体出现了一些问题，加上也到了不惑之年，他认为自己应该停下来好好地思考未来的路到底要怎么走？最后他的决定是：“要做一件让自己骄傲的事！”

“虽然这条路开始走得很艰难，但是现在看来，确实是选择了一条正确的路。”牛晓强认为。

选择糖尿病这个细分领域并不是青梧桐一开始的决定，也像其他创业公司一样，曾经做过很多不同的尝试，比如做消费型产品的互联网模式，也尝试过以销售高端产品的方式做线下的礼品市场，还尝试过肿瘤领域，甚至也尝试过做罕见病等。经过反思，根据自己的背景，再结合到未来，尤其是对于医疗健康行业发展趋势的判断，牛晓强决定投身到一个新的领域——糖尿病精准医疗。

牛晓强是个重视合作的人。他再三强调，想要将企业做大做强，好的合作伙伴至关重要，只有志同道合、并且有智慧、有理想、能吃苦的团队



牛晓强

生于1973年，吉林长春人，同济大学建筑材料及计算机学士、对外经贸大学企业管理硕士。工作以来，长期在外企从事IT、企业咨询、数据分析、技术管理等工作，后作为连续创业者，先后创建了互联网、通讯、精准医疗等领域的多家企业。2015年创建了青梧桐，并带领团队在慢病精准医疗领域开创了新的技术领域和商业版图，多项技术和产品填补了国内空白，并在全国细分市场上处于领先地位。目前负责公司的战略、管理、产业整合等相关工作。



才能克服创业中必然要面对的困难，一步一步实现目标。王立春就是这样一个睿智、实干、与牛晓强目标一致的合伙人。他是吉林工业大学工程力学学士，高级工商管理硕士，先后担任吉林省计算机所、长春长联软件工程有限公司软件工程师、销售部经理，曾任吉林力普电子信息工程有限公司、吉林鼎宏农业开发有限公司、长春创腾经贸有限公司总经理，有着睿智的头脑和丰富的企业管理经验。在2017年，牛总找到了多年的朋友，也同是独立创业的王立春，经过多次深入的谈话，牛总对行业的判断、对未来的规划，以及一份想踏踏实实做些有意义的事的情怀打动了王立春。于是，王立春放弃了一些其他业务，加入青梧桐并担任总经理，全力以赴与牛晓强一起带领吉林青梧桐向更广阔的未来发展。

牛晓强、王立春通过不断地尝试，发现想要在这个领域做大，必须要秉承几个原则：

第一，选择的方向必须要面对足够大的人群，这样才能把市场做大，也能服务到更多的人，而不是仅仅服务一些高端用户或者是一些罕见病病人。

第二，需要有一定的科学性，而不是把基因检测变成科学算命，所切入的领域必须要跟遗传有非常强的相关性。

第三，所选疾病对患者具有长期且严重危害，但认真防控就能提高生存质量。

第四，该疾病可防可控，有合适的方法可

以控制或者预防病情的发展，可以给客户带来真正的价值。

这四点就是牛晓强和王立春通过前期一系列的尝试所总结反思得出来的结论，而最终能符合条件的，恰好就是糖尿病这样一个细分切入点。

专注于糖尿病的基因检测

青梧桐，用一句话概括，就是专注于糖尿病的基因检测公司。延伸下去，就是利用精准医疗技术，通过大数据分析，同时结合到临床、医疗技术，以这三个方面的技术提供糖尿病的预防、诊断和治疗后期的干预方案。

牛晓强认为，糖尿病本身的特点决定了它不是一个简简单单靠医疗能解决的问题，它也需要一些生活方式方面的健康管理，所以糖尿病是一个综合性的领域，既涉及医疗又涉及健康领域。

青梧桐一方面立足于检测，通过技术来构建一个发现问题的方法，同时也会立足于和产业链上下游公司的密切合作，形成糖尿病的服务闭环。

在糖尿病领域里，青梧桐已经实现了整个行业内较完整的产品线，未来还会持续不断地加大研发力度，不断补充新的产品。除此之外，青梧桐希望在发现病症后，通过预防性干预为患者提供长期的慢病管理服务。

“在整个中国，现在已有上千亿的资金投



入到了糖尿病的治疗和康复过程中,这里面有医疗行为,有健康管理行为,我们则希望通过综合管理,实现有效干预。”

谈到未来,王立春说吉林青梧桐的发展方向非常明确:

第一,会逐步细化和锤炼目前的商业模式,无论是I型、II型还是妊娠糖尿病,以及单基因糖尿病,都会逐一地进行深挖。

第二,会在糖尿病领域持续不断地开发新产品,包括2018年已经规划了的五款新产品。其中有一些产品是未来要申请三类医疗器械资质走到临床端的,有一些产品是应用于疾病的预防方面的,还有一个大的发展趋势是未来会在疾病的病种上逐步涉及到跟糖尿病领域密切相关的高血压、心脑血管和神经系统三个领域。

第三,将致力于采用更多新的技术充实产品,充实自身的技术优势,包括机器学习情感智能分析、行为分析以及蛋白组学、宏基因组学和表观遗传学等新技术。

“青梧桐的起点很精确,未来发展思路也很清晰,我们在开始就认定了糖尿病领域应该是一个刚开始很苦但会越来越宽的发展方向。”牛晓强说。

创业者的生活很简单

青梧桐团队里,不少人都有外企工作经验,自从创业之后,每天的工作占据了绝大部分时间,生活发生了翻天覆地的变化。

牛晓强说如果现在再让他创业,他真得好好想想要不要坚持。创业以后他每天的工作时间甚至超过了十二个小时。他喜欢看书,他认为看书

既是工作又是放松的休闲手段,偶尔也会为家人做一顿大餐,陪伴家人是他仅剩的空余时间里的最爱,其中最大的乐趣来自于陪女儿上课外辅导班,跟女儿一起互动。

“生活就是这样,非常简单。虽然我还没有成功,但是说实话,我估计不管最后成功与否,所有创业者可能都是这样子的,除非你没有真正的全身心的投入。”牛晓强说。

青梧桐认为:飞快发展的精准医疗技术,能够帮助提升慢病管理模式,解决很多以前无法解决的问题,尤其是在早期发现、阻断致病通路(治病基因)、精准用药、亚病种分型、病程检测等方面会发挥关键作用,未来也可能在药物研发、基因治疗等方面提供更大的发展空间。另外,如果能够对慢病易感人群进行大面积基因筛查,结合分级诊疗中的初级保健,将形成新型的慢病预防治疗体系,极大提升分级诊疗的效果,甚至有可能遏制住慢病高发的趋势,缓解有关民生和国家的大问题。

精准医疗是未来医学的发展方向

2017年11月30日,吉林省精准医疗行业发展高峰论坛暨吉林科技投资与青梧桐生物科技产业投资签约仪式在中日联谊会议中心隆重举行。此次论坛以“借精准医疗之力,助医药健康产业布局”为主题,省内知名专家、学者围绕创新生命科学、生物技术、大数据解决方案、精准医疗行业发展趋势等热点话题做精彩讲解,对精准医疗行业的发展建言献策。

精准医疗是一种将个人基因、环境与生活习惯差异考虑在内的疾病预防与处置的新兴方法,在发达国家颇受青睐,在我国也备受重视,国家在政策、资金、技术等方面都给予大力支持。《“十三五”国家科技创新规划》提出,在2030年前,国家将在精准医学领域投入600亿元,加强精准医疗等技术研发,这些政策为精准医疗产业营造了良好的发展环境。2016年,我国精准医疗产业投资标的超过35家,领域分布于基因测序、液体活检、靶向药物等众多领域。此项工作在东北三省发展比较落后,特别是吉林省。举办此次论坛,旨在将吉林省精准医疗提高到产业发展规划的新



高度,让更多吉林人享受到更快、更好、更优质的医疗服务。

此次论坛,吉林省科技投资基金有限公司副总经理马天夫向与会嘉宾做了题为“科技投资基金助推区域创新创业”的主题演讲,简要介绍吉林省政府引导基金的运作原则、投资阶段、投资形式等基本情况;吉林省科技投资基金有限公司总经理孟庆凯与青梧桐(吉林省)生物科技有限公司董事长牛晓强现场签约,青梧桐(吉林省)生物科技有限公司成功获得吉林省科技投资基金有限公司的股权投资,体现了国有资金对精准医疗行业的支持,也是吉林省政府引导基金对吉林省科技型中小企业发展的支持。

成为第一个吃螃蟹的人

目前,青梧桐产品定位的人群为糖尿病患者或疑似患者,或存在患病风险以及关注自身健康的人群。

国际糖尿病联盟(IDF)的统计信息显示,2014年世界糖尿病患者数量(20岁至79岁)达到3.87亿人,其中中国就有近1亿人。而国家卫计委2015年统计数据显示,我国慢病患者超过2.6亿,且逐渐出现了“慢病年轻化”的特点。

糖尿病患病人群数量庞大,一方面,一些患者对慢性病有逃避心理,拖延治疗使轻微病症变成了重大疾病。“其实对于慢性病来说,在预防阶段或患病初期,病情的发展是可以被防治或合理控制的。”牛晓强介绍。另一方面,对于想要获得诊疗信息的患者群体,渠道的狭窄让他们无法获得

更多有效信息。青梧桐在做的事,首先是让潜在患病群体了解到自身可能患病的风险,并及时预防;其次是给予国内1.14亿糖尿病患者指导,让他们了解自身可能发生的并发症,以确保后续治疗可以对症下药,可以更精准地个体化的预防。

青梧桐利用了体外检测的技术手段。患者购买产品后,将血液、唾液、尿液的样本提供给公司,公司即进行基因检测并出具报告,过程简单而快捷,让患者避免了传统采样的痛苦。同时,在价格方面,青梧桐定价比较亲民,让百姓可以轻松、快捷的进行检测,获得自身健康数据。上线2-3个月,青梧桐采集的样本数是消费级别基因公司1-2年的量。目前青梧桐针对糖尿病的产品有十几款,例如II型糖尿病检测、II型糖尿病并发症检测、II型糖尿病胰岛素检测等,通过综合利用最先进的基因检测技术、生物标志物检测技术等手段,筛查特定疾病的遗传性高危人群(未患病人群),为患病人群提供辅助诊断、指导用药、辅助康复等方面帮助。

谈到青梧桐项目的创建,牛晓强表示,自身的经历让他深刻体会到健康生活对于生命的重要性。作为创业者,他一直尽力保证良好的饮食习惯,充足且健康的睡眠,抽出更多时间陪伴家人。“很多人说,目前我可能是健康领域的企业创始人中最健康的一个。”牛晓强笑称。

青梧桐希望更多人关注自己的身体,关注自身可能存在的慢性疾病,通过调整获得健康生活的状态。牛晓强说:“精准医疗,做的就是精度。”在未来,青梧桐会在产品的精度方面加大投入。



姚卫国： 汽车装备界的后起者 勇攀世界巅峰

文 / 郝莹、胡梓博、曹雪、宋东健 图 / 孔祥飞



时光如同大浪淘沙，冲走了老旧时代，带来了万象更新。勤劳的人们从不虚度光阴，在一个个领域里开拓发展。科技的发展推动了世界的进步，提高了我们的物质文化水平。从十八世纪中期的工业革命，到如今的工业 4.0、2025 计划的大力发展，机械制造业正在昂首阔步，大步向前。而汽车制造业，更是机械制造业的核心所在，是与民生最接近的行业。

自汽车发明以来，以一种超乎寻常的速度发展，遍布全球。它解放了人们的双脚，提升了人们的活动范围，方便出行又节省时间，在生活中扮演着越来越重要的角色。与此同时，由汽车产业衍生出来的汽车内外饰装备制造行业发展也在不断提升，并越来越

多样化。

随着汽车融入人民的生活，汽车品牌的增多，人们对汽车的造型也变得关注起来。汽车造型分内外饰，作为日常生活更贴近的内饰，在人们眼中显得尤为重要，内饰好不好，直接影响车子的档次以及车主对生活品味的追求。而作为国内机械制造业内饰装备领域里的一流企业，吉林科尔物流涂装设备有限公司总经理姚卫国非常骄傲，因为在汽车装备技术创新和产品研发上，科尔已经取得了阶段性突破，并且在业界获得一致认可。

吉林科尔物流涂装设备有限公司堪称国内最顶尖的汽车内饰装备制造企业，先后为一汽大众、一汽马自达、沈阳宝马、北京奔驰、北京现代、保定长城、哈佛、广州丰田、克莱斯勒、广汽传祺等汽车厂商提供了汽车内饰的制造装备。经理姚卫国对科尔在国内打拼出的骄人业绩虽欣喜但不满足，“目前公司稳步发展，成绩喜人，可以说在长江以北的专业内饰装备供应商中已经做到第一，但在上海，公司还存在着实力强大的竞争对手。上海科技发达，本地的自动化厂商很强，我们希望下一步可以在上海打拼出一席之地。”对于宣传，姚卫国说，“我们从来不靠广告和网站宣传，产品不好就算你说的天花乱坠也没用。”经营企业多年，姚卫国深感客户口碑的重要性，“比如，给一汽大众做设备，他会派



人来考察。设备各种的指标,稳定性、利用率、故障率怎么样,生产者跟工程师对它的评价、使用效果如何,等等。他会自己记录,拿回去开会讨论,到选择时,国内外厂商一起投标。有专业的技术和价格评判标准,最后综合定标。所以客户不会看宣传,对产品唯一的衡量标准就是产品质量和技术实力。这也是机械制造企业的行业特点所决定的,如果一家干不好,那客户绝对不会采用。所以,把产品做好就是最好的宣传。”

说起自己的创业故事,姚卫国很坦然地表示:和大多数创业者一样,就是为了生活的更好些。从西安交通大学毕业后,姚卫国被分到了长春一汽,在清华北大众多优秀学子聚集的一汽里,他想出人头地,干一番事业,是非常困难的。为了有更好地发展,姚卫国毅然地选择去南方。从小试牛刀,几经辗转又继续读书深造,直至博士毕业。姚卫国无论身处何地,都没有放弃创业的梦想。从决定创业开始,他不顾环境艰苦,始终坚持。作为公司的领路人,姚卫国尽职尽责、兢兢业业,带领企业向前发展。就这样,从最初出租屋里1个人搞研发,2000块钱创业金,做到

现在年产值8000万的优秀企业。

当然,通往成功的路注定坎坷,科尔的创业之路也不是一帆风顺的。最艰难的时候,是公司成立第四到第五年的时候,两年期间就亏损了200多万,姚卫国说那时候自己真的差点坚持不下去了。但是,困难在前方,希望在转角。就是在姚卫国最困难的时候,吉林省科技投资基金有限公司雪中送炭,为科尔提供了350万元低息贷款,帮助他顺利地渡过了难关。姚卫国重视技术,对所有技术工人都进行了专业培训,要求他们人人懂图纸,个个有技术。此外,他对员工素质要求也很高,公司30多名技术人员中,全部是本科以上学历。从始至终,姚卫国都非常感谢吉林科技投资的鼎力相助,他说自己一定不会辜负吉林科技投资的这份期望,他会尽其所能把企业做好,这样才能报答吉林科技投资对自己的支持和认可。

姚卫国说,科尔之所以发展势头强劲,是因为始终秉持着三点:第一是降低生产成本,第二是缩短交货期,第三是提高新品研发的综合能力。科尔经过多年的探索与发展,已经掌握了搪塑、真空成型、翻边复合等汽车内饰装备方面的研发技术。在此基础上,投入大量科研力量对搪塑装备的消耗品——搪塑模具进行了研发,丰富了产品的类型,提高了企业的竞争力。科尔研发出的搪塑模具,具有自主知识产权和独特的工艺,依据材料性质计算缩放比例,纹理清晰美观;包覆表皮种类繁多,粗皮纹、细皮纹、缝纫线中单暗线、双明线、单明线等样式;可制造一模一腔、一模多腔、一模异类双腔模具。

姚卫国骄傲地说,“科尔是国内首个完成双色搪塑装配调试的企业,也是国内唯一一家能通过自主知识产权技术把搪塑模具做出来的公司。搪塑模具是最有特点的一种模具,它的工艺跟所有的模具工艺都不一样,采用的是电铸工



艺,这是我们非常重要的突破。原来彻底掌握搪塑模具制造技术的公司,全世界只有德国的两家和日本的两家,国内一家也没有。作为国内首家制造大型仪表盘搪塑装备的公司,科尔打破了国外垄断,完成了破冰之举,实现了重要技术的国产化。科尔人不畏艰难,用不懈的努力和辛勤的汗水浇灌出了累累硕果。“其实,当我们掌握了这些核心技术后,就会知道,有些东西不是只有国外能做出来,我们也能做出来,只是过程比较困难而已。”起初,姚卫国创办公司只想改善生活,后来慢慢萌生出了进一步的想法。姚卫国说:“人不是一开始就有理想的,有时候,理想是随着人阅历的增长而变化的。我们现在的理想就是:争取将我们的企业在汽车内饰装备领域做到世界第一。”理想就是目标,理想就是方向。没有了目标和方向,人就只能盲目地在人生的十字路口徘徊。一路走来,姚卫国从不彷徨,他坚信自己总有一天能绽放出光彩。当然,姚卫

国说,公司的发展除了要感谢大家的努力,更要感谢国家倡导汽车深度国产化的伟大政策,是这良好的大环境为他创造了机会。他抓住了机遇,获得了成功。公司年产值,从一开始的200万,发展到2017年的8000万;公司规模,由原来的租用单间办公室,变成了现在自有占地面积2万平方米的制造基地。

如果成功是一条长路,那他绝非是平坦大道。姚卫国感慨:“有些人没有成功,是因为他不愿意弯下腰来干。”科尔人遇到困难从不气馁,他们逆水行舟,永不言败,将国产车内饰做得越来越完美。先贤苏格拉底曾经说过:“世界上最快乐的事,莫过于为理想而奋斗。”姚卫国沉醉于他的工作,热爱他的专业,恨不得一年365天都在厂子里度过,他说,他觉得自己的每一天都过得很充实。

面对如今的成绩,姚卫国很坦然。在他的心里始终有一个信念,那就是要对企业员工负责,按时把大家的工资发下去,让大家的待遇不断有所增长,这才是真正能把企业做下去的根本。对创业者和初创企业他也给予了一些建议,“企业在创业初期还没有站稳脚跟的时候,不要过多、过快地发展新技术,因为过多、过快地研发新技术,会把公司的现金流吃垮。要以盈利为主,同时增强公司的研发实力。”

迈向成功的方法不只一个,要学会变通。这就好像,人生的道路有很多条,不是每一条都能到达成功的彼岸,但是只要你有理想,沿着理想的方向奋勇前进,最终一定会到达成功的彼岸。姚卫国说:“未来,我们要继续努力,争做内饰装备领域里的第一。”是啊,所谓理想就是美好的抱负,而实现理想的过程何尝不是实现自我价值的体现呢!





浅谈德国工业 4.0

文 / 郝莹 (吉林省科技投资基金有限公司)

什么是 4.0? 德国人认为,1.0 是机械时代,核心是机器代替人(未觉醒的无产阶级认为机器抢了他们的饭碗,提高了他们的工作强度,降低了他们的生活质量,于是他们砸毁机器。);2.0 是电气化时代,核心是流水线生产(标准化的机器,整齐的厂房,美丽的园区);3.0 是信息化时代,核心是自动化生产(日本捕鲸船,抓到鲸鱼后,在捕鲸船上全自动化生产,在离岸条件下直接生产出鲸鱼罐头);而 4.0 是智能化时代,核心是社会广泛参与的协同智能制造。

德国工业 4.0,2011 年初步提出,2013 年在汉诺威工业博览会上正式推出。主要有三个特征,一是生产工艺与信息技术融合。德国要建 CPS,就是“传感器 + 微处理器 + 执行器 + 连网能力”,核心技术是赛柏物理空间,实现“物联网 + 服务网”的功能。二是产品个性化。消费者在下单之后,仍然可以改动订单细节,产品的差异化体现了需求的个性化。三是生产人性化,通过智能化工厂和智能网络,生产可以分散,人员不用集中,甚至可以在家里办公。

我们到 4S 店买车,比如买奥迪,有豪华型、舒适型和经济型,我们有三种选择,但也只有三种选择。如果买更好的车,可能会提供 10 种不同的车灯,更多的内饰和配件,可能会有 1000 种选择,但这也只是厂家基于他的判断给消费者的选择,这些仍是 3.0。那么什么是 4.0 呢? 比如,我特别喜欢布拉德·皮特的电影《狂怒》中坦克大战的场景,我喜欢坦克,那



么我希望我的车窗是圆形的,可以像坦克那样打开,我就是喜欢这种感觉。在现有的生产体系中是做不到的,但在 4.0 的时代可以实现。你的需求上传到 CPS,通过数字化的分工,有人设计圆形的车窗,有人调整生产线,通过分布式生产,在你所在的城市组装好你想要的车。这辆车的实现,是你个人意志的实现,4.0 成了手段,满足消费者多元化、个性化的需求,这就是 4.0。

工业 4.0 到底会达到什么效果,一是满足个体用户的需求。生产线上可以小批量、多批次生产,最小的批量可以是一件,也就是说,可以定制“孤版商品”,天下只此一件。二是生产的灵活性。需求的变化适时反映在生产上,实现质量、时间、价格的动态调整。三是决策更加优化。可以应对全球市场的变化,短时间就可以做出正确的决策。四是资源生产率 and 利用率提高。生产效率提高 50%,能耗降低 50%。五是创造新的价值机会。拓展和延伸了下游服务,创造了新的就业机会。六是工作与生活的平衡。减少了人员工厂化流动,保障员工的生活。同时,智力服务、蓝领工人的价值

得到保障(高工资)。

德国工业 4.0,核心目的是巩固高技术优势,提高德国工业竞争力,德国人自己的话就是“确保德国制造的未来”。

德国工业 4.0,大家可能感到高大上,提到我们吉林省,无论是高技术产业、战略性新兴产业还是自主创新能力建设,都有很多不足。对比之下,德国工业 4.0 仍有很强的借鉴意义。

——对工作的启示。德国工业 4.0,专注于制造业发展,专注于高技术融合,专注于抢占科技制高点。德国是装备制造强国,有很强的“危机”意识,我省新兴产业更需要“危机”意识。要学新知新,看国外,德国的装备、日本的信息、美国的生物;看国内,贵州的大数据、山东的复合材料、辽宁的工业机器人。我们公司作为吉林省科技成果转化的投融资平台和专项资金、基金托管机构,会像雷达一样,扫描省内中小科技企业,积极关注企业的新亮点、新融资需求,服务于全省创新驱动战略,助力省内科技型中小企业飞速发展。

——对个人的启示。德国工业 4.0,德国的传统文化氛围是重要支撑。其中,“工匠”文化,有的也叫“匠人”文化,崇尚理性,专注执着,脚踏实地。用我们的话就是干一行、爱一行、钻一行。棋圣聂卫平曾痴迷国际象棋,其友告诉他“追一鸭,得一鸭,追两鸭,一鸭不得”,我觉得“匠人”文化与“追鸭说”,内理相联,义理相通,对我很有触动,很受启发。

希达电子:让吉林制造照遍世界

文 / 郝莹 陶彬 孔祥飞 宋东徒 图 / 胡梓博



长春希达电子技术有限公司(简称“希达电子”)是由中科院长春光机所控股,集研发、生产、销售、服务及研究生培养为一体的国家火炬计划重点高新技术企业,是国内以技术见长从事创新性研究的LED显示与照明产品专业制造商。

风雨沉沉的夜里,前面一片荒郊。走尽荒郊,便是人们底道。黑暗里歧路万千,叫我怎样走好?“上帝!快给我些光明吧,让我好向前跑!”上帝说,“光明?我没处给你找!你要光明,你自己去造!”——朱自清著现代诗《光明》

光明,一直是人类在精神和物质世界的向往和追求。我们每天有近一半的时间生活在太阳光下,这是自然光源。但在茫茫黑夜,人类则要通过各种人造光源照明。时光伊始,万象更新,科学技术的发展直接推动了人类社会的发展。在人们的聪明才智下,电灯问世了,世界由蒸汽时代进入了电器时代。时代在进步,转眼间来到了21世纪,照明发展趋势稳定进步的过程中,LED固态照明技术席卷了整个长春市。

长春希达电子技术有限公司,致力于高密度LED显示及大功率LED照明研发与生产的前沿领域。

用科技为百姓带来非凡视觉享受

王瑞光,1957年8月出生,中共党员,博士生导师,我国LED显示应用领域的国家级专家,吉林英才奖章、特等劳动模范、中科院有突出贡献奖的中青年专家、国务院特殊津贴获得者。1993年,王瑞光带领自己的科研团队开始LED显示显像技术的研究。

他考虑到我国的资源环境问题日益突出,节能减排形势十分严峻。我国户外道路照明约占整个照明用电量的30%,并且伴随着经济的迅速发展其比重还将持续增加,在资源稀缺与环境承载能力有限的情况下,传统的高投入、高排放、低效率的增长方式已经走到尽头。2001年组建希达电子,发明出了LED技术,利用新型高效的LED路灯替代传统高压钠路灯等照明产品。

希达电子拥有一支以国家级专家为核心的高级人才队伍,现有研究员4人、博士生导师3人,具有博士学位和硕士学位的几十人。中国科学院“电路与系统”博士、硕士点设在希达电子,现有在读博士、硕士研究生30余人。希达电子总经理王瑞光表示,他有两个最大的愿望:一是希望LED节能照明灯能够广泛应用于我市的城市照明;二是希望最先进的LED超大屏电视进入民用市场。

希达电子如今将长春市高新区顺达路双向四车道边缘的路灯、长春市体育中心双侧路灯进行了节能改造,将原450W高压钠路灯,替换为2200K低色温、高光效150WLED路灯。与高压钠路灯色温相近,搭配超低温电源,采用单光源LED自由曲面光学设计,无任何虚影,低眩光,对夜间行车时司机对路面平整度及障碍物情况的判断给予了更大的安全保障。



前无古人后无来者的“集成三合一”技术

希达人通过十余年的科研攻关,推出了“集成三合一显示屏”和“逐点一致化校正技术”,解决了 LED 大屏幕显示器亮度色度均匀性这一关键性技术问题。使用亮度和色度补偿技术,实现了发光基色的亮度可独立调节,消除了各种色彩的偏差,突破了全彩色 LED 大屏幕显示器模块化、规模化生产的核心技术难题,做成了别人认为不可能的事。2007 年 4 月,全彩色 LED 超高均匀度显示屏问世,标志着我国这项技术跻身世界先进行列;2007 年 9 月,希达电子的“高清晰度、高对比度全彩色 LED 大屏幕平板显示器”代表中科院重大创新成就项目参加“2007 东北亚高新技术博览会”,荣获金奖。希达电子的产品被广泛应用于军事指挥、政府办公、交通导引、金融交易、文体活动和城市休闲等领域。同时,希达电子的高精度显示灰度控制专利技术,使全彩色 LED 显示器具有了 4 万亿种颜色的表现能力,可以非线性地复现 1600 万种颜色,使图像层次更细腻,色彩过渡更柔和,显像效果更逼真。

希达电子从一个事业单位转制成企业,并完全按照企业性质进行市场化运行,这需要一个适应的过程。员工的文化、习惯需要去适应;追求也一样需要去适应。大家原来的追求可能是文章的高档次、奖项的高档次;但是按照企业性质运行之后,虽然上面所说的追求仍然很重要,可更重要的是产品在市场上是否能够得到认可,是否会被接受。这个转变并非一天两天,需要一个很漫长的过程。另外,希达电子最大的优势是人才的优势,以及其带来的技术优势,这也是从研究所分离出来的企业的共同特点。那么如何把人才优势和技术优势转变为市场优势,经过十多年的磨合,十多年的努力,希达电子已经迈出了



第一步。

申报省重大科技成果转化项目

希达电子产品技术优势在国内市场上初露头角,2009 年 12 月,希达电子作为 2009 年省重大科技成果转化项目“高清晰高均匀度全色 LED 大屏幕显示器”项目的承担单位,获得吉林省科技投资基金有限公司 2000 万元投资;2017 年,希达电子作为 2017 年吉林省科技创新(原重大科技成果转化)项目“高功率密度大瓦数功率 LED 照明产品化关键技术研发及产业化”项目的执行单位,获得吉林省科技投资基金有限公司 800 万元投资,为希达电子快速成长突破产能瓶颈时所遇到的资金困难提供帮助。

希达电子这支团队继承和发扬了前一代人甚至是前几代人的工作作风、习惯以及成果。王瑞光作为这支团队的一个纽带,他从中起到了承上启下的作用。十年如一日,孜孜不倦的研究动力来源于社会的发展,是社会发展的必然。希达电子这个团队在做产品方面有着相当强的实力,一个课题组有 6 个人获得政府津贴,整个课题组获得国家科技进步奖、中国科学院的一等奖、军队的一等奖……多年来,成员们养成了在工作中追求完善、在技术上精益求精的优良作风。这是一种力量,是一种团队的力量。

在十八大中,习近平提出了“科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置”。在如今的十九大中,党继续提出“创新驱动发展战略”。作为一个国家,创新是一个民族发展的动力,没有了创新,一个民族前进的脚步将步履维艰;作为一个企业,创新是巍巍大厦的栋梁,没有了创新,就只是一堆散乱的砖瓦。希达电子完成了创新。新产品与新技术一面世即在国内同行中产生了轰动,“集成三合一显示屏”是我国 LED 显示屏行业一次破冰壮举,一举打破了多年来国际大企业对中国高端市场的技术壁垒,使我国该领域技术水平可与国际先进水平相媲美,产品首次从设计理念上独辟蹊径,走在了国际先进行列,使我国首次具有能够参与国际高端市场竞争的拳头产品。

因为有了创新,才会有新产品,也铸就了属于自己的品牌。希达这个品牌不仅在国内拥有知名度,拥有市场份额,王瑞光还要将这个品牌打到国外。他们未来的目标是:创造 LED 显示屏中国第一、世界知名。而实现这一目标,就要靠不断地创新。人生不如意事十之八九,创新的路上总有坎坷挫折。希达电子这个团队坚信他们用意志的血滴和拼搏的汗水酿成的琼浆,会历久弥香。

新时代“制造”和“智造”的跨界合作

文 / 郝莹 孔祥飞 陶彬 曹雪 图 / 胡梓博

“打开时光之窗,新时代的朝阳冉冉升起在地平线上,照亮合心人砥砺奋进的前行之路。挥去天边满天的星斗,光阴的故事里,人们正讲述着合心人无数感人的创新篇章。”2002年由6个人共同创建的合心机械仅仅是一个小车间,而现在,一跃成为年产值达几亿元人民币的吉林省高端装备制造行业细分领域的佼佼者,合心机械董事长胡天伟不禁感慨万千,公司多年的发展历程,让合心人真切的体会到,没有哪一段路是一帆风顺的,也没有哪一个梦想是可以轻松实现的。



评为吉林省创新型科技企业、省级两化融合试点示范单位、省级智能制造孵化产业园试点示范企业、省级高新技术企业,是全国职业技能大赛工业机器人应用大赛全国指定供应商、全国首批机械行业智能制造领域产教协同创新企业,2016年成为“中国智能制造系统解决方案供应商联盟”理事单位,荣获2017年伟巴斯特供应商最佳创新奖。

打造“服务型制造”领军企业

走进占地面积5.33万平方米的长春合心机械制造有限公司(简称“合心机械”),智能停车系统大楼尽收眼底,厂区宣传板上清晰地记录着公司发展的心路历程,倾力向我们诉说着合心人的奋斗史。公司创立于2002年,产业生态主要聚焦在智能制造领域。主营业务包括汽车天窗、座椅、涡轮增压器、离合器等汽车零部件自动化装配生产线的系统解决方案,是新一代的服务型智能制造企业,为全球客户提供一站式交钥匙工程,其客户主要是欧美500强企业。作为省级研发中心,公司拥有一支300余人的资历深厚、经验丰富的顶尖研发团队,研发实力强大。公司先后被

汽车前、后市场的业务布局

目前,合心机械已对汽车的前市场和后市场做了相关布局。前市场包括装配、焊接、涂装、机加工等方面,后市场主要是针对智能停车方面。合心机械的智能停车产品是国内水平循环类(PSX)立体停车设备的首创,弥补了此类产品的空白,其最大亮点是在有限空间内最大限度的发挥空间利用率,在规则空间内可停放最多车辆。在不规则空间内,可通过软件算法实现智能移动,是集自动停车、自动取车、手机预约、在线支付、汽车充电、简单维护、汽车信息管理为一体的先进智能化停车系统,为解决百姓停车难题提供了智能



化的方案。

机械走进家庭的跨界整合

2016年,合心机械下属子公司——长春合海智能家居开发有限公司跨界整合了世界顶尖建筑设计大师、机械设计大师以及各领域专家,研发出全球首套智能可移动机械楼“百变智居”产品。功能上首次突破传统设计,利用可升降楼板,将一间20多平米的小户型居室,改造成拥有120多平米的居住感受的智能空间。其6种使用功能可以随意切换,互相兼备且互不影响,最大地提高了有效空间的利用率,极大地提升了居住的舒适性。该产品提供了整套的智能家居解决方案,为满足家装需求提供了开创性的选择,引爆了智能家居产业的革命。产品设计先后荣获2017年中国红星设计奖、2017年美国IDEA大奖、2017年世界设计红点奖和IF奖,后三项大奖均为设计界世界级顶级奖项,成为中国设计界罕见的获得设计界“奥斯卡”大满贯的优秀案例。产品把智能家居的升级方向由柔性化的控制系统转向了空间改造方向,深受北、上、广等一线城市年轻人喜欢。

目前该项目正在北京、重庆两地与地产开发公司合作施工建设样板间,为该产品的成功推向市场打下了坚实基础。

新常态下合心机械的探索之路

面对新常态,合心机械紧紧围绕“中国制造2025”和十三五规划等国家宏观发展战略,深度进行供给侧结构性改革,通过数字化、网络化、

信息化、智能化的“四化”结合,实现了由传统装备制造企业向“服务型制造”企业的转型升级,大力构建以“互联网+”为核心的智能化新一代服务型制造企业。同时合心机械紧紧围绕国家一带一路大战略创造的新商机,通过全球化布局,整合不同区域的优质资源,面向全球客户提供具有国际水准和高性价比的中国智能化产品和优质服务,成为东北老工业基地新一轮振兴之路上供给侧结构性改革与创新的优秀代表。

2017年由工业和信息化部、中国工程院共同指导,以“服务型制造与中国经济新动能”为主题的首届中国服务型制造大会,公布了国家首批服务型制造示范企业名单,其中合心机械荣获2017年吉林省唯一一家国家级“服务型制造示范企业”称号,并成为全国首批获此殊荣的30家企业之一。

并购德国名企,上演“蛇吞象”

2015年,合心机械成功并购德国百年名企GRG集团。在并购过程中遇到资金难题,吉林省科技投资基金有限公司以敏锐的战略眼光看准合心的创新发展,通过其管理的省级科技风险投资基金率先提供1500万元资金支持,同时带动了其他社会资本的跟进,助力合心机械成功完成了国际并购,成为吉林省高端装备制造民营企业“蛇吞象”跨国并购的首个企业。

完成跨国并购后,合心机械利用德方先进技术开启了一系列卓有成效的创新发展之旅。2016年,合心机械在长春市经开区建立了中德合心智能装备产业园区,成功参与了某国际著



装修前



装修后

名品牌发动机缸盖大型机加生产线由英国向国内的整体搬迁项目，成为参与该项目的第一家有中资背景的公司。

通过德国 GRG 在欧洲和北美的工厂，合心机械已经完成全球化产业布局，建立起了欧-亚-美三方服务市场，能够为全球客户提供中国人的智能化解决方案和国际一流的技术服务，同时提供专业的行业知识讲解、产品路演、技术服务等售前支持和定时回访、维护、技术服务解决方案等售后服务。作为德国 GRG 的国内业务承接主体，未来 GRG 中国主要专注于高端装备翻新再制造领域上，市场体量约千亿级，为我国的工业技术提升提供更加强大的技术与知识库。

发展与责任并重

除了关注自身的发展，合心机械也担负起了一个企业应该承担的社会责任。中国的智能制造行业正在快速发展，需要大量的技术人才，而目前学校的教材与培训内容存在重知识、轻能力的问题，社会上的技术人员又不能快速适应岗位，这个职业教育的缺口迫切地需要企业和行业来填补。为了加快培育大批具有专业技

能与工匠精神的高素质人才，深度融入大众创业、万众创新和“中国制造 2025”的实践之中，2015 年，隶属于合心机械的吉林省中德合心教育开发有限公司正式成立。目前在全国建立了 6 所国际交流学院。2017 年与上海某大型上市公司达成合作协议，合资成立全新教育公司，计划到 2020 年将在全国再发展 14 家国际交流学院，总数达到 20 家，国际国内实训基地 5 个，精益生产培训基地 2 个。每年培养在校学生 2 万人，年培养行业相关人才 1-2 万人。他们深知，职业教育是培养“大国工匠”的重要切入点。因此，教育公司以教育装备研发、专业共建、合作办学、创业孵化、德国实训深造及短期培训等为主营业务，并在德国雷巴赫建立了海外实习、实训基地，引进德国特色“双元制”职业教育体系，同时与国内多家高职示范院校签署了校企合作协议，以高端就业为导向，成立中德合心国际交流学院，将产教融合、校企合作贯穿国际交流学院建设的全过程，培养具有专业技能及丰富经验的高素质人才。

发扬工匠精神，助力中国梦

未来，合心机械将进行深层次组织变革，全面开启事业部制，将项目管理、研发设计、装配调试、财务核算等全部纳入事业部制管理，真正做到人、财、物、责、权、利高度统一，最大程度调动团队积极性和凝聚力，携手聚焦智能制造和数字化转型，进一步提升智能制造核心竞争力，努力打造行业一流的新时代系统集成商。未来合心机械将以智能制造为核心，深度推进产业与金融结合，产业与科研结合，产业与教育结合，产业与服务结合，实现“产、研、融、教、服”五位一体高度融合发展战略，实现企业可持续健康发展。新时代，迎来新机遇；新机遇，孕育新梦想；新梦想，带来新挑战。合心机械始终秉持“正直诚实、全心投入、团队精神、顾客导向”的经营理念，发扬工匠精神，砥砺前行，助力中国梦！

吉林科技投资已投资企业展示





有一种彪悍叫庄子

文 / 陈野 (吉林省科技投资基金有限公司)



依然是那个“人法地、地法天、天法道、道法自然”的道家,但是在我的理解中,所谓“道法自然”,是“优胜劣汰、弱肉强食、物竞天择、适者生存”!

这这这……这不是丛林法则吗?

是的,我认为,道家所主张的正是这个丛林法则,所以“无为”绝不是消极的“无所作为”,而是“不要强行约束和改变道法自然的规律”!不需要用“仁”来劝说强者对弱者手下留情网开一面,因为“天道损有余而补不足”,因为“物极必反”,诸多事情可以自我修正。包括动乱爆发导致的财富再分配,那都是世界进行自我调节修复的规律而已。

所以,庄子拒绝楚威王的邀请并不是什么“淡泊名利、不屑与统治阶级为伍”,而是庄子看透了此时的楚国已经到了“盛极必衰”的临界点,而且楚威王也并不是值得辅佐的君王,自己不愿意做殉葬品。

庄子的形象标签绝不是慵懒散漫碌碌无为,这样的人能够有“鹏之徙于南冥也,水击三

千里,抟扶摇而上者九万里,去以六月息者也……”这样的宏伟想象吗?

数千年之后毛主席一首词中“六月天兵征腐恶,万里长缨要把鲲鹏缚”化用这个典故,使得那个时代出生的孩子大批大批用“鹏”、“鲲鹏”、“鲲”当做名字,他们的父母显然对这个典故的解读是精进而非消极。

大家都对《庖丁解牛》有过或多或少的了解,这个故事果然是一个厨子苦练19年最终可以闭着眼睛熟练宰牛的故事吗?当然不是,庄子又不是蓝翔毕业的!

庄子的作品以寓言为主,微言大义,这篇《庖丁解牛》也不例外。仔细推敲一下,文中庖丁解牛时候是伴着《经首》的音乐跳着《桑林》舞蹈节拍完成的,杀个牛,唱歌跳舞做甚?

所以,庖丁并不是姓丁的厨子,而是尧帝和商帝武丁的暗喻!所以,那头牛也就不是一头简单的牛了,而是以执牛耳比喻争天下,是指天下!

庄子用这个故事暗示“文惠王”,自己19年来已经历练成熟,如果君王有成为尧帝和商帝之意,自己可以成为那把游刃有余的快刀!怎一个彪悍了得!

可是“文惠王”是怎么回答的呢?“善哉,吾闻庖丁之言,得养生焉”。是的,这个“文惠王”是这样理解的。

所以,在楚威王派来使者的时候,庄子才说出那番狠话!我翻译为“伺候你那个鸟楚王!老子宁愿在烂泥塘里当一只王八!”何其彪悍的庄子!

这就是我眼中的道家和庄子,彪悍!深刻!凌厉!中国历史上尊崇道学的汉朝和唐朝,也因此是最为彪悍和血性的时期!

君联资本：投资业的一道硬菜

文 / 李碧雯

有些时候可能你们连君联资本的半张脸都看不到，可能看到的只是四分之一张脸。



2015年的某天，君联资本的官网悄然进行了更新，在团队管理层那一栏多了4张微笑着的新面孔。与此同时，当年2月，一份君联资本股份转让说明书（申报稿）出现在了全国股份转让系统的申报名单中。

几乎没有外人注意到一场“蓄谋已久”的变革正在北京融科资讯中心B座16层上演。直到君联资本对外宣布有关于管理层代次更替以及由此而来的中长期员工激励计划时，外界才真正了解那次神秘行动的全部内容。

“对于一家成立十几年的机构来说，已经存在新老交替的问题了，而我们正是在为此做准备。”君联资本总裁陈浩说道。

成立于2001年的君联资本（前身联想投资），最早脱胎于联想控股，由朱立南、陈浩、王能光一手创办，2012年，联想投资更名为君联资本，以更加独立的面貌示人。它与弘毅投资、联想之星共同构成了联想控股的财务投资版块。来自联想控股2016年年报数据显示，财务投资版块2016年为联想控股贡献了29.01亿人民币利润，占比59.7%。战略投资中以IT业务为主的联想集团贡献了13.35亿人民币利润，主要受制于宏观经济和全球移动手机出货放缓影响。

虽然IT业务仍然为联想控股贡献了近九成收入，但联想控股总裁朱立南在致辞中表示，将打造新的支柱型资产。

这不是一句轻飘飘的口号，新的“弹药”已经蓄势待发。君联资本在2016年完成了包括七期美元综合基金、第四期人民币综合基金、医疗人民币一期基金、医疗美元一期基金以及文化体育人民币一期基金共5期基金的募资，募集规模超过120亿元，目前管理基金规模约350亿元。

过去十几年里投资的项目陆续进入收获期。截至2017年9月11日，君联资本共有45家投资企业成功上市，13家企业在新三板挂牌。君联资本退出项目的内部平均收益率为35%—40%。仅2017年就有富瀚微电子、碳元科技、贝瑞和康、药明生物、联合光电上市。

一道硬菜

葛新宇拿起手机刷新了下先导智能的行情，然后抬起头说道，“今天是先导市值的历史新高。”这天是2017年7月12日，当天先导智能市值为256亿元，达到历史新高。

2015年先导智能上市时，葛新宇和先导智能董事长王燕清很认真地做了规划，希望通过公司业绩



的增长,让公司在5年内市值超过200亿。没想到这一目标提前3年实现了。葛新宇是君联资本执行董事。在2011年1月加入君联资本前,他曾任职于中兴、华为,以及投中资本。

入职君联资本的第一天,他就见识到了君联资本的高强度。入职的当天下午,还没等葛新宇反应过来,就被君联资本的合伙人、他的指导人周宏斌拉着一起出差看项目。先导智能是他主导的第一个项目,也是他在常州、无锡一带扫项目时,“百里挑一”选出来的。常州、无锡、苏州地区有着传统的装备制造业基础,当时正处于产业转型的变革期,无锡尚德、小天鹅等一批企业走向没落。先导智能地处无锡,原本是光伏设备生产商,2012年光伏泡沫破灭,公司不免受此影响。

不过当时王燕清并没有融资的打算,葛新宇将此前在华为的管理经验搬了过来,“软硬兼施”,为创始人描述愿景,希望先导成为智能装备领域的“小华为”。“中国有许多企业类型,如果你就是满足于每年三四千万利润,管一两百号人,也不错,也承担了社会责任,也贡献了很多产业价值。但是如果你更有雄心、事业心,想把这个平台做得更大,想上市,你可以跟我合作。”王燕清最终接受了来自君联资本的投资。

在君联资本的建议下,先导智能向锂电池设备转型,君联将此前投资的做动力锂电池的企业苏州星恒介绍了先导,成为了其在锂电池领域的第一个客户。“自从君联资本投资后,我们加紧了在锂电领域的研发和市场拓展。2011-2013年是我们在锂电领域的积累阶段,2014年开始我们提供的产品已经可以和日韩设备同行竞争,产品也陆续进入了松下、SONY和ATL等行业知名企业。”王燕清表示。

目前先导智能账面回报过10亿元人民币,葛新宇也成为了君联资本最年轻的合伙人之一。

之前君联资本在汽车领域已经有不少布局,神州租车、神州优车、途虎养车、易车网、优信二手车……涵盖汽车电商、修车、租车、买卖二手车等领域。在新能源汽车领域,继先导智能之后,璞泰来、宁德时代等项目也陆续浮出水面。

据统计,君联资本在与车相关的领域投资了25家公司,从底层技术到终端应用再到整车零部件,君联资本像是布下了一个天罗地网。在君联资本董事总经理李家庆看来,围绕新能源汽车产业链的投资,也是君联资本在智能制造领域投资的延续。

“其实我们每一只基金里边,都会有20%、30%是在智能制造领域,早期更多是在芯片、半导体或新材

料等消费电子领域,智能手机之后的另一个大产业就是电动汽车产业链,下一步会关注OLED等新型平板显示。”李家庆说,“这是我们公司内部一个很持续的投资主题,是一道硬菜。”不过李家庆承认自己“低估”了新能源汽车行业的发展速度。

“很难想象,当新能源汽车还没有真正在C端开始普及、产业还属于婴幼儿阶段时,就已经形成了产业的集中和龙头了。”李家庆说。

他指的是君联资本的另一个投资项目宁德时代(以下简称CATL),这家公司目前是世界仅次于松下下的第二大动力锂电池生产商,也是无锡先导下游最大的客户,主要从事动力锂电池和储能电池。这是支低调的团队,很少对外发声,他们的工厂远离市区,从福建宁德火车站出来还有大概2小时的车程。创始人曾毓群之前创办过一家公司ATL,是苹果手机电池独家供应商,净利润平均一年能达到10亿元以上。ATL被日本TDK集团收购后,曾毓群带着原班人马出来又创立了CATL。

2015年CATL开始对外融资,君联资本成为其见的第一家投资机构。当时CATL刚刚盈亏平衡,但估值已经高达180亿元。葛新宇本来希望君联可以下个重注——投入10亿,但当时君联正处于新老基金交替,资金没有及时到位,最终君联资本投资CATL2亿元。

一年后,由于宝马、大众、上汽等客户需求急剧上升,CATL利润迅速上涨到了8亿元。B轮融资时,CATL的估值为800亿元,最新一轮B+轮融资,估值已上涨至1200亿元。迄今为止,CATL是君联资本所投资项目中估值最高的。

目前,CATL已经启动上市。“真的很难想象,





CATL 还未上市,已经在二级市场出现 CATL 概念股了。”李家庆说。

守正出奇

在投后管理上,君联资本坚持着“守正”的思想,将联想集团经典的“建班子、定战略、带队伍”管理思想传承了下来。

2011 年,贝瑞和康获得了君联资本的投资,这是国内基因检测行业的第一笔投资。

2011 年国内无创产前的产业化刚刚起步,“可以理解为上个世纪 80 年代的计算机时代”。面对这样一个完全空白的市场,贝瑞和康在如何打开市场、如何进行宣传等方面理不出头绪。不过对君联资本董事总经理欧阳翔宇来说,那个年代并不陌生。

欧阳翔宇曾是联想集团业务发展部总经理,见证了联想集团的 PC 市场份额从不到 2% 上升到全球近 20% 的全过程。“联想在早期开展市场业务时,他起了很大作用。”周代星说。

2012 年,贝瑞和康将产品价格定在 1000 美金,就是 6800 元,可以查三条染色体。当时华大基因的定价在 1000 多元,可以查一条染色体。市场后来的反馈证明,用户对于这样的定价策略是买账的,同时高定价也让贝瑞和康在用户心目中树立了高大上的品牌形象。

事实上,在此之前很长一段时间,君联资本更擅长投资于技术创新的公司,而非模式创新。技术创新往往能有据可循,而模式创新的项目有时即使花工夫也未必能做好。

不过从 2015 年,也就是君联资本第六期美元基金开始,君联资本内部似乎撕开了一条口子,冒

出来了如 SNH48、防弹少年团、Bilibili、闪萌、小年糕这类“二次元”“文艺”风格的项目,这似乎与君联资本过往“重”的项目相差很大。

君联资本很多人是做实业出身,天生对于文艺类内容没有很高的敏感度,“但是,为什么后来就是这样的?主要源于新一代合伙人的起来。”李家庆解释道。

靳文戟 2015 年被升为董事总经理,负责 TMT 投资。他曾留学海外,被李家庆称作“海归文艺理工男”。他调研项目的方式之一就是让自己成为产品用户。虽然是 70 后,但他对于《王者荣耀》仍然很热衷。靳文戟称自己目前在《王者荣耀》的段位是 25 级,算是君联内部第二高的,排名第一的是君联一位 90 后员工,已经打到了钻石。

非联想系、90 后员工的加入,为“老持稳重”的君联资本打开了第三视角。

在君联资本的第六期美元基金中,一直尝试着打破过去的边界,进入一些非基础型的投资领域。“按照 Top Down 的研究方法,深入到一个垂直领域,再去产业链,这是我们一直很擅长的,至今我们仍然保持了这个传统。但是在一些跳跃性比较强的项目,你很难预测它未来会怎么样。有时候一个项目拿过来的时候,其他合伙人都很茫然,不了解这是一个什么东西。”靳文戟希望能寻求突破,寻求具有平台型潜力的公司。

SNH48(丝芭传媒)和 B 站的投资即可看作他们在此方面的尝试。

2015 年,SNH48 已在国内做了 3 年,当年 6 月,靳文戟将这个�目带到了投资决策委员会上。当时君联资本合伙人对于这种女团养成模式并不是很了解,毕竟这是个此前没有在国内出现过的模式,主要用户群体又是 90 后。让一群 70 后、60 后的投资人去理解它的运作方式,并不容易。SNH48 第一次上会没有获得通过。

靳文戟想了想,觉得有必要再开一次会,4 小时后在同一个会议室,同一群人针对 SNH48 的项目又开了一次会。靳文戟将 SNH48 的来龙去脉、运作模式、商业模式、用户人群重新详尽地介绍了一遍,经过讨论,这个�目终于获得通过。

在 SNH48 总决选之前,靳文戟在投资协议书上盖上了章。之后大量投资机构找到 SNH48,公司估值也水涨船高。

对于理念够新,创新性够强的项目,君联希望能够为年轻人创造一些机会,“决策委员会有可能



把这发子弹发给他”，让投资经理去体会到自主决策的那种感觉。“手感很重要。”李家庆强调。

但是对于 2016 年在风口之上的共享单车，君联资本的这发“子弹”并没有打出去。

“决策的时候，我们去想象未来到底会衍生出什么商业模式，与哪些行业会产生关联，政策风险是什么。思考的问题比较多，后面发现共享单车的发展变成了一个以资金为主要壁垒的行业，跟早期想得不一样了。”陈浩表示。

有趣的是，虽然对于共享单车有所质疑，但李家庆仍是共享单车用户。“我手机中的共享单车平台上的押金加起来恐怕有 1000 元不止了。”他希望让自己保持对新鲜事物的敏感。

谁的君联

2015 年，君联资本成立了两只专业基金：君联资本文化体育专业基金和君联资本医疗健康专业基金，分别由刘泽辉和欧阳翔宇担任两只专业基金主管合伙人。这两只专业基金被视为君联资本为年轻同事打造的一个新的事业发展舞台。

此前君联资本董事总经理欧阳翔宇表示，医疗专项基金的设立能最大限度地授予团队决策权，大幅度提高收益分配。具体的做法是，专项基金的大部分投资收益归属于基金管理团队，小部分收益归属于君联资本管理平台和投后支持部门。

“有一些能干的、在某些方向上有特长的合伙人，可以在这个独立的基金下承担起更多的责任。当然我们也会涉及更到位的激励。”陈浩解释称。

在这一变革背后，君联乃至整个投资行业正在经历的代次更替已经成为无法回避的“成长之痛”。2015 年，君联也有合伙人离开并宣布自立门户。但这样大幅度的结构调整最终能否成功，其关键点是 LP 是否对此看好，并能否继续支持其之后的基金。国内不止一家投资机构曾尝试过综合基金 + 子基金的方式，但是最终因为 LP 反对而无法实施，期盼管理子基金并提高分红的年轻合伙人也在此之后陆续离职。

说服 LP 们花了君联一年的时间，这个难度不亚于最初君联资本为第二期美元基金募资。陈浩、朱立南、王能光三个创始合伙人又一次拿起行李去世界各地见 LP。

LP 担心的问题有几点，第一，如果分拆成几个基金后，是否之后这几个基金就会变成独立的公司？第二，是否存在足够的投资机会保障每只基金有足

够的投资标的？

陈浩解释称，第一，君联从组织上是非常成熟的机构，能够顺利地完成切换；第二，中国经济的高速成长能够保证有足够多的投资机会，保证基金的回报。

至少反复沟通了 5 次，君联才争取到这家美国的母基金的信任票。同时让陈浩出乎意料的是，这家母基金的投资额比之前提升了 50%。

与此同时，君联资本开始在内部酝酿有条件的全员持股计划。实际上，全员分享的文化在联想控股时就有。“虽然联想控股和君联从产业、从业务角度有所不同，但是精神和灵魂是一样的。这机构都不是某一个人或者少数股东所拥有的。”陈浩解释称。

2014 年底，陈浩将君联资本的员工持股计划方案向联想集团董事长柳传志汇报，柳传志看到后感到很高兴，并表示支持。2015 年，君联资本成立股份制公司，开展第一批员工持股计划。

来自君联资本股权转让说明书显示，此前君联资本管理公司的股权主要由君祺嘉睿、朱立南、陈浩、王能光、联想控股持有。为了推行全员持股计划，君联资本管理公司成立了中控平台君诚合众，君祺嘉睿、朱立南、陈浩和王能光分别将其对君联有限的出资 4550 万元、2000 万元、850 万元和 600 万元转让给君诚合众。同时成立两个员工持股平台汇智壹号和汇智贰号，符合条件的员工通过此平台持有君诚合众 99.99% 的股份，并间接持有君联资本管理公司 80% 的股份。

第一批获得持股权的包括君联资本的 23 位合伙人。陈浩介绍，目前准备推行第二批持股计划。“哪怕是一个基础性工作岗位的员工，只要时间到了，都会有股份。”陈浩说。

（摘自《中国企业家》）



曹毅:一个超级连接器

文 / 翟文婷

对于 VC 行业而言,股权投资想有所创新很难,曹毅也等待着变化的发生。跟一帮聪明人赛跑,光练基本功是不够的,曹毅这个超级连接器,找到了自己的江湖地位。



普洱茶喝多了,曹毅整夜无眠。

其实是有些兴奋。他拉着美团点评高级副总裁王慧文和易酒批创始人王朝成在望京的三宜两茶馆聊到半夜,试图撮合两家公司谈成更大的战略合作。

给门店供货酒水,深度参与 B2B 供应链本就是易酒批的专长,美团点评则希望给予平台上的餐饮商家更多增值服务,而不仅仅是导流。曹毅在茶桌上草画了一张坐标图,分析未来门店的发展态势,两家合作完全有可能推动餐饮生态的优化。第二天,王慧文就安排了业务部门负责人与王朝成对接。

美团点评和易酒批都是源码的被投资项目,更早前曹毅还撮合王兴战略投资了王朝成。作为源码资本合伙人,给公司提供更多战略帮助,链接各方需求,这是他的日常。

源码的 LP、今日头条创始人张一鸣最大的感受是,“源码可以在投资、投后等环节和创业者平等做朋友,打法灵活,很有进取心。”车和家创始人李想说,跟老牌基金相比,源码和创业者走得更近一些。这正是它的优势所在。

成立仅 3 年,源码在产业互联网、科技金融和

AI 等领域已经投出 80 多家公司,投资清单中不乏美团点评、今日头条、车和家、链家这样的明星公司。他与王兴、张一鸣和李想等人既是朋友,又有深度合作。

从离开红杉到独立门户,曹毅这个超级连接器,找到了自己的江湖地位。

点射还是阵地战?

成立 3 年,募完三只基金,源码才开始新增合伙人。2017 年 4 月,源码成功募集到 2.6 亿美元的三期美元基金以及 15 亿元的三期人民币基金。

2017 年年初,原金山 CEO 张宏江博士进入源码担任投资合伙人,此人十多年的管理经验加上之前在微软的人脉和经历,不仅对源码的投后服务能力有所加持,更在基金投资布局 AI 产业时具备独特优势。另外一名合伙人黄云刚也是 2017 年加入源码的。他曾在经纬推动投资了快的打车、猎聘网等独角兽企业。他看项目眼光犀利,帮助被投资公司不遗余力——这正是曹毅所需要的搭档。

黄云刚很清楚,曹毅期望他在爆发性领域捕捉到真正的明星公司。2016 年资本火力最猛的几个风口,源码的身影并不多见。客观原因是,曹毅



称之为“超级物种”的百亿美金公司太稀有。黄云刚投完快的之后再去看其他项目,总觉得“不够大,长不够快”。

“投资涉及看得见、看得清、投得进、帮得上、退得出等几个关键环节,一个成功的投资说明基金在每个节点都做得很好,反之就是在哪个环节出现问题。”曹毅说。

VC 惯常通用的打法是从大趋势中围猎赛道,从中识别出领跑者,俗称“阵地战”。老牌美元基金无一不从中获益,其中尤以红杉最为经典,在电商、O2O 等赛道布局甚广。红杉资本中国基金合伙人周逵曾这样阐述他们的理解,“我们去抓的新趋势,是每个产业的基础设施发展到一定阶段后,逐渐显现出的机遇”。

“点射”与“阵地战”的完美结合不应该是所有 VC 的追求吗?的确如此。但曹毅认为,只有少数顶级基金做到如此境界。

他将两种投资策略视作平原厮杀和雨林狙击的差别。“阵地战首先要把战略地图清楚描绘,敌人是谁,该用什么武器,作战时间点,一清二楚。点射不然,没有计划,没有地图,甚至你都不知道在寻找什么样的东西,它会以何种方式出现。”就像很难有人精准预料到快手、斗鱼、今日头条这样的公司何时何地出现,而且在投资人还没反应过来时,它已经快速疯长。源码曾经投入兵力围猎社交、内容网络等领域,却空手而归。

曾经投出小米、快手、秒拍等明星公司的晨兴,因为过去两年市场特点的变化,投资方法也受到系统性挑战。晨兴合伙人刘芹分析,年轻人对精准投资即“点射”这个技能的掌握存在很大问题。

曹毅的观点是,“好的战略不是试图抓住所有的机会,而是抓住最好的机会。”从这个角度而言,排兵布阵式的阵地战更适合源码。当然,前提是选对阵地。黄云刚也持相同意见,在他看来没有基金不专注研究行业和赛道,纯粹靠单个项目驱动就可以持续做到很好。成熟的基金需要对行业有系统的认知,对投资方法论有更底层的思考。

根据曹毅提出的“三横九纵”图谱,因为各种原因暂时过滤掉移动电商、O2O、大文娱、教育、医疗等行业,源码最终锁定了产业互联网、互联网金融以及 AI 三个重点赛道。其中互联网金融最重,源码先后投资了 20 多家企业,其中普惠金融领域 15 家。

硅谷创投教父、PayPal 创始人彼得·蒂尔在《从 0 到 1》这本书里曾分享过风险投资的最大秘密,即成功基金的最佳投资所获回报要等于或超过其他所有

投资对象的总和,这被称为幂次法则。VC 无不希望做到如此。

“好东西存在两个地方,已投资和未进入。看懂后者比前者更难,你还要考虑能否投得进。”曹毅说,现实做法就是在已投资组合中找到最优公司持续加注。源码一期二期基金 80% 的钱都投给了 5 家公司。二期剩余的份额,他也是给某家公司预留的。

车和家创始人李想对曹毅的重仓模式则如此评价,“只有谨慎的人才会这么干,胆子大的人会像撒胡椒面一样乱投。”

重仓科技金融和 AI

在用钱宝这个案子上,源码连续跟投了几轮。但最开始,创始人焦可是被源码团队拒绝的。

2014 年,他曾经带着一个互联网金融搜索产品找到曹毅。他期望产品解决金融领域的信息不对称问题。简而言之,如果有用户想要借款,这个类似搜索引擎的工具就会把用户推荐给金融机构。结果遭到了源码团队的婉拒。

产品运行一年之后,焦可才明白为什么这个产品没有被认可。因为从源头上,这个商业模式就不成立。金融机构和用户之间存在的问题并不是信息不对称,而是供需不匹配,需求得不到很好的满足,所以搜索导流的成交比例只有 5%。

市场需求是真实存在的,焦可意识到问题之后迅速调整方向,从金融垂直领域的搜索引擎服务转型为利用 AI 做金融风控和小额现金贷款业务。这一次源码的反馈完全不同,从决定投资到完成打款,只隔了一个周末。

“源码具备投资人的一种直觉,尤其对科技金融行业,他们知道第一个项目存在的问题,对我们的转型业务也有很清晰的认识,利用新技术有效解决市场上原有存在的问题,这是令他们快速做出决定的





原因。”焦可说，他意识到源码在科技金融领域掌握的 Know how 足够深，“他们足够冷静，知道机会在哪里，什么是伪风口。”的确，科技金融是源码重点关注的领域，其先后投出了趣店、农分期、会分期等各个垂直领域的公司。

除了互联网金融，AI 也是源码重兵投入的领域。曹毅的观点是，AI 跟互联网一样是一种技术、能力和设施，按照互联网三横九纵的思路，源码更多地关注 AI+ 的企业。纯做算法的技术以及芯片公司，他们则比较谨慎。“虽然不排除有特别牛的团队，在很好的时间窗口杀出一条血路，但这是很难预期的，这也是靠点射。基本上，AI 纯算法和硬件更是巨头的领地。”

AI 领域成功突围的公司，张宏江认为应该符合三个条件：现实中存在应用场景，能够持续获得大量的数据，拥有强大的团队。他在微软时就曾对 AI 有研究，他的不少学生、同事都在从事 AI 相关的工作。如果他们创业，哪条技术线路更有优势，哪些人比较靠谱，张宏江可以提供一定的参考意见。加入源码以来，他已经主导投资了两个 AI 相关的项目。

曹毅还希望张宏江在帮助公司利用 AI 技术方面提供投后的支持。“谁能更好地利用新技术，谁就能获得先发优势。尤其在科技金融领域，长期看风控还是要靠深度学习而不是现在的专家模型。接下来宏江博士会给更多公司普及机器学习。”

曹毅的朋友圈

李想还在汽车之家时，曹毅拉着他、周亚辉和王兴谈一个汽车相关的项目，他们决定投一大笔钱让周亚辉挑头来做。但是周这个人兴趣太广，沉不下心，还要打理上市公司昆仑万维，这事就推到李想面前。于是，车和家成立了。2016年5月，车和家 A 轮融资 7.8 亿元，利欧股份领投，源码资本、明势资本

等机构跟投。

但李想和曹毅两人还有另一层关系，创业之前李想和汽车之家 CEO 秦致就是源码的 LP。类似的情况还发生在王兴、张一鸣、左晖身上，他们的公司既接受了源码的投资，他们本人也是这家基金的重要出资方。

很多新兴 VC 都选择做 Founder's Fund 即“创始人基金”，这有利于被投公司与巨头之间进行战略合作，甚至便于项目退出。只是像源码这样，LP 与被投资公司集一体的现象并不多见。

李想分析道：“早期投资最好的方式就是投连续创业者，从 2005 年那一波开始，几乎很少有从零开始的草根。所以像我这样的连续创业者，源码肯定有必要投。反之，自己熟悉的钱总要拿，在很多公司决策层面会对你有利。”

这样是否会给外界造成一种错觉，源码逆向投资自己的 LP，这样的项目称得上是真正的代表作品吗？“这不重要。”曹毅思考片刻回答道：“我们会不断努力投资未来 5 到 10 年的这种领袖企业，当然越早进入越好，如果时机晚一点，估值高一点，我们还是会想办法挤进去。好东西太稀缺了。”

王兴、张一鸣是曹毅在红杉时就相熟的朋友，他们经常整晚地在一起聊业务，探讨趋势。每年的“码会”，只要两人有时间必然到场。用曹毅的话说，码会是一个超级链接器。上百个源码的被投资公司可以跟 BAT 高管及美团点评、今日头条、唯品会、链家、汽车之家等公司创始人以同学会的形式相处。

“他基本上把新一代最好的创业者都汇集在一起，大佬分享经验和教训，好的创业者进来学习。”李想说，他还参加过几次小型行业讨论会，都是曹毅组的局，没有利益所图，却很少有人以没时间为由推脱不去。李想甚至庆幸曹毅做了这样一件事，“没有他的存在，很难把这些人聚集到一起。”

但为什么是曹毅？

1984 年出生的曹毅有着与他年龄不相匹配的成熟和思考。他的前老板红杉资本中国基金创始合伙人沈南鹏评价他，“学习能力很强，思维逻辑很清晰，想事情非常清楚。”张宏江认为，曹毅最大的特质是对自己的能力以及要做的事情都有一种准确的认识能力，这利于他把事情做成。曹毅习惯站在别人的角度看问题，喜欢替别人出主意。从这个角度而言，他就是一个连接器，帮助不同的朋友实现互相匹配的价值。

用曹毅的话说，连接的人多了，就会形成网络效应。据说，码会已经达成超过 30 亿人民币的内部股



股权投资合作、10 余个重要战略合作案例。而曹毅本人也是受益者，“投资人也需要企业家精神和视角，尤其做早期投资，最好的方法就是跟他们多待在一起。”

源码基金成立一年的时候，曹毅还是延续此前在红杉的投资视角，习惯了之前侠客式的作风，专注于“募投管退”几件事上，很少思考组织建设、未来方向的问题。那段时间王兴和张一鸣却经常犀利地问他，“股权投资这个行业 5 年后会怎么样？背后驱动变化的要素是什么？源码怎么做差异化？你的路径是什么？”

在互联网有过厮杀经历的人不可能没有答案，甚至每隔一段时间会更新思考。但习惯向别人提问的曹毅，此刻却被问住了。他终于反应过来，自己不能再追求剑术的卓越，而是要像一城之主那样做基金管理人。

“他们让我的边界不断打开，此后跟创业者交流时，也试图找到更加深度的规律思考我自己的问题。”曹毅说。

生存法则

如果说眼下源码还有什么待解的难题，应对创投市场的气候变化算是一个。

曹毅多次强调，现在的互联网是腾讯阿里两强争霸外加 10 家小巨头构成的诸侯混战格局。这种形势要求创业者清醒认识到自己的处境，对接战略资本的心态和时机提早有所准备。同时，这种格局也让财务投资人重新思考出手逻辑。原来 AT 头部效应没有这么明显，做投资更纯粹一些，现在巨头的触角随时随地可能自由伸展。2016 年摩拜与 ofo 的融资经历就是个典型，滴滴出手 ofo，滴滴的重要战略投资人腾讯却选择了摩拜，两极之一的阿里迅速加持 ofo。这种时候，基金在其中所起到的作用究竟有多大？

“这个题解得好，就是机会，反之就是末路。”曹毅直言投资人目前的处境。据他观察，一些老牌公司已经找到正确的应对姿势，但也有基金没有顺应变化遭到挤压。投资人或被动或主动地与 BAT 或小巨头保持紧密联系已经成为常态，甚至不乏阿里与云锋、小米与顺为这样的投资搭档。

理论上码会也是顺势而为的结果。因为跟几家顶级新经济公司深度合作，源码在早期投资时可以更清晰地分析行业，做出理性决策。

比如，源码从一开始就没有进入共享充电宝领域。当时美团点评内部的观点是，这个行业纵深不够，创业者能把握的时间窗口几乎没有，难以聚拢海量用户。而且在基本没有规模的情况下，已经被媒体大肆曝光，竞争太过惨烈。只要巨头找到合适的时机，随时可以插手。

曹毅则分析，一个价值 10 亿人民币市场单独存在的价值不太大，但是如果跟其他产业形成整合，就会有大公司愿意付溢价收购或自己做。事实证明，后来美团点评的确比较轻松地切入共享充电宝行业，只是几个月后又宣布关闭。

当时，作为本地生活服务巨头，美团点评的视角和观察给了曹毅一定启示，比较清晰地洞察到这个行业的投资地图和发展路径，所以他们主动放弃这块市场。

“这并非悲观，更多是在新的生态平衡建立中，找到新的位置。”曹毅说。他喜欢看历史剧，分析重要历史节点变化的展开过程。这跟公司行业有相似之处，当宏观经济、人口、能源或技术发生重大变革的时候，往往蕴藏着机会。他会每个项目习惯性地发问，为什么是现在，此刻发生了哪些变化导致这个机会的出现。这已经是他和源码团队惯常的一种思考方式。

对于 VC 行业而言，曹毅也等待着变化的发生，甚至源码的创新也许可以推动整个行业哪怕一点点的变化。跟一帮聪明人赛跑，光练基本功是不够的。但他也承认，股权投资想有所创新很难。

巴菲特在上世纪六七十年代首次提出价值投资，虽然现在看起来并不稀奇，但在当时就是极大的创新。YC 发明了 DEMO DAY，九鼎将募资、投资、退出等环节拆分成流水线等，这些都是创新。在“募投管退”这几个环节中，曹毅相信真正的创新还是会发生在“投”环节，募资、管理和退出基于投资创新做相应的优化。

在这个过程中，也许他会想清楚源码将来要成为谁。有一点可以肯定，他不愿再复制美国风险投资的那一套东西。“第一代基金已经这么做了，我们再做同样的事情，还有什么优势？”

（摘自《中国企业家》）



布鲁斯·沃瑟斯坦： 一生玩转 2500 亿并购交易

文 / 佚名

他一生操作的并购案例，总交易额超过 2500 亿美元；他曾主导美国在线与时代华纳的“世纪大合并”；他大胆创新，让并购交易变得“一切皆有可能”；他在人际关系方面，是个不受欢迎的人，但却是一位当之无愧的世界级“并购大师”。



华尔街的“野蛮人”

1977 年从哈佛大学获得法律和商业学位后，沃瑟斯坦先在一家名叫 Cravath, Swaine & Moore 的律师事务所里工作，但很快他就转行加入了第一波士顿公司的并购业务部门，投身自己更感兴趣的银行业。在第一波士顿，布鲁斯遇到了自己将来的合作伙伴、另一交易专家约瑟夫·佩雷拉。

佩雷拉和沃瑟斯坦年龄相仿，他善于与人沟通，总是西装革履，风度翩翩，在性格上正好与沃瑟斯坦形成互补。这个二人组合，在第一波士顿推动了风行 1980 年代的并购大潮，当时美国德士古公司 (Texaco) 收购 Getty 石油公司，Capital Cities 收购 ABC 等多桩大收购案的主要推手，正是他们两位。

后来沃瑟斯坦和佩雷拉在公司业务的发展方向上与第一波士顿的 CEO 发生了严重分歧，两人

于 1988 年离开了老东家，创办了自己的专业顾问公司 WP。之后几年，WP 公司在多桩并购交易表现甚优，持续实现着沃瑟斯坦的事业梦想。如同沃瑟斯坦在由他自己亲自撰写的《大交易》中写到的，他们见证了现代交易模式在上世纪的变迁：合并蓬勃发展的六七十年代、收购氛围火药味十足的八十年代、直到每笔都是几十亿美元大交易的九十年代，其中最为经典的并购交易案例，当属让并购“野蛮人”KKR 集团一战成名的 1989 年那笔轰动一时的巨额敌意收购美国烟草商雷诺兹·纳贝斯克一案。

沃瑟斯坦正是帮助 KKR 成功收购雷诺兹·纳贝斯克的重大功臣，沃瑟斯坦就是“野蛮人”KKR 团队中的一个原型，在这次旷世并购交易中，布鲁斯沃瑟斯坦“炫耀”出了空前的收购技巧和财务智商，其间也体现出华尔街特有的贪婪、狡诈的人性况味，从此“野蛮人”的形象长期成为华尔街并购银行家的标签之一。

2002 年，沃瑟斯坦应邀加入百年独立投行拉扎德担任 CEO，拉扎德是个什么样的机构？拉扎德是华尔街投资银行界的传奇和奇迹，拉扎德的银行家依靠自己的天才想象力而不是资本来为客户服务，并且在成立后的 100 多年来一直保持着它的独立和神秘，在整合之风日盛的美国金融界，拉扎德几乎是绝无仅有保持独立、并未将业务线过分延展的金融机构，当 2008 年金融危机，美国五大投行摇摇欲坠之时，拉扎德却安然无恙，稳如泰山。

沃瑟斯坦进入拉扎德后，经过大力改革并大量引进优秀银行家，最终帮助拉扎德于 2005 年成功上市，成为一家公众公司，改变了拉扎德的一贯



神秘形象,也续写了拉扎德更大的精彩与辉煌,虽然有人说沃瑟斯坦进入拉扎德后,内部的争权夺位一天都没有停过,但有一点可以确信,拉扎德因为沃瑟斯坦改变了,并且变得更好,这是毋庸置疑的。

沃瑟斯坦一生操作了总交易额超过 2500 亿美元的并购案例,有着绝顶聪明的财技和商业智慧,他使用并开创多个并购交易创新战术策略,比如依靠心理凌弱战术帮助出售企业争取最大的交易价格,也因此获得了“抬价布鲁斯”的称号。

沃瑟斯坦执着坚定的并购精神和不拘一格的并购理念,都值得中国现阶段的企业界、金融界多多学习和借鉴,中国需要沃瑟斯坦这样的天才银行家,更需要无数的并购大手笔交易来整合提升中国的各大行业与企业。

抬价布鲁斯

1947 年的冬天,当人们在庆祝圣诞节的时候,美国纽约布鲁克林区的一个犹太人家庭喜添贵子——布鲁斯·沃瑟斯坦出生了。为了躲避战火,沃瑟斯坦的父母在二战前就从波兰移民到了纽约,他们经营着一家丝带公司(Ribbon company)。值得一提的是,沃瑟斯坦的外祖父西蒙·施莱费尔是波兰著名的剧作家。

殷实的家境和良好的教育背景,让智商本来就颇高的沃瑟斯坦更加出类拔萃。小学时,他就偏爱数学和法律。16 岁时,沃瑟斯坦进入密歇根大学。同外祖父一样,沃瑟斯坦很爱读书,喜欢写作。学习之余,他担任校报的编辑。19 岁时,沃瑟斯坦提前完成学业,顺利地密歇根大学毕业,拿到政治学学士学位。不久后,他进入哈佛大学法学院继续深造,并同时就读于哈佛商学院。1970 年,他以优良的成绩从法学院毕业。一年后,沃瑟斯又以出色的成绩从商学院毕业,拿到了哈佛大学工商管理硕士学位。

顶着哈佛光环的沃瑟斯坦并没有马上进入华尔街工作,而是选择了全美排名第一的律师事务所——克维斯,史温和莫尔事务所(Cravath, Swaine & Moore),成了一名律师,主要负责兼并和收购方面的案件。

1977 年,沃瑟斯坦离开律师事务所,跻身华尔街,进入第一波士顿投资公司(First Boston)。

当时在第一波士顿工作的沃瑟斯坦,体态臃肿,衣着邋遢,他将大部分的精力和时间都用在工作上。他总能像催眠师一样,让客户以史上最高价格进行

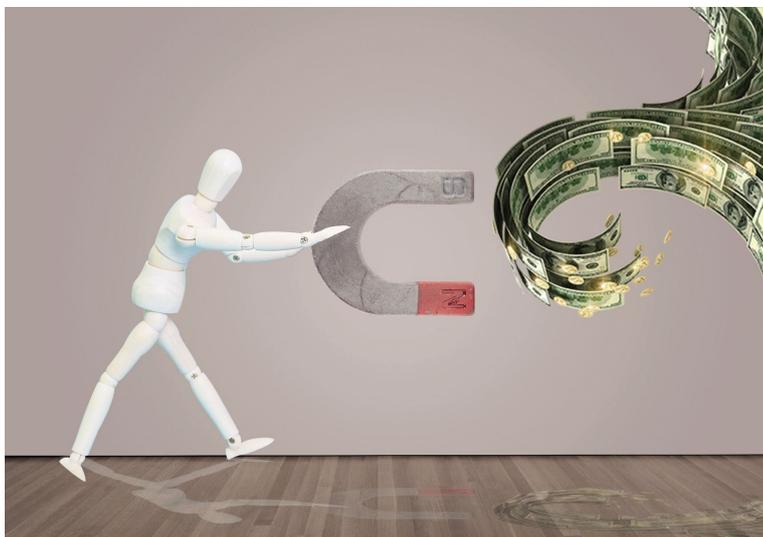
收购。对手们因他不修边幅和出人意料的行事风格而管他叫“抬价布鲁斯”。有个人很信任沃瑟斯坦,此人就是私人股权投资大师亨利·克拉维斯。在亨利的帮助下,沃瑟斯坦带领第一波士顿公司狂飙突进,一路向前。

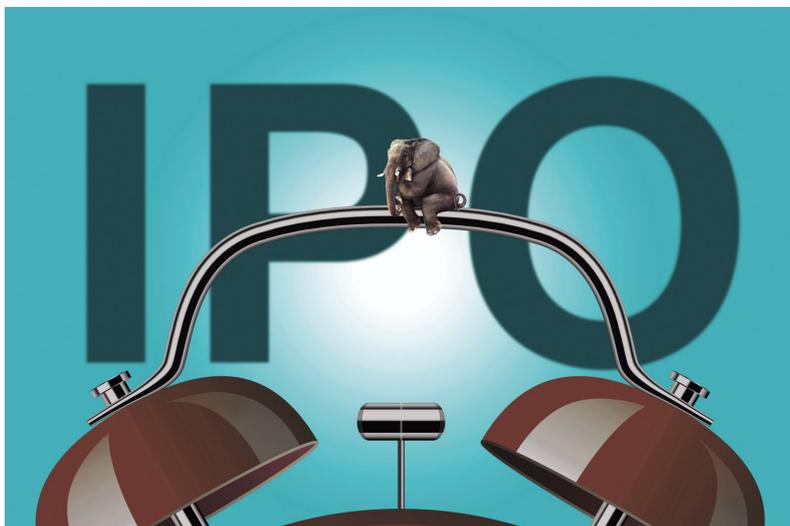
2000 年 1 月 10 日,全球最大的传媒娱乐公司——时代华纳公司和全球最大的网络商——美国在线公司同时宣布两大公司进行合并,以建立一个强大的、综合互联网和传媒优势的“航空母舰型企业集团”。新公司被命名为“美国在线时代华纳公司”。双方以互换股票实行合并,交易价值高达 1830 亿美元,创下全球迄今并购案之最。

美国在线是世界最大的互联网服务提供商之一,用 7 种语言向全球 15 个国家提供服务,拥有世界最大的拨号窄带网络与全球下载数量最大的音乐播放器。这场由拥有 2000 万注册用户的美国在线对时代华纳发起的收购,旨在取得时代华纳的有线电视网、庞大的电视用户数据库,以解决其自身的严重问题,即面对激烈的竞争,急需强劲的内容支持。对美国在线而言,与世界上最大、最强的传统媒体集团合并,无疑是十分明智的选择。

时代华纳是一家具有 70 年历史的老牌媒体集团,早在 1994 年时代华纳就意识到网络的发展前景,将旗下的主要媒体打包放在 www.niubb.net 站中。但是,在发展过程中,Pathfinder 无法和专业网站竞争,致使时代华纳损失上千万美元。规模巨大的时代华纳也需要借助美国在线在互联网方面的优势站稳脚跟。

从运营规模、销售额和利润等指标来看,时代华





纳当时明显胜美国在线一筹。时代华纳的经营额是美国在线的 4.5 倍，总资产是美国在线的 7.45 倍，盈利能力比美国在线高 56%，商誉比更是美国在线的 36.6 倍。如果依据巴菲特的传统企业价值分析法对企业会计报表进行分析，毋庸置疑，时代华纳是个“巨无霸”，而美国在线相对处于弱势。

为了确保“小鱼吃大鱼”的收购可以顺利进行，美国在线聘请了沃瑟斯坦担任收购顾问，沃瑟斯坦在这个过程中成功上演了一幕“收购魔术”。

当时美国在线的市值高达 1634 亿美元，而时代华纳只有 833 亿美元，前者的市值是后者的两倍，所以，新公司的名称是“美国在线时代华纳”，新公司的董事长也是美国在线的董事长。为保证时代华纳和美国在线在新成立公司中的股份占比为 55 : 45，沃瑟斯坦建议时代华纳的股东按 1 : 1.5 的比例置换新公司的股票，而美国在线的股东按 1 : 1 的比例置换，如此一来，美国在线以股票低估 25% 的代价购得时代华纳，这便使不可能的收购成为可能。

沃瑟斯坦还帮助美国在线处理了善后事宜：整合与接管是并购成功的关键，取得了被收购企业的经营控制权，仅是走完了资产重组的第一步。收购后的整合过程，才是收购过程的重中之重。

美国在线与时代华纳有着不同的技术路线、管理风格和文化理念。一旦合二为一，各种冲突不可避免，处理不当极易导致收购失败。沃瑟斯坦为美国在线提供的整合方案是全方位的，包括产业整合、组织人事管理整合、机制整合及企业文化整

合等。与此同时，美国在线的董事长凯斯为加强对新公司的控制，在向美国证券交易委员会(SEC)提交的合并协议中，任命了直接对自己负责的四名高级职员，而原时代华纳董事长、新公司 CEO 李文将无权干涉其行动。

和时代华纳同类型的传统媒体在美国不少，但没有第二个动辄就拥有上千万用户的美国在线。正如沃瑟斯坦所言：“这一交易的确具有里程碑意义，但我也知道，这一模式很难被复制。”

但两家公司最终还是宣布分道扬镳：从 2009 年 12 月 9 日起，美国在线与时代华纳正式分手，分拆出来的美国在线，34 亿美元的预估市值仅仅相当于最初的 2.1%。其拥有 2600 万拨号上网用户只剩下了 540 万人。美国在线和时代华纳牵手近十年的“世纪大合并”走到了尽头，这起“天作之合”最终以惨败告终。

股权之争

沃瑟斯坦不是一个循规蹈矩的人，在《门口的野蛮人》一书中，他化身野蛮人“KKR”团队中的一员，上演了一场人称“美国 20 世纪最著名的恶意收购”大战：以 31.5 亿美元的收购价和华尔街人一起“炫耀”了其空前的收购技巧和财务智商，最终赚取了大笔利润。

此书的问世搅乱了华尔街的秩序，也似乎公开了行业的“潜规则”，每当并购交易发生，有关的爆炸性新闻出现时，人们就会联想到沃瑟斯坦的话：“形形色色的骑士与傻瓜、英雄与赢家相继等待亮相。”很多人因为该书写得真实，因而怀疑第一波士顿公司使用卑劣手段，抬高并购价格，从中渔利。为减少外界的质疑，沃瑟斯坦最终离职。

此后，沃瑟斯坦与华尔街的传奇银行家乔·派瑞拉建立了一间投资银行——Wasserstein Perella (WP)。但这间银行的生命并不长，最终于 2000 年被德国第三大银行德累斯顿银行(Dresdner Bank)以股权方式收购，交易金额总计 16 亿欧元。

沃瑟斯坦坦诚，其成功并没有秘诀，只有最基本的价值观：“只要你始终如一地保持热情，盯住最大的客户，尽全力做到最好，那么，你就可以在华尔街的投资银行业立足。”据业内估算，自 1993 年以来，沃瑟斯坦是投行领域里赚钱最多的人。

沃瑟斯坦于 2002 年加入拉扎德公司，并担任



首席执行官一职。在他接手拉扎德时，这家银行正垂死挣扎，是沃瑟斯坦将拉扎德从谷底救起，并为其注入新的活力。

拉扎德投资银行(Lazard Freres)是华尔街最神秘的投行之一，有着 150 多年的历史，在很长时间内都是一家家族企业，由亚历山大·拉扎德、艾里·拉扎尔和西蒙·拉扎德兄弟三人于 1848 年共同创立。从开始在新奥尔良经营纺织品业务，逐渐转向银行及外汇业务，并在巴黎、伦敦和纽约设立分行，最终成为当地最知名的咨询公司之一。

拉扎德现在已成为华尔街的巨头。在整合之风日盛的美国金融界，拉扎德几乎是绝无仅有的保持独立并未将业务线过分延展的金融机构。在金融危机肆虐时，其竞争对手雷曼兄弟、贝尔斯登先后倒台，高盛、美林、和摩根士丹利纷纷陷入危机、举步维艰，而未染指自由资金投资业务的拉扎德几乎是毫发无损。

“他(沃瑟斯坦)是个独裁者，他把我从头把交椅上挤了下去……现在的拉扎德让我感觉矛盾，我既欣慰于它能存活下来，而且运转良好，又遗憾这个公司还没有达到让人忘我付出的地步。”拉扎德的上一任 CEO 米歇尔·大卫·威尔曾这样说。

的确，沃瑟斯坦是个让人感到矛盾的人。从成就上说，沃瑟斯坦足以受人尊敬。但在人际关系方面，他并不是个受欢迎的人。拉扎德内部的很多人都认为，沃瑟斯坦最大的贡献是恢复了拉扎德的人才储备。比如他从摩根士丹利挖来了兼并收购部门的联席负责人加里·帕尔和威廉·路易斯。

沃瑟斯坦认为，拉扎德的首次公开募股(IPO)势在必行。但由于公司内部的原因，IPO 的时间一拖再拖。其中，最大的障碍恐怕就是原 CEO 米歇尔的阻挠。

米歇尔并不看好 IPO，甚至对沃瑟斯坦的一再坚持报以轻蔑，他从来没想到要将自己家族一手创建的公司进行 IPO。

显然，沃瑟斯坦面临一个集体的挑战。根据沃瑟斯坦的计划，拉扎德将用 12.5 亿美元的价格全盘收购米歇尔及其他股东持有的大约 36% 的股份。拉扎德的企业价值为 32 亿美元，其中股权价为 25 亿美元，债权价为 7 亿美元。在沃瑟斯坦的计划中，将有 25% 的股权向公众发售。米歇尔还要求沃瑟斯坦用 16.16 亿美元的价格来收购他及其他股东持有的股

份，这比沃瑟斯坦的计划方案高出了 3.66 亿。如果沃瑟斯坦要实现自己的计划，让拉扎德成为“他自己的”，唯一的合法出路就是买下其他人手里的股份，摆脱米歇尔的阻挠。

经过深思熟虑，沃瑟斯坦开始“贿赂”董事会成员，以获取他们对 IPO 的支持。这个方法很奏效，追求利益的反对者因为自己得到了好处而转向支持 IPO。不过，棘手的问题是米歇尔要求的 16.16 亿美元从何而来？

沃瑟斯坦通过与法国银行 Caisse d'Epargne 合作，获得了 2 亿美元的投资。另外，他又通过“杠杆资本重组”的方式，公开出售股权证券，募集到 2.87 亿美元，以此向投资者提供有息债务和股票担保。后来，他又为拉扎德注入 9 亿美元新债，再加上 IPO 的预计收益 8.12 亿美元，沃瑟斯坦便可完全买下米歇尔和现有股东手上的股权。至此，沃瑟斯坦的成功运作使拉扎德完成了首次的公开募股，而他自己则拥有了拉扎德 1127.5 万美元的股份，这也使他成了拉扎德最大的股东。

事后沃瑟斯坦说：“拉扎德的成功，很大程度上源于对手们低估了它的危险性。拉扎德已经在 M&A 市场上采取了反周期策略，与拉丁美洲、澳大利亚和欧洲中心地区的银行一起购买或创建了合资公司。”

如今沃瑟斯坦离开了，留在人们印象中的他依然是不苟言笑、言辞犀利的瘦老头，但在并购这件事上，无人否认，他的确是个难以企及的奇才。

(摘自并购志)



沃瑟斯坦生前操作的最后一桩交易就是卡夫食品公司对英国吉百利公司发起 176 亿美元的敌意收购

全球科技公司市值 100 强新鲜出炉

文 / 谢珍 张楠

21 数据新闻实验室汇总全球 60 个交易所近 5000 家上市科技公司最新市值，按人民币进行统一换算，最终得出“全球科技上市公司市值百强榜”。10 年间，全球科技巨头大洗牌，百强榜上中国科技公司的数量已增至目前的 13 家。

截至 1 月 28 日，全球市值最高的 100 家科技巨头总市值达 69.14 万亿元，其中超半数集中在前十科技股。数据显示，全球十大科技巨头总市值达 35.47 万亿元，占比达 51%。市值超万亿的科技股有 15 家，中国公司有 3 家，分别为腾讯、阿里巴巴、台积电。

全球十大市值科技巨头



十年间 TOP10 座次大洗牌

从 TOP10 榜单来看，上榜门槛已达 1.66 万亿元。近期股价不断创新高的腾讯市值达 3.63 万亿元，一举超过 facebook 位列第 5，成为排名最高的中国科技公司。阿里巴巴位列第 7。另外，有一些企业或是我们并不熟知的，如 SAP，这家德国公司是全球第三大独立软件供应商。

这在十年前或许难以想象。以十年前的 2008 年 1 月 28 日市值统计，TOP10 公司均被美国公司垄断。当时，仅微软、谷歌、思科、IBM 市值超万亿。对比来看，这十年间，市值 TOP10 座次可以说是

大洗牌。目前仅微软、谷歌、苹果仍在前十榜单，苹果从当时的第 7 跃居榜首，市值涨幅达 579%。其余 7 家公司则从前十榜单消失。

其中，英特尔、甲骨文、思科、IBM 在最新市值榜单仍位于前 20 名，高通第 25，惠普第 56。而十年前位列市值榜 TOP5 的诺基亚，最新市值 1780.74 亿元，排名掉至第 79，市值缩水 82%。

全球科技公司市值 100 强分布在 15 个国家或地区

这 100 家科技巨头主要集中在北美洲(53 家)、亚洲(29 家)、欧洲(17 家)三大洲，另有 1 家在南美洲的巴西。

按国家或地区划分：美国在 IT 领域独领风骚，有 53 家科技公司上榜；中国紧随其后，占据 13 家；日本则以 10 家排名第 3。此外，英国、法国、德国、瑞典、韩国等 12 个国家也有 1-3 家公司进入榜单。

全球科技公司市值 100 强中国企业

中国排名	全球排名	科技公司	最新市值 (亿元)	2018年以来市值增长
1	5	腾讯控股	36320	12.66%
2	7	阿里巴巴	32928	15.54%
3	11	台积电	15041	11.95%
4	28	百度	5732	7.88%
5	33	京东	4562	18.37%
6	40	海康威视	3791	7.56%
7	45	鸿海	3343	-1.56%
8	49	网易	2797	6.12%
9	57	鸿海精密	2433	-31.05%
10	65	京东方A	2165	8.27%
11	71	微博	1910	27.71%
12	92	携程网	1525	3.11%
13	100	中兴通讯	1390	-3.29%



中国上榜 13 家,十年增加 9 家

尽管与美国相比,中国的科技发展还有很大进步空间,但回顾过去十年,越来越多的中国企业进入全球科技公司市值 100 强。据统计,2008 年 1 月 28 日,进入百强榜单的中国公司仅腾讯、百度、中兴通讯、富智康 4 家,且排名均在 50 名之后。而十年后已增至 13 家,且腾讯、阿里已经稳居前十。

除了大家熟悉的 BATJ 外,半导体巨头台积电,台北、伦敦两地上市的鸿海,A 股公司海康威视、京东方 A、中兴通讯,以及中概股公司网易、微博、携程网也纷纷进入百强榜。

这些科技巨头 2018 年以来大部分市值实现增长,BATJ 市值更是平均增长 13.6%。

全球科技公司市值100强				
排名	公司简称	最新市值 (亿元人民币)	2018年以 来市值增长	所属国家
1	苹果	55861	-1.61%	美国
2	谷歌	52082	9.27%	美国
3	微软	46031	6.75%	美国
4	亚马逊	42858	16.39%	美国
5	腾讯控股	36320	12.66%	中国
6	FACEBOOK	35023	4.53%	美国
7	阿里巴巴	32928	15.54%	中国
8	三星	19362	-3.46%	韩国
9	SAP SE	17676	-1.19%	德国
10	VISA	16601	7.56%	美国
11	台积电	15041	11.95%	中国
12	英特尔	14868	5.33%	美国
13	甲骨文	13852	8.31%	美国
14	思科	13347	9.12%	美国
15	康卡斯特	12690	2.57%	美国
16	万事达卡	11440	9.26%	美国
17	IBM	9828	5.89%	美国
18	英伟达	9354	22.08%	美国
19	SAP	8712	-1.03%	德国
20	奈飞公司	7538	38.88%	美国
21	德州仪器	7108	5.68%	美国
22	埃森哲	6564	3.08%	美国
23	PAYPAL	6515	12.68%	美国
24	博通	6513	-5.23%	新加坡
25	高通公司	6409	3.92%	美国
26	奥多比系统	6277	11.59%	美国
27	普利斯林	6034	8.97%	美国
28	百度	5732	7.88%	中国
29	阿斯麦	5632	15.34%	荷兰
30	赛富时	5210	7.98%	美国
31	基恩士	4957	11.56%	日本
32	雅虎	4881	11.61%	美国
33	京东	4562	18.37%	中国
34	英飞凌	4235	4.80%	德国
35	戴尔	4038	-1.17%	美国
36	海克斯康	3977	10.88%	瑞典
37	索尼	3966	6.87%	日本
38	威睿	3836	16.20%	美国
39	应用材料-T	3828	6.34%	美国
40	海康威视	3791	7.56%	中国

41	达索系统	3755	4.91%	法国
42	MIDWICH GROUP	3580	14.42%	英国
43	动视暴雪	3478	2.42%	美国
44	自动数据处理	3442	-5.04%	美国
45	鸿海	3343	-1.56%	中国
46	SK海力士	3293	6.00%	韩国
47	美光科技	3203	17.07%	美国
48	高知特科技	2934	-0.88%	美国
49	网易	2797	6.12%	中国
50	财捷公司	2764	4.75%	美国
51	佳能	2719	5.54%	日本
52	EBAY	2710	11.85%	美国
53	印孚瑟斯技术	2682	3.41%	印度
54	恩智浦半导体	2588	5.37%	荷兰
55	日立	2588	14.58%	日本
56	惠普	2495	2.57%	美国
57	鸿海精密	2433	-31.05%	中国
58	松下	2402	2.56%	日本
59	泰科电子	2325	6.54%	瑞士
60	爱立信	2266	0.08%	瑞典
61	艺电	2250	6.45%	美国
62	亚德诺	2194	2.33%	美国
63	易昆尼克斯	2192	-5.41%	美国
64	富达国民信息服务	2179	6.15%	美国
65	京东方A	2165	8.27%	中国
66	AMADEUS IT	2161	5.00%	西班牙
67	东京电子	2147	10.06%	日本
68	MURATA村田	2099	6.45%	日本
69	拉姆研究	2081	6.84%	美国
70	ATOS	2052	3.41%	法国
71	微博	1910	27.71%	中国
72	康宁公司	1895	4.34%	美国
73	费哲金融服务	1885	5.56%	美国
74	DXC TECHNOLOGY	1855	4.86%	美国
75	儒博科技	1845	6.51%	美国
76	安费诺	1796	2.53%	美国
77	NAVER CORP	1796	2.72%	韩国
78	雅虎日本	1781	4.46%	日本
79	诺基亚	1781	0.21%	芬兰
80	SIRIUS XM HOLDINGS	1743	8.31%	美国
81	WIPRO-ADR	1739	0.10%	印度
82	慧与	1690	12.97%	美国
83	FORTIVE	1688	2.75%	美国
84	西部数据	1681	9.38%	美国
85	欧特克	1646	9.08%	美国
86	SERVICENOW	1640	11.49%	美国
87	日本京瓷	1600	1.63%	日本
88	沛齐公司	1595	-0.16%	美国
89	安波福	1593	8.13%	英国
90	WORKDAY	1583	13.37%	美国
91	励讯集团	1539	-8.00%	英国
92	携程网	1525	3.11%	中国
93	红帽公司	1518	9.31%	美国
94	CIELO SA	1480	17.17%	巴西
95	爱立信	1440	0.57%	瑞典
96	微芯科技	1438	7.06%	美国
97	CAPGEMINI	1438	8.22%	法国
98	DISH NETWORK	1396	-4.06%	美国
99	富士胶卷控股	1395	1.67%	日本
100	中兴通讯	1390	-3.29%	中国

(摘自 21 世纪经济报道)

“风投狙击手”徐新

文 / 晓谷

在徐新眼里,创业者是世界上最勇敢、也是她最尊敬的人,“因为失败是必然的,成功是偶然的。他们一定是有眼界的人,他们能看到别人看不到的东西。”



短短几年,刘强东成为当今首屈一指的创业者,在他身后有一个助他一统江湖的女人,这个女人是业界公认的“投资女王”徐新。

2006年10月,徐新第一次与刘强东见面,徐新给了他1000万美元。2014年年初,徐新创办的今日资本牵头向3C零售网站京东商城投资2100万美元,这是京东商城来自今日资本的第二笔融资。2014年5月,京东在美国纽约纳斯达克上市,市值达286亿美元。今日资本持有京东7.8%的股份,账面赚了100多亿人民币,投资回报率高达150多倍。

如今京东市值622亿美元,而徐新也早已成为驰骋风投界的“风投女王”,成功投资了京东、网易、赶集网、土豆网、都市丽人、良品铺子、娃哈哈等一批各领域的顶级企业。

“杀手”般的直觉

2006年10月,北京。徐新碰到刘强东时,京东商城只有50个员工,年销售额6000万元。见面那天,徐新和刘强东从晚上10点聊到凌晨2点,“4个多小时问了老刘的创业经历,直觉告诉我:这是一匹黑马,必须马上拿下!”

当天,徐新就帮刘强东定了和自己同一班北京飞上海的航班,到了上海就把投资框架给签了,“生怕他跟其他投资

人见面。”当时刘强东说需要200万美元,徐新直接给了1000万美元,“互联网企业必须迅速做大,要不特别大,要不死掉。一个烧钱的行业,200万美元肯定不够,过两天又会来要钱。”

拿到投资后的京东商城马上扩充产品线,商品迅速延伸到数码相机、手机等消费类电子产品,确立起在3C领域的江湖地位,大大提升了用户的购买频次。

为什么押注京东?徐新说:“刘强东具有‘杀手’的气质。”她至今仍记得2006年第一次见他时,他的电脑上仍写着“只有第一,没有第二”。

徐新会花时间寻找杀手级的创业者,她自身也极具杀手般的直觉。在投资京东之前,徐新在她此前就职的两家机构和个人天使投资中,都取得了惊人的成绩。

1995年,徐新进入香港当时最大的本土券商百富勤,参与了对娃哈哈的投资。2010年、2012年,娃哈哈掌门人宗庆后两次登上中国首富宝座。

1999年,在霸菱投资期间,徐新以500万美元入股网易,最终获得8倍收益,2003年网易创始人丁磊当选中国首富。

同样在1999年,徐新个人天使投资中华英才网并担任其董事长,在2006年到2008年中华英才网发展最迅速的时



期,它与智联招聘、前程无忧在招聘市场三足鼎立。徐新持有的中华英才网的股份中间卖出过一部分,但仍持有相当比例的股份,算下来赚到800倍以上的收益。

熬出来的伟大

业界将徐新的投资方法称为“狙击手打法”——枪打得不多,但力求每一枪都打得精准。的确,在旁人看来,上天特别青睐这个长着一张娃娃脸、永远挂着灿烂笑容的女人,但她熬过的苦,旁人不一定能体味。

1998年,徐新在金融风暴中艰难地开始了自己的投资事业。当时,她所掌握的霸菱亚洲投资基金仅有2500万美元,这些有限的资金既要寻找项目,还要帮助已投资企业度过危机。彼时,美国互联网公司创造了上市神话,中国内地的互联网行业也开始风起云涌,徐新随即代表霸菱投了当时还不知名的网易500万美元。

在投资网易时,网易的股价是5块钱,上市后变成15块,最高涨到了30块。网络股泡沫破裂后,股价犹如过山车,一下掉到六毛五。

此时的徐新面临难以想象的压力。董事会建议把公司卖掉,徐新投反对票,她不是说自己眼光长远,而是想着“我已经在地狱了,不可能更差了吧,以后就在通往天堂的路上”。

2000年6月30日,网易在美国纳斯达克成功上市。2004年,徐新从网易退出,收益达8倍之多。

让徐新印象最深、成长最大、回报率最高的投资是中华英才网。2000年,正值互联网的冬天,中华英才网很难再筹到钱,好几次到了几乎发不出工资的地步。既是创业者又是投资人的徐新原本周末打高尔夫、一年度两次假的生活彻底改变。“好像头上悬了一把剑,随时都会掉下来,心理压力很大”。当时,徐新不仅要把家里的存款拿出来给几百名员工发工资,而且要在自己都不知道答案在在哪里,硬着头皮跟员工说“面包会有的,牛奶会有的,一切都会有的”。不过徐新没有看错,中华英才网最终在寒冬中挺了过来,

打造中国第一投资品牌

2004年,中国创投市场迎来了一个崭新的高潮,徐新认为,这是难得的大好机会,遂萌生了创业想法。

2005年9月,退出霸菱集团的徐新成立了今日资本。她没有选择一条平坦之路,与国际知名VC建立品牌合作从而轻松获得资金,而是走了一条崎岖的路,创建独立品牌。这意味着融资要困难得多,但她坚定地认为“做基金的最高境界就是独立”,这个念头压倒一切。

其后一年间,徐新带领团队到处找钱,频繁穿梭于欧美亚大陆,平均每天要

进行3至4场演讲加答辩,每次都要花费一两个小时,最高纪录是在一天之内跑了3个国家。到2006年10月,今日资本终于融到了规模为2.8亿美元的第一只基金——今日资本中国成长基金。

在今日资本成立之初,徐新就跟合伙人开了3天3夜的会,为公司确立了3个投资领域和3个投资目标。其中3个投资领域包括互联网,尤其是B2C的互联网,互联网消费品品牌以及零售。3个目标是:第一,3个全垒打——徐新的定义是8倍的回报率就可以算做是全垒打;第二,8个被投资企业变成行业第一品牌;第三,平均5年赚5倍。

今日资本的第一期基金共投了10多个项目,第一个目标已经超额完成。如今她投资的项目已经有7个变成了行业级品牌,这是徐新非常骄傲的一件事,“打造行业第一品牌,比赚钱更让我们爽”。而第三个目标也早已超额实现。

尽管已经踏入投资界将近20年,徐新对这个行业仍然很痴迷,在她眼中,创业者是最勇敢、也是她最尊敬的人,“因为失败是必然的,成功是偶然的。他们一定是有眼界的人,他们能看到别人看不到的东西”。

如今,掌控着12亿美元资金的她,正向着打造中国第一VC品牌的目标,迈进。

(摘自《文史博览·人物》)

老板们为何会回避管理？

文 / 穆胜(胜宴私董会创始人、总裁教练)

老板这个群体有什么共同特征？孤独、倔强、自负、敏锐……不走入这个群体，你无法体会其中的精彩与纠结。

“在我的内心深处，我是非常回避管理的。这句话不能告诉别人，但我心里就是这么想的。”面对我提出的“你的企业为何在管理上进步甚微”的问题，一位公司的一把手几经思考，终于打开了话匣子。现实中，大多数老板都是这类情况，在我的视野范围内，这几乎成为了制约中国企业发展进步的最大症结。

业务不好的时候，老板们会说，“业务都成这样了，先活下来再说吧！哪有时间做管理？”当业务好起来了，老板们又会说，“我们一直这样管，业务不也一直挺好？哪有必要做管理？”总之就是在这两种状态之间切换，陷入一个无限死循环，最终结果就是把管理束之高阁。

老板为什么不做管理？

1. 功利思维。做管理太累了，太慢了，不仅是投入巨大的精力，带来诸多的员工抱怨和反对，多年的雕琢也不一定有太明显的结果。相较起来，整合资源、跑市场却可能马上就有结果，这样一来，老板们的选择可想而知。可以说，大多数企业的成长都是基于制度红利和趋势红利，只要这类红利还在(尽管越来越小)，老板们就会不自觉地进入野蛮生长的模式中。

2. 路径依赖。我接触过的大多数老板都是搞业务出身，且还有很大部分根本没有长期的被管理经验。所以，对他们

来说，谈业务是有感觉的，谈管理却很难有感觉。在天上飞久了，自然不愿意在水里游。或者说，他们很难理解管理的具体场景，并找到自己发力的舞台。他们先天性地认为管理很简单，不是自己的事，而更倾向于把精力放在业务上。

3. 取巧心态。功利思维和路径依赖让老板们对于管理缺乏重视，但大多数时候，他们在面对管理问题时依然头疼，好比自己在前线杀敌，后院却老是有员工在点火。

由于轻视管理，他们解决管理问题的方式非常天真。有人想用帝王术来操控企业；有人想用企业价值观来同化员工，叫嚣一流的企业做文化，但文宣口号漫山遍野，制度建设止步不前；前几年互联网思维的如火如荼更蔓延到组织管理领域，一些不负责任的创业者大呼互联网企业就应该“去管理化”，一些媒体更对个别现象大加渲染，这无疑更迎合了不少老板的需要，让他们进一步回避管理，妄图用宣扬“车库创业热情”的方式来解决一切。

4. 心理诉求。如果说，前面几个理由里，老板们至少还向往“好的管理”，那么，一个更加隐晦的原因可能是老板们根本就不希望有“好的管理”。好的管理意味着分工明确、授权清晰，甚至平台化组织根本就是三权下沉到项目单元的，





这显然会分散老板们“作为老板的感觉”。不少心态比较浮躁的老板很喜欢被围绕的感觉，办公室门外总有人等着签字，总有 N 件事情等着决策，每个下属都在猜想自己和老板的远近亲疏……这种“被需要”的感觉是不是挺爽呢？

管理和经营，哪个大？

老板们大可以潇潇洒洒地宣称“经营至上”，但这种武断的本质在于没有理清管理和经营的关系。或者说，大家习惯于用一个“无法辩驳”的论点来为自己的行为找到借口，缓解自己的焦虑，而不愿意去深究其中的门道。

1. 不同阶段，不同选择。企业发展的初期（从 0 到 1），需要“重经营，轻管理”。那个时候，每个人都在“弹性岗”上，一个人要做几个人的事情，哪有什么健全的分工和授权？在流程上，也是高度弹性的。在这个时期，很少有企业具备丰厚的激励空间，也没有必要设计太多过于精细的激励机制。要么就是收益后置，创始团队的大量收益（股权、期权、期股等）会在企业达到某个阶段后实现；要么就是依靠老板的个人魅力，创始团队愿意生死相随。我把这叫作“强人老板 + 团伙”的阶段。这个阶段里，企业得以发展，靠的是老板和核心创始人团队打造出来

的“战略红利”或“领导力红利”。

企业发展的成长和成熟期（从 1 到 N），需要“用管理做经营”。这个时候，企业已经初步验证了商业模式，开始走入快速复制的阶段。因为企业到了一定规模，依赖内圈对于创始团队的激励方式，已经无法覆盖整个团队了；另外，依赖个人领导力也已经开始拉不动庞大的组织了。所以，老板们应该把自己的领导力放到杠杆上，用“巧劲”来撬动这盘大局。这个杠杆就是“管理体系”，它可以放大老板的领导力，让员工由“团伙模式”走入“团队模式”。我把这叫做“舵手老板 + 管理体系 + 团队”的阶段。这个阶段里，企业得以进一步发展，吃的是“管理红利”。

2. 经营是目的，管理是手段。把管理和经营对立，本来就是伪命题，应该说，前者是目的，后者是手段。经营的问题，最终都是通过管理来解决的，一旦管理上无法支撑，经营上的宏图伟略就是漂亮的泡沫。例如，某个企业市场乏力，仔细分析之后发现是因为战略定位不清晰，浪费了大量的精力在一些无效客户身上。假如我们重新进行了战略定位的梳理，而后怎么办呢？“土方法”是把销售部门的部门长叫到办公室来做思想工作，让他“愿意这样做”；而“管理方法”是在团队配置、专业分工和激励机制上进

行调整，让他“不得不这样做”。前者是押宝部门长的觉悟，是“领导力红利”，后者是押宝制度的刚性，是“管理红利”。

要想俘获“管理红利”，一是要找到“题眼”，找到支撑经营的那个支点；二是要下狠功夫，持续迭代管理的体系，把那个支点打穿打透。既要智慧，又要耐力，从这个意义上说，打磨管理的企业家都不是一般人。

任正非说，“企业缩小规模就会失去竞争力，扩大规模，不能有效管理，又面临死亡。管理是内部因素，是可以努力的。规模小，面对的都是外部因素，这是客观规律，是难以以人的意志为转移的。因此，我们只有加强管理与服务，在这条‘不归路’上才有生存的基础。”服务就是产品，这是目的，而管理是手段。任正非显然没有像一般老板一样思考如何野蛮生长，而是要寻找“有质量的增长”，而这种“质量”就是管理的厚度。

其实，核心竞争力除了天赋异禀（例如行政许可牌照、资源先占等），大多都来自累积。核心竞争力就是你在某个领域里下功夫做到极致，以至于其他人进入这个领域，就是死。谁都想拥有核心竞争力，在某个领域内无敌，但又有几个人愿意下苦功夫？

（摘自《商界》）

一代大师彼得·林奇的三大投资秘籍

文 / 佚名

无论在哪个年代,要选出最优秀的基金管理人,都不是一件容易的事。说起上个世纪优秀的基金管理人,有人会信仰本杰明·格雷厄姆,有人崇拜约翰·邓普顿,也有人会推崇约翰·内夫,众口不一。但如果谁把彼得·林奇放在第一位,你会发现,很少有人会反对这一点。

1977年林奇开始管理麦哲伦基金时,基金规模为2000万美元。13年后的1990年,麦哲伦基金规模达到了140亿,翻了700倍,成为当时全球资产管理金额最大的基金。基金持有人超过100万,几乎每200个美国人里,就有1个人持有麦哲伦基金。麦哲伦的投资绩效名列第一,13年的年平均复利报酬率高达29%。人们将林奇执掌时的麦哲伦基金称为——“世界上表现最好的公募基金”。这位举世瞩目的投资大师在自己的著作《战胜华尔街》和《彼得·林奇的成功投资》里分享了三点投资经验:投资你了解的、坚定持有、做好功课。

投资你了解的

林奇有个很出名的说法:“选股既是一门科学,又是一门艺术,但是过于强调其中任何一方面都是非常危险的。”

“选股是科学”指借助量化工具、统计工具以及对财报中数据的理解和应用进行投资决策。林奇在对股票价格是否合理的判断上,有个独门秘籍——PEG指标,也就是市盈率(P/E)/企业利润增长率(Growth)。PEG是林奇用于评估成长型公司的方法,总体上可以分为四档:0-0.5,相对低估;0.5-1,相对合理;1.5-2,相对高估;大于2,高风险区。

对于电动汽车、新材料、人工智能

等成长型行业来说,PEG是个很有参考意义的指标。然而,数据只是对一个事物过往情况的量化体现。从过去的变动中寻找未来变动的方向,不仅具有局限性,还可能存在数据挖掘偏差等问题。过于迷信数据,常常会让投资过程逐渐脱离实际,忽略许多重要的细节,从而导致失败。

另一个极端则是把选股完全当作一门艺术,投资者过于依赖直觉来作出投资决策,而缺乏充足的调查和研究。

对此,业余投资者可以参考林奇的那句名言——“千万不要买任何无法用笔将公司业务简单描述清楚的股票”。换句话说,要确保非常清晰地了解公司的商业模式。如果你买了这个股,一定要能把买这个股的原因简单明了的描述清楚。

在选股方面,“牛股来源于生活,高于生活”。林奇发现了一个投资技巧,那就是购买一个股票前,先问问自己是否喜欢他们家的产品,是否认可他们家的产品。林奇选择消费行业牛股的秘籍就在于逛街。有一次他去购物时看到玩具反斗城里孩子们玩得很开心,就认为玩具反斗城将会是个牛股。结果不出所料,玩具反斗城的股价从25美分一路涨到36美元,涨了144倍。

这种“源于生活、高于生活”的投资艺术门槛其实并不高。对于业余投资者





而言，他们都有着许多机构投资者难以获取的优势。比如有些业余投资者在化工行业工作，他们能比机构投资者更早地知道化工行业的变动。他们能最先知道氯出现了短缺。腐蚀剂正在缺货，他们能第一时间知道库存和销量。这对于预估企业的利润，有着机构投资者难以匹敌的天然优势。

当然，即便工作的单位并不是上市公司，也无所谓。最重要的还是对于商机的观察和把握。

每个人所了解的东西必定是有限的。博采众长，借鉴他人的认知，会让投资变得更加轻松。常常观察身边的人，了解他们的想法，才能拓宽思路，更好地找到牛股。“选股根本无法简化为一种简单的公式或者诀窍，根本不存在只要比葫芦画瓢照着做一用就灵的选股公式或窍门。选股既是一门科学，又是一门艺术，但是过于强调其中任何一方面都是非常危险的。”

坚定持有

林奇一旦发现牛股，就会长期持有。在 20 世纪 80 年代初，由于汽车工业不景气，股市对汽车股情绪悲观，整个华尔街都认为美国第三大汽车厂商克莱斯勒即将破产，这时克莱斯勒股价才 2 美元，林奇却没有被市场悲观的情绪影响，亲自去调研了汽车行业。结果发现不但福特公司不错，克莱斯勒财务状况更好，有超过 10 亿美元的现金资产。

单单这一点，就足以打破华尔街认为克莱斯勒会破产的预言。随着进一步

调查，林奇发现克莱斯勒产品卖得不错，开发创新上也充满活力。1982 年春夏之际，他坚定地作出判断，压上监管允许的最大投资规模，不断地买进克莱斯勒，把克莱斯勒打造成他的第一重仓股。

很多同行都说林奇疯了，竟然在一个不景气的行业，投了一个快破产的公司。林奇此时可谓是“众人皆醉我独醒”。他认为汽车行业是周期性行业，人们纷纷不看好汽车行业，让原本盈利能力就不错的汽车股变得很便宜。于是，他不仅重仓克莱斯勒，还购买了福特和沃尔沃等汽车股。到了 1984 年，林奇从福特和克莱斯特两只股票上分别赚到了超过 1 亿美元的利润，从沃尔沃上赚到 7900 万美元，汽车股的丰厚回报让麦哲伦基金的业绩瞬间扶摇直上，脱颖而出。

“当你选中了一个好的股票，那么时间就是最大的趋势。如果你选择了一个问题股，那么时间就是最大的敌人。”

做好功课

不管是投资自己了解的，还是坚定的持有，本质上都需要投资者做好功课。股票投资本就是一场信息战争，谁掌握了更多的信息，有效处理了更多信息，谁就具备更多战胜市场的可能性。

在这方面，林奇很有发言权。林奇的日常生活——早晨 6 点离家办公，晚上 7 点回家，路上时间在阅读中渡过；午餐时间通常用于与公司管理层洽谈；平时陪家人逛街时留意中意的公司；度假时，如果公司离得近，会随时跑去调研。林奇于 1982 年曾说，他“成功的秘密”是“每

年要访问 200 家以上的公司和阅读 700 份年度报告。”这个数字之后变本加厉：1980 年他拜访了 214 家上市公司，1982 年拜访了 330 家上市公司，1983 年拜访了 489 家，1984 年拜访了 411 家，1985 年拜访了 463 家，1986 年拜访了 570 家。根据这个速度，即使加上周末和假日，他也几乎平均每天要访问 2 家上市公司。

麦哲伦基金所属的富达公司，会安排基金经理和上市公司高管共进午餐，或者晚餐和下午茶。林奇养成了一个定期交流的习惯：每隔一个月和每一个主要行业的代表人物至少交流一次，以免漏掉这一行业最新的发展动态消息。这些信息既不是仅有少数人才知道的消息，也不是不可泄露的消息。只不过，通过和上市公司高管聊天，能够更清晰地了解到这个行业，甚至是这个公司的机遇和困境。

大部分人并不容易时常接触到上市公司高管。但林奇说，但凡接触某一行业的工作人员，不论是供应方，还是销售方，总会知道或获得行业的相关信息。比如一个安防设备的销售人员，或是设备的供应商，对于设备是否好卖，市场情况怎么样，产业链上下游状况，他们都有切身的感受。和他们交流，往往能比坐在办公室里翻看研究报告更快地了解到行业在发生的变化。

“你自己不对上市公司进行调查研究，进行仔细的基本面分析，那么拥有再多的股票软件和信息服务系统也没有用。”

(摘自云锋金融)

谷歌的创新“套路”

文 / 陈逸飞

现在谷歌已成了创新的代名词,它的产业模式决定了企业发展的创新基因,更不可或缺的是,谷歌所营造出来的创新精神,俨然成为当下大众创业、万众创新的一个重要参照。



如果探究下去,潜藏在谷歌创新背后的驱动力量,是企业全体成员在生产经营活动过程中形成的一种行为规范和价值观念。

谷歌母公司 Alphabet 股价惹人关注,2017 年 6 月初首次突破 1000 美元大关,成功跻身“千元俱乐部”。而早前,阿尔法狗的出现,则打破了被固化的围棋选手以及围棋教育的思维方式。谷歌,究竟是如何运用创新思维,顽强地认知和改造外部世界的?

“生态系统”频繁互联

近年来,谷歌诸如无人机、谷歌眼镜、无人驾驶汽车、太空电梯这些天马行空的项目,都来自一个名叫谷歌 X 的神秘实验室,该实验室的任务就是要打造出像电影《星际迷航》里出现的那些神奇技术,而不是设计那些满足时下的流行产品。在这里,浮现的是一大帮 X 战警的身影,每个人都

有特异功能一般的聪明才智。

谢尔盖·布林是 X 实验室的灵魂人物,他也是谷歌的创始人之一。他喜欢鼓励员工在充分放松的情况下进行独立思考与创造。为鼓励创新,布林允许员工有一些时间来做自己感兴趣的任意工作。这也是谷歌的 20% 时间理论的思路源泉。20% 时间理论是:谷歌鼓励员工在完成常规项目后拿出 20% 的工作时间,从事他们认为对公司最有利的工作,激发他们的创造力和创新精神。

谷歌员工在 20% 的时间要做与公司相关的研究,新的创意也要得到上级的同意才能用自由时间进行研究,因此员工在提出创意时,还需充分准备、佐证自己的想法。

创意经过首肯后,授权为专案,开发过程即受到追踪,开发成果也要接受评估。因此员工必须先开发出产品原型,即 A 版,然后接受来自用户、同事、专业团队等方方面面的评估和测试。公司每个员工都可以对任一产品进行评估。

通过测试的产品才可以升级为 B 版本,反响好的产品还可以获得部分计算能力的支持,而没有通过评测的产品则被公司终止。同样,B 版本也要经过复杂的评测流程,只有“幸存”下来,才能形成产品最终上线。即使形成了产品,也要经受各方面的评价,然后就是不断地改善。

在硅谷这样一个创业氛围浓重、到处是风险投资商的地方,谷歌的创新实验室



是一个非常不错的技术平台，这个平台实质上就是一个创新枢纽。不同的第三方都可以到这里访问，开发出融合了谷歌功能元素的新型应用产品，同时向用户测试和营销其产品。这样谷歌、第三方创新者、用户和广告商构成了一个创新“生态系统”，他们之间的积极互动形成了对各方都有利的良性循环，尤其对谷歌自身非常有利。

自下而上有效沟通

团队合作是一个全球性公司运作的重要途径，个人英雄在谷歌完全行不通。谷歌鼓励有效沟通，通过邮件、视频会议、即时聊天以及出差到各个办公室，尽量进行面对面的沟通合作，甚至总是保持一些看起来“多余”的沟通，这会对员工有极大的帮助。

在沟通中，不同发展阶段会采取不同形式。合作初期注重共同讨论的机会，互相磨合了解工作风格，并且赢得相互的信任；建立了足够的信任后，则要合理地进行项目的分割，减少日常沟通的工作量，但会继续坚持每周的会议以保持同步；最后项目完成时自然也要多对各个相关人士进行报备。而谷歌本来就很有兴趣去鼓励员工尝试新事物和新想法，通过有效沟通更能保证这类项目敢闯敢干。

同时，谷歌的工程师可以将自己创新的点子放在内部网络交流平台上，所有的人都可以对这些点子做出评价。工程师可以利用自己 20%的时间将这些点子落实为具体的产品。从整个公司的层面将所有员工调动起来，一起考察决定公司未来的各种研究项目。当这些由好点子发展而来的产品足够完善的时候，它们会被放在谷歌 Lab 里，这是一个向用户展示谷歌创意和产品的地方，同时用户的体验和反馈对这些还未正式推出的产品来说也是非常宝贵的建议。

这种自下而上的创新方式给谷歌带来了许多创新思维，带来许多新鲜活力。

而这可以看作是谷歌创新互联观念在公司内部的一种贯彻。由于有众多工程师的参与，谷歌也就可以尽量地减少管理的层级，使整个组织更为扁平。以至于每年谷歌都会有高达 1000 万美元的创业大奖，给那些对谷歌未来发展有重大意义的产品和项目。

透明、客观、激励、创新

人人皆知，透明和客观的管理方式可以营造出公平的竞争环境，进而最大限度地激励员工的创新热情。谷歌极具理想主义色彩的思想使命，就很好地诠释了用创新引导实践，用实践支持创新的企业文化氛围。

如上所述，在谷歌，所有员工，所有研发小组的工作进程、工作业绩都会在内部网上公布，每个人都可以看到其他人在做什么，做得怎么样。考核员工业绩时，谷歌并不仅仅依赖管理者的评价，反而更看重与该员工一同工作的其他人的意见。

在公司内部，没有什么秘密的项目。所有的项目都放在内部项目管理系统中，让所有其他的人能够看到。公司会议任何人都可以来参加。

公司每个星期五都有 TGIF 活动，在该活动中，管理者把最新的方向、信息、产品、决策等及时地介绍给所有员工。在总部，这个活动由两位创始人拉



里·佩奇、谢尔盖·布林亲自主持。而他俩有时也会发明一些“新奇”的玩意儿来为工作增添乐趣。

此外，谷歌会定期组织“DemoDay（演示日）”的活动，专门从一些全新的角度去考虑解决方案，考虑新产品方向并快速写出一份雏形来展示给同事们进行讨论和评选，有许多来年的新方向就是从“DemoDay”的成果中提炼出来的。

开放心态迎接未来

没人否认，有关加强人类智力的构思好像纸和笔对人类的功能一样。辅助人类的记忆，让我们能完成更多的事情。如同计算器、电脑、网络搜索、机器翻译、图像识别等这一系列技术一样，都是在原有技术本身的基础上，再进一步开发出更多的工具，从而延伸人类的某种能力。

谷歌人工智能也会朝这种方向发展。对于人工智能，谷歌倡导人工智能开源，强调它不是一个可以包装销售的产品，它是一个工具，就是要把自己开发出来的工具开放给公众使用。

谷歌会向开发者提供一些预置好的机器学习的子系统 API，开发者自己再添加一些代码就能实现如翻译、图片识别等技术。未来谷歌还打算把自己的开发平台通过云服务共享给公众使用。

事实上，创新不只是一种新思想、新技术，而是一种得以实行并产生实际效果的思想或技术。所以，对于企业来说，创新的意义不在于新科技、新产品或新服务，而在于创造新价值。没有哪家大公司对创新的痴迷表现得像谷歌这样保有好奇心。

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。现在谷歌已成了创新的代名词，它的产业模式决定了企业发展的创新基因，更不可或缺的是，谷歌所营造出来的创新精神，俨然成为当下大众创业、万众创新的一个重要参照。

（摘自《名人传记·财富人物》）

看今朝“聚美陈欧”如何自救

文 / 佚名

对于聚美来说,即便是股价下跌,高管出走,但是陈欧还在,那就意味着其还有无限的可能性,只要陈欧赌对了,就有翻身的资本。



聚美优品成立于 2010 年,仅用 4 年时间便成功在美股上市,成为商界传奇。但是陈欧认为聚美在美国市场被投资者严重低估,在上市两年后决定对聚美进行私有化。然而 22 美元的发行价格,最高时股价为 40 美元一股,两年不到的时间就下跌到了 7 美元左右,这不仅让聚美的股票持有者们大失所望,也让陈欧深陷囹圄。

为此,陈欧决定对聚美启动私有化要约以图回归 A 股市场,2016 年 2 月,陈欧联合投资人启动私有化,之后便开始了一系列的改革,成立影视公司投资制作影视剧、收购共享充电宝企业街电、投资宝宝树进军母婴市场,难得的是在启动私有化一年零九个月之后,聚美表示其在电商业务上发展平稳,多元化的投资战略初步有了成效,2017 年 11 月 27 日聚美撤销了私有化,立即生效。

一是因为聚美在近一年多来的表现并不好,二是私有化后重回 A 股也是困难重重,还不如继续待在美股市场。而此时的聚美股价距离当时启动私有化时已经接近腰斩,市值再跌 50%。

值得一提的是,聚美宣布撤销私有化后股价由 2.92 美元上涨到了 3.3 美元,涨幅 13.01%,说明市场还是看好聚美的,起码聚美的这一行为得到了用户的认可。那么,对于新的旅途,陈欧会如何进行书写?

聚美私有化是无奈之举?

当初陈欧提出以每股 7 美元的价格来进行私有化,本身就是低估聚美的价值,对于聚美股价更是雪上加霜。在之后一年多的时间里,360 已经成功私有化并回归 A 股,陌陌、欢聚时代也已经取消了私有化,而聚美却是一拖再拖,使得其在股市表现越来越差,市值从最高的 40 亿美元到现在几乎只有 4.93 亿美元,下跌近 90%,不可谓不惨。

在 2017 年 8 月份,聚美的联合创始人戴雨森离职,其发布的辞职信中明显透露出对于陈欧的不满。那些本就处于亏损状态的投资者们更加不满,陈欧以低成本的价格来私有化聚美,显然在道德上是站不住脚的,或许这才是陈欧的无奈。



聚美的多元化战略正在扩张，其收购的街电占据市场超过 80% 的份额，或许在聚美看来这还能够起到提振市场的作用。当然在这背后还有监管对中概股的关注，对于这些从美股回来的企业，银监会会特别监督，审核也颇为严格，或许这也是间接导致聚美私有化失败的重要因素。

多元化的陷阱

虽然陈欧表示多元化发展的效果已经显现出来，但是消息显示，聚美投资的首部网剧名为《温暖的弦》，2016 年宣布投资，2017 年 6 月份才确定男女主角，还不知何时才能上映；其高调宣布进军空气净化器、无人机市场，至今未见产品量产；即便是投资的街电有着很好的市场占有率，但是行业也迎来了新的变故，倒闭、逃离成为了常态，街电能撑多久都还是未知数。在这样的市场背景之下，聚美还能保持怎样的成绩呢？

易观千帆的数据显示，聚美 App 活跃用户呈现大幅度的下滑趋势，2017 年 4 月份的时候月活用户仅为 593.3 万人，相比 2016 年同期的 1062.82 万人暴跌了近 44%，这说明用户正在离开聚美，离开陈欧，单凭多元化的投资并没有为电商主营业务带来任何好的效果，反而迫使陈欧撤销私有化，可是现在的陈欧还有当年的意气风发吗？

多元化对于现在的聚美来说也是一个陷阱，投资风险本就很高，再加上获得收益的难度大、周期长，长时间内不能盈利。而且现在的共享产品都在烧钱拿市场，聚美还要往里面搭钱，这真的划算？

就在陈欧所说的多元化初见效果的现在，主营业务的下滑反而成为聚美最大的问题。如果主营的电商业务不能持续增长，那么，多元化发展即便是经营的再好，对于聚美又有何益处？

下一个“凡客”？

可以说陈欧和陈年一样，遭遇了企业由巅峰跌入谷底的困境，不同的是凡客始终没有选择上市，这和聚美还是有区别的。但是上市并不能代表一个企业的成功，尤其是现在资本燥热的时代，为了获得利益而强推企业走上市路，反而不是最好的选择，例如聚美。

可以说聚美正在经历凡客之前经历的，市值大缩水，创始人饱受质疑和诟病，再加上市场的激烈竞争，使得聚美并没有多少优势。垂直类电商与小而美电商真的就没有出路？不见得。拼多多、贝贝网等正在寻求转型，而综合电商平台却凭借其平台、产品优势进一步挤压垂直类电商的生存空间，可以说聚美的没落是一个时代的标志。

聚美在品控上做的比较差，用户反馈的假货问题愈演愈烈，这些问题一直未得到有效控制，导致大批量用户的流失，而更可怕的是聚美被质疑“知假售



假”，就连陈欧在在微博开的“网红店”也被用户评论说买到假货。一直悬而未决的假货问题是聚美最大的一根“软肋”——虽然该现象行业内普遍存在，但是聚美的商品多属于美容、美妆、护肤品，假货对用户的影响很大，轻则过敏，重则毁容，谁还敢用？

聚美如何自救？

对于聚美来说，即便是股价下跌，高管出走，但是陈欧还在，其并未退市，那就意味着其还有无限的可能性，只要陈欧赌对了，就有翻身的资本。陈欧在在微博有超过 4500 万的粉丝，近一年内，他大多时间都在微博上卖货，被人们戏称为“网红”开的网红店，而这已经说明聚美平台的流量流失有多严重了。那么，聚美该如何自救自己？

一是解决品控问题，提升供应链管理。美容、护肤类产品并非没有市场价值，但是要想有利润，就要在供应链上多下功夫。解决产品的品控问题，保证消费者的利益，才能有好口碑，才能拿下市场。如模仿小米进行供应链改革，在降低渠道成本的同时，避免利润流失，在产品上做足文章。

二是进行模式创新，重振品牌优势。聚美早前的上市是在连续盈利的基础之上，当时竞争并非现在这么激烈，垂直类电商发展的如火如荼，资本也很看好。但随着市场逐渐饱和，用户疲态尽显，聚美的品牌价值正在被削弱，所以陈欧才会选择进行多元化的投资战略布局。但是，电商依然是主营业务，这个品牌不能丢，无论是搞网红店还是做社群销售，都是很好的运营策略，就看如何去定位和运作。现在没有了资本支持，聚美只能在自身业务上做文章，以此来提振市场，提升品牌价值。

(摘自 DONEWS)

那些亏损的互联网公司

文 / 姚心璐 陈晓平

互联网深刻地改变了我们的生活,但是,挣钱从来不是一件容易的事情。



对于互联网公司而言,亏损从来不是一个问题。

互联网经济往往需要投入大量资金,以达到一定规模效益和竞争壁垒,无论美国的亚马逊,中国的阿里巴巴、京东,都曾持续相当长时间的亏损。互联网公司普遍相信,只要业务有价值,坐拥用户和市场份额,盈利是水到渠成的事情。

只要在趋势上,营收增长的速率高过成本费用的增速,一旦跨过盈亏平衡点,利润将能迅速增长,在此之前,投资人需要有点耐心——这也是多数亏损的公司愿意讲述的故事。

2017年,败走麦城的乐视帝国,崩塌速度之快,令人侧目:供应商讨债、资金链断裂、高管出走、大规模裁员……这场财务危机说明,一个持续亏损的资产

组合,即便梦想再宏大、未来再美好,依然隐藏着巨大风险。

乐视的案例并非唯一,中国有着一批亏损的上市互联网企业,其中一部分持续多年亏损,依然坐拥百亿美金的市值,它们的故事能否持续?

我们选择了有代表性的十余家公司,来展现这样一个群体。

确实,业绩亏损,只是一个时点上的结果,亏损所透露的消息不尽相同,有的公司收入正高速增长,大幅减亏,看得到修成正果的曙光;有的公司受困于陈旧的商业模型或者错误的公司战略,从盈利状态跌落亏损,前途叵测;有的公司核心业务丧失价值,长期陷入亏损,非常可能失去独立运营的基础……

我们的简单归类,旨在于阐述一个残酷的事实:尽管互联网深刻地改变了我们的生活,互联网创业也一直如火如荼,但是,挣钱从来不是一件容易的事情,真正挣到了可观规模利润的,其实屈指可数。

故事可以描绘得非常美好,当下的盈亏也不能不考虑。

领军者的隐痛:京东、美图

京东在2017年上半年整体上处于微利,趋势上由盈转亏。2017年第一季度,实现了IPO以来的首次GAAP标准下的季度盈利,净利润3.55亿元人民币



币,无奈好景不长,二季度再次报出净亏 2.87 亿元的消息,亏损主要归因于营销费用的增长,这与其 6.18 年度促销的战略投入有关,其营销费用较前一季度多出 14 亿元。

业绩公布后,京东股价跌幅一度超过 7%,截至 2017 年 9 月 28 日,其股价已经从高峰回调 20%左右,资本市场的表现,部分延续了对京东盈利能力的质疑,其商业模式以大比例自营、自建物流、重资产投入为特点,过去 10 年,一直处于亏损或者微利状态。2016 年,京东首次宣布年度盈利 10 亿元人民币,这一数字采用的是 Non-GAAP 标准。

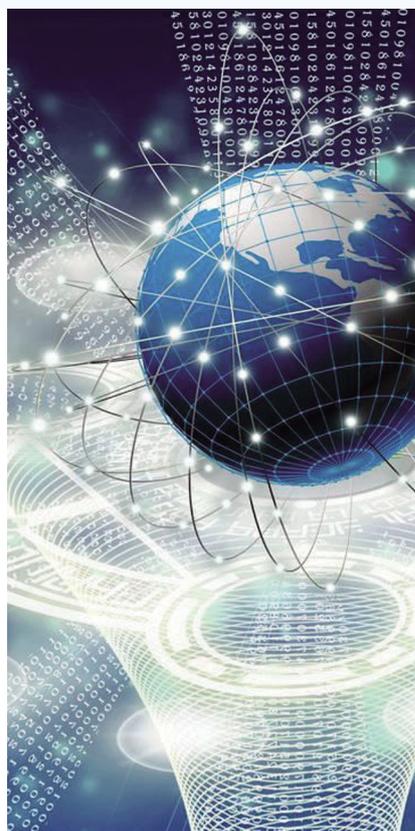
京东的收入规模已进入世界 500 强的前 300 名,为什么不能挣钱?京东管理层的解释是,当前的重心是不断投资新业务,比如,京东金融业务和京东物流子集团独立,京东保险、京东云、京东智能等正在蓄势待发,它们都需要“输血”,短期内保持零利润甚至是负利润的状态,有助于其打造商业生态。

就现阶段而言,京东低利润、高估值的关键支持力量,依然在于其日渐成长的零售业务,其 6.18 后一路高涨的势头以及阿里巴巴的市场反制行为,是对其行业影响力的最佳证明,其顺势推出的“第四次零售”概念,希望重构零售的成本、效率和用户体验,打造无界零售的新业态,也彰显了其定位零售基础设施提供商的雄心。

至少在短期内,看不到京东利润大幅增长的趋势,京东确实会持续考验很多人的耐心,如果一家公司年营收 3000 亿元都不能挣大钱,究竟要多大才能挣钱呢?

另一家具有稳固市场地位的公司是美图,至少在美颜工具领域,目前没有强有力的挑战者,虽然亏损,其财务数据也走出了令人期待的走势,2017 年上半年以 21.79 亿元人民币的营收额,实现同比 272.3% 的增长,净利润亏损 3300 万元,大幅下降 87%,美图管理层预计会在 2018 年开始盈利。这是一个好消息。

美图的乐观,体现在其收入构成的变化,这家以美为主业的互联网公司,在营收上却笨重得像一家制造业公司,手机硬件的销售占比一度超过 95%,直到最近,其互联网业务收入才终于超过 10%,随着广告、直播等业务的开展,美图的收入构成正在趋向于行业的常态。



当然,业务拓展未必一番风顺,但是,只要能笼络住痴迷于修图的用户,美图有足够时间探索变现的路径。

对于美图而言,最引以为傲也是最大的本钱在用户量,截至 2017 年 6 月底,其月活跃用户数达到 4.813 亿人,这是一个可与 BAT 比肩的规模量级,社区型产品美拍也已成气候,美图正悄然由应用工具提供商向平台公司转变。

整体而言,京东和美图代表了亏损互联网公司最佳状态,它们在一个重要的垂直领域建立了领导地位,有着庞大且稳定的用户规模,更有着可观的想象空间,资本市场愿意给予其与盈利状况不相称的估值,几乎就坐等它们挣大钱了——只有部分人依然对其商业模式有质疑。未上市的滴滴大体也是属于这种状况。

寡头的烦恼:众安、阿里、爱奇艺

大量资本之所以愿意长期追捧一家亏损公司,最大的动力往往是其所在行业的想象空间,多数产业有着典型的“二八”现象,互联网尤其盛行赢者通吃的逻辑。在一个体量足够大的行业,只要赌对了领跑者,往往意味着获取大部分的行业利润,因此,有资本愿意为潜在的领先者买单,B2C 电商领域胜出的京东也曾得益于这种逻辑。

互联网保险就是一个高成长且潜力巨大的行业,专业机构估算,未来 4 年,中国保险科技市场总保费规模,年复合增速超过 30%,预计 2021 年将达 14130 亿元。这是一个处于起步阶段、尚未形成稳定商业模式的市场,需要进行消费者教育,但是,资本不管这些,毫不吝惜。

以众安保险为例,2017年上半年保险收入为25.67亿元,同比增长90%,亏损4.87亿元,这么疲弱的财务状况,丝毫不妨碍其千亿港币左右的估值。其实,在这个方兴未艾的行业,众安的地位说不上稳固,其后有着一批追赶者,比如泰康在线,后者同期收入10.32亿元,亏损2.37亿元。

更糟心的是,其核心股东,腾讯、阿里巴巴等均在发展自己独立的在线保险业务。

阿里影业面临的竞争态势更加严峻。2017年上半年,其营收10.62亿元,互联网宣传与发行业务贡献了9.14亿元收入,同比增长331.2%,同期这块业务亏损3.63亿元,其核心产品是淘票票App。其价值并不限于购票,而是基于此实现内容化和社区化,利用阿里巴巴平台的优势,淘票票有机会帮助阿里影业进化为一个影业领域的平台级公司。

无奈的是,淘票票所处的在线票务市场,处于典型的寡头竞争格局,聚集了猫眼和微影时代两大玩家,一般认为,猫眼的市场份额位居第一,淘票票紧随其后。阿里影业高层已经表示,现阶段战略

地位比盈利重要,将加大对淘票票的资金投入,似乎,其烧钱模式势必维持一段时间。

爱奇艺也是一家持续亏损的高估值寡头。由于百度控股的爱奇艺运作是完全独立的,其财务数据出现在百度的财报中,我们一并讨论。

视频行业的价值毋庸置疑,尤其在占据用户时长方面。爱奇艺是一家同时在渠道和内容生产上都领先的平台级公司。饶是如此,其在2016年的运营亏损高达27亿元,2014年至2016年的累计亏损超过60亿元,目前依然如此。爱奇艺的麻烦在于,持续的内容是保持份额领先的根本,其成本费用与收入增长保持同速率的状态,2014-2016年,其收入的复合增长率接近100%,而成本费用增长率是90%。

爱奇艺的营收规模已突破百亿,其用户总时长处于各种应用的前列,付费用户达千万量级,最新新闻的估值已达到80亿美元。但是,这并不表示其在一两年间能产生利润,其主要对手同样有着阿里巴巴和腾讯持续的财务支持,竞争非常容易沦为资本的对耗。

以上三家公司的共性在于,均在有规模空间的细分市场,占据着可观的时长份额,但并未取得绝对的统治地位,行业大体属于寡头竞争的格局,其盈利时间表不完全取决于自己,在很大程度上取决于对手。

明星的黄昏:乐视、搜狐

乐视和搜狐,都曾经是明星公司,它们本来有着相对坚实的业务基础,最后沦为亏损,均与其战略执行相关。

乐视系曾经握有一把好牌,很多依然力挺贾跃亭的人相信,如果当初他聚焦在“平台+内容+终端+应用”的互联网家庭娱乐领域,不痴迷于生态的幻想,涉足耗资巨大的汽车制造、出行以及手机业务,跟现在新乐视一样,以视频、超级电视、影业和乐视云为核心构建业务群,不会沦落至此。

而正是乐视非上市体系矛盾的总爆发,在品牌的负面冲击下,才导致新乐视公司、终端和会员收入均出现大幅度下滑,亏损自然不可避免,2017年上半年报亏超过6亿元。

历经变故的新乐视,期待聚焦其家业务恢复元气,策略上可以理解,但是,经此一劫,乐视品牌受损暂且不论,与大屏业务有关的乐视致新、云计算和乐视网均为亏损,乐视视频和乐视影业也不具有强势的行业地位,重回过去的声势并不容易。

所幸的是,背靠风生水起的融创地产,加之内地上市公司有着明确的盈利要求,新乐视至少可以轻松实现报表上的盈利。

作为中国互联网行业的早期拓荒者,搜狐曾经盛极一时,对比四大门户网站其他三家——腾讯登上巅峰、网易多点开花、新浪以微博翻身,搜狐的命运令人唏嘘。2017年上半年,其营收增长乏力,亏损同比扩展至1.58亿美元,公司连续7个季度亏损。





如今，搜狐最具增长潜力的资产可能是搜狗，得益于移动和搜索流量的增长，搜狗搜索市场份额增长 24%，二季度收入达到 2.11 亿美元，遗憾的是，搜狗第一大股东是腾讯而不是搜狐。

张朝阳曾经有着“再造搜狐”的大计划，并且推进了大平台的业务布局，无奈就搜狐自有业务而言，现状均不乐观，旗下没有一块真正拿得出手的资产：门户的商业模式已经衰败，新闻资讯客户端又未占得先机；畅游为代表的游戏业务疲弱；搜狐视频也已跌出第一团队。

乐视和搜狐，都曾具有巨头的品相，有着强势的业务板块和可观的商业资源，包括资产、品牌、流量等，它们曾经有冲击一线公司的机会，无奈均未能如愿，反而因精力分散而处处受制，丢掉了主营业务的优势。这两个案例充分说明，如果没有持续产生可观利润的领先业务，基础不牢固，分散精力推进多元化业务，在互联网江湖是一件相当危险的事情。

细分冠军的转型：

人人、迅雷、搜房

互联网世界变化非常快，一个公司最大的悲剧，往往在于其主营业务被兴起的新服务所替代，失去了存在的价值。

社交网络公司人人网亏损得毫无争议，2011 年曾经无比辉煌，高峰期市值逼近百亿美金，但是，随着微信等社交工具的强势崛起，最终没有成为中国的 Facebook，后逐渐被主流互联网圈所遗忘。

从 2015 年亏损 1.97 亿美元开始，人人网已连续三年亏损，2017 年上半年，人人网总营收 4320 万美元，亏损 3340 万美元。唯一的安慰是，公司呈现出营收上涨、亏损下降的趋势。

人人网一直在谋求转型。2016 年，创始人陈一舟宣布向互联网金融业务转型，针对学生群体推出校园贷款的业务，后又进军二手车金融业务，并进军直播



平台，这些虽没能帮助人人网逆袭，但真金白银的收入至少扭转了亏损继续扩大的趋势，以直播为首的互联网业务收入 1270 万美元，已占总收入的半壁江山。

所幸，人人网的价值并不只是核心业务。有着投资家思维的陈一舟，早期投资了大量新创公司的股权，最成功的投资发生 2012 年 9 月，用 4900 万美元购买 SoFi 27.1% 的股权。作为美国互联网金融的领先公司，SoFi 最新估值超过 40 亿美元，即便稀释后，人人网持有股权依然超过 5 亿美元。人人网未必能成互联网世界的伯克希尔·哈撒韦，但是其依然有着探索转型的财务基础。

迅雷的衰落则与在线视频和正版影音的兴起不无关系。正版在线内容越来越普遍，各家的下载业务纷纷走下坡路。2017 年 8 月，连腾讯都宣布上线 9 年的下载工具“QQ 旋风”下线。这种世道，很难期望迅雷日子好过，2017 年上半年，迅雷总营收 8110 万美元，亏损 1640 万美元。

可贵的是，迅雷早在 2014 年即开始谋划转型，发力以云计算为方向的“水晶计划”。2017 年 7 月，曾在腾讯负责云计算业务的陈磊出任新 CEO，率团队迅速推出两款云计算产品：迅雷赚钱宝和星

域 CDN，包括云计算在内的互联网增值服务季度营收已超过 1500 万美元。

作为国内首家在美上市的房地产信息平台公司，搜房网(房天下)曾因高利润、高增长被华尔街热捧，但是，以链家为代表的房地产中介纷纷自建流量入口，开始威胁其业务基础。

2014 年后，房天下开始宣布激进转型，从媒体平台向新媒体平台、电商平台和互金平台迈进，介入交易环节，推出二手房买卖 0.5% 的超低佣金比例，希望延展价值链，渗透到地产经纪和金融业务中去。但这次转型并不成功，搜房网陷入巨亏。

2016 年起，房天下改弦更张，宣布开放大平台战略，重回服务地产经纪人的路线，2017 年上半年的亏损已大幅度减少，预计下半年重回盈利。只是，随着链家网为代表的公司强势兴起，其地位已不能与过去相比，股价从高峰的近 20 美元降至 4 美元左右。

以上三家公司，曾经同为垂直领域的细分冠军，不幸的是，在日新月异的产业进化中，其赖以生存的基础被动摇，加之转型的进展失利，故而陷入亏损，他们要终结这种状况，必须尝试走出一片新天地。

(摘自华企商学院)

智能投顾的“前世今生”

文 / 卢晓明

未来的赢家将会是那些创造了低成本的运营环境、拥有先进数据和征信技术的公司，还有那些能够提供大规模个性化产品的公司。



没有哪一个金融科技子领域能够像智能投顾(Robo-Advisor)一样吸引到如此多的关注。智能投顾又称“机器人顾问”，一般指基于不同用户的收益预期、风险偏好和流动性需求，通过自动化方式为用户推荐投资组合、提供个性化的理财服务，以达到分散投资风险的目的。这种产品在美国发展得最为成熟，全球知名的智能投顾平台绝大部分是美国公司。毕马威调查预计，到2020年，美国智能投顾的资产管理规模将会达到2.2万亿美元。

智能投顾“鼻祖”是Wealthfront。其前身是一家名叫Kaching的美国投资咨询顾问公司，成立于2008年，2011年更名并转型为一家专业的在线财富管理公司。Wealthfront的智能投顾服务主要利用大数据挖掘，对用户行为、市场、产品等进行分析，为客户提供量身定制的资

产投资组合建议，包括股票配置、股票期权操作、债权配置、房地产资产配置等，标的为交易型开放式指数基金(ETF)。Wealthfront的管理团队基本上都是来自于全球顶级的金融机构或互联网公司，主要的目标客户是硅谷的科技员工。

Wealthfront的工作流程是这样的：首先通过问卷评估用户，给用户推荐投资组合；之后每日监控投资组合，根据市场和用户的情况有计划地买入卖出、动态调整；同时，提供税收优化等避税方案，税后收入会自动投入投资组合中。而Wealthfront的盈利模式则主要依靠收取管理费或者咨询费。

因此，除了优化资产配置之外，智能投资顾问在美国主要为用户提供两方面的价值：一是更低的投资门槛和管理费用，因为它用机器取代了昂贵的理财顾问，标的又是管理费较低的ETF；二是节



约税费,通过适当的交易和避税方式、还有数字化投资的技巧来节省税款,省下来的钱可再投资。

毕马威的分析认为,智能投顾的大发展主要有以下原因:智能投顾的方案拥有更高的透明度;费用更为低廉,投资门槛更低,有的甚至不设置投资下限;数字投顾增强了客户体验;通过ETF构建了多样化的投资组合。

智能投顾在美国的火热,也迅速蔓延到了国内。近年来,国内涌现了大量的创业公司来角逐这个两万亿市场。目前在国内,入局智能投顾的,主要有三类企业:一是魔方理财、弥财、财鲸等创业公司;二是宜信、积木盒子等互金公司;三是最后入局的传统金融机构,比如天弘基金和招商银行。虽然概念炒得火热,但智能投顾在国内的发展目前仍然处于混沌状态,出现了很多争议和问题。

智能投顾创业公司的“困境”

有观点认为,中国ETF种类发展没有美国丰富,而且无法避税,因此智能投顾发展甚为艰难,尤其是对创业公司而言。这确实有一定的道理,但是中国中产阶级的崛起使得理财市场拥有一定机会。用户之所以需要属于自己的投资顾问,买的无非是个性化的服务。智能投顾的根本意义就在于,通过技术扩大了金融的服务半径,降低了服务成本,让大批中产阶级用户也能获得低成本低门槛的高质量理财服务。

如今,国内的智能投顾市场,创业公司争先恐后“入局”,但后来却有不少从C端转型B端,跟传统金融机构合作,也在一定程度上反映出它们境况的艰难。实际上,从创业公司的角度来看,入局智能投顾仍需要关注几个问题。

一是获取客户和教育客户成本太高。智能投顾虽然将理财目标用户下沉,但目标客户依然是年轻的中高收入人群,创业公司既不像金融机构一般拥有

大量类似的客户可以转化,也不像蚂蚁金服这种金融科技公司一样拥有大量用户消费数据,因此,精准地获取这样的用户很难。

智能投顾的目的是实现全球资产配置,分散风险,追求长期、稳定的投资。然而,中国的民间财富很充裕,但理财观念相对落后,没有资产配置的概念,国内投资者大多偏向短期投机。智能投顾公司理财魔方联合创始人周维表示,国内的绝大多数用户还认为理财就是简单发财,有的甚至缺乏在获得风险溢价的同时是必须要承受对应风险的意识。因此,客户理财意识和对智能平台的信任还需要进一步的教育和培养。

二是算法模型本身不够成熟。虽然市场上股市走势、基金净值等数据是公开的,然而跟传统的金融机构相比,创业公司缺乏金融数据的积淀,以及对金融的理解和技术优势。由于算法模型不成熟,一些客户在尝试一段时间后损失过大,还没等到平台将算法迭代完善,就对平台失去了信心。

三是面临监管限制。2017年11月17日下午,资管行业的顶层设计出台,央行发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见(征求意见稿)》和问答,《意见》大篇幅针对传统资管行业,其中最受创投行业与金融科技行业关注的,莫过于提到“智能投顾”。监管提到,金融机构运用人工智能技术、采用机器人投资顾问开展资产管理业务应当经金融监督管理部门许可,取得相应的投资顾问资质,充分披露信息,报备智能投顾模型的主要参数以及资产配置的主要逻辑。这意味着智能投顾被正式纳入监管,从事相关业务需要经过监管许可、取得投资顾问资质。然而这对行业来说并不意外。

智能投顾开展业务,可能涉及两方面的违规,或说缺乏两个牌照。一个是基金销售牌照。智能投顾如果要帮用户下

单,就意味着可能要涉及公募基金销售,公募基金标的品类众多交易快捷,是大类资产配置的必选产品之一。可是,销售基金也是要有牌照的。智能投顾如果要提供类似一键购买、自动调整的功能,除非能跟直接或间接与券商、基金公司对接,否则就只能违规操作。另外一个就是证券投资咨询牌照。即便是咨询和投资业务本身,是否合规也是有一定争议的,假设某智能投顾只提供咨询服务,那怎么盈利呢?一旦收取咨询费用,那就带有了商业性质,跟传统金融机构的证券投资顾问业务很像,提供这些业务的公司及相关从业人员,也需要“证券与期货投资



咨询”业务牌照。但是,社会上新兴的智能投顾公司中,仅少数是中国基金业协会会员。相当多的公司没有上述投资顾问业务牌照。

传统金融机构“入局”有动机

传统金融机构拥有品牌,客户信任度更高,而且拥有大量金融数据,监管的掣肘更少。因此,有不少观点认为,未来的智能投顾业务还是会以传统金融机构为主导,创业公司只能沦为附庸,其最好的结局就是被收购。2015年,私募股权投资公司Blackrock就以上亿美元的高

价收购了智能投顾公司 FutureAdvisor。

如今看来,券商、银行等传统金融机构,确实有入局智能投顾的动机。

支付宝、微信等科技公司,通过电子支付作为入口,作为新玩家逐步入局金融业,蚕食传统金融业务,如今已经涉及支付转账、消费金融、借贷、基金销售等领域。麦肯锡预计 2025 年颠覆创新式金融科技企业可能使银行收入在消费金融领域降低 40%,支付领域降低 30%,中小企业贷款领域降低 25%,财富管理、房贷等领域也将受到显著影响。

“对于基金公司来说,一个主要的痛点是运营能力不足,”天弘基金智投部资产配置组负责人刘冬说,“基金公司的产品销售此前主要依靠传统渠道,对用户的直接服务比较少,智能投顾提供了一种低沟通成本、低费用,把标准化的策略通过特定风险收益特征的产品触达用户的方式。”

显然,智能投顾对于传统金融机构的意义,更多地还在于对客户服务方式的改变,并不一定是要依靠这项服务本身获取高额利润。现如今,客户的行为方式在改变,更习惯方便的数字化操作。所以,诸如银行等的传统金融机构纷纷推出智能投顾服务,就跟当年“扎堆”推出网上银行一样,有类似的意义,只是如今更多了一层“抵御科技公司的强烈攻势、

守住自身金融场景”的意味。

互联网科技巨头的优势

随着智能投顾市场的发展,这个行业也会逐渐面临洗牌,大玩家有一定的优势,但并不意味着传统金融机构会垄断这个市场,大型互联网科技公司入局,仍然机会不小。智能投顾跟传统投资顾问相比,胜在低价,但与同行业相比,很难有某一家机构长期保持超出同行的收益率或者低于同行的价格。即便是今天,也没有机构能单纯依靠收益率来获取整个市场。长远来看,智能投顾依靠的就只能是服务,而这正是互联网科技公司的优势所在。

理财顾问的价值在于提供精准的个性化服务,当然,这要求顾问足够了解他的客户,有时候,客户以为自己能承受 20% 的损失,但也许其资产状况和家庭情况不允许,或者其心理其实承受不了。传统的理财顾问通过深入的交流了解客户真实的风险偏好、流动性和资产状况,那么,智能投顾如何解决这个问题?运用大数据或深度学习或许可以实现精准定制。在这方面,互联网企业拥有的大量客户行为数据,就将发挥出巨大的价值。

智能投顾的未来“画像”

未来的智能投顾应该只是嵌入到个

人理财助手的一项理财服务。通过对数据分析、语音识别、人工智能、设备互联、API 以及云计算等技术的结合,未来的智能投顾可以检查你的银行账户、熟知你每天的消费记录和现金流,它不仅了解你的理财风险偏好,还熟知你的收支情况,它甚至可以知道你最近可能有一笔常规的大额支出(还房贷或者交子女的学费),并可以据此自行调整用于投资的金额,也可以根据你要买房、买车甚至是别的需要,给你推荐一些合适的金融产品。未来的智能投顾还能随时向你汇报你的财务状况,并及时帮你调整投资组合,甚至可能会帮你转移一些存款,以获取更多的利息;或者发现某时某刻被收取了一笔不知道从哪里来的费用,已经替你要求退款了。当然你可以设置(告诉)它在做这些之前都要征得你的同意。你甚至不用担心误操作,因为通过语音识别技术,它通过对声音的识别,只会听从你的指令。

事实上,这样的未来距离我们并不遥远。

亚马逊的智能语音助手 Echo 已经能查看银行账户。百度也发布了人工智能语音识别操作系统和搭载了该系统的家用机器人。支付宝 9.9 版本推出后,支付宝也开始逐渐往个人金融助手方向发展,后续还将开发针对个人的专属定制模型,虽然目前仍未正式进军定制化银行和智能理财领域,但其自身已经积淀了大量的用户消费和信用记录。因此,如果你认为现在的智能投顾是什么“黑科技”,那么,你就错了。未来无论是谁提供智能投顾服务,直接面对用户的,可能都只是一个“音箱”,智能投顾只是其中一个应用中的一个功能。

无论如何,正如毕马威所言,未来的赢家将会是那些创造了低成本的运营环境、拥有先进数据和征信技术的公司,还有那些能够提供大规模个性化产品的公司。

(文中观点仅反映作者研究和观点,不代表本刊立场,不构成投资建议。)

(摘自 36 氪)





2018 年金融科技走势预测

文 / 佚名

对金融科技行业而言,2017 年出现如下现象:科技巨头的威胁加剧,人工智能的重要性凸显,一些初创公司申请成为银行等金融机构。2018 年人们将对金融科技有何期待?

支付

在支付领域,所有人的目光都聚焦在如何帮助零售商建立一套生态系统,以便处理信用卡交易。业内企业长期专注于开发大型实体零售商客户,因为在不断发展壮大的电子商务领域,后者往往无法投入大量精力,望尘莫及。这一现状为 Stripe Inc. 和 Adyen BV 等金融科技初创公司创造了发展空间,使其收获良多,赢得了高估值。现在的问题是:消费者的下一种购买方式是什么? 业内企业应如何抓住商机? 贝恩资本投资公司的马特·哈利斯指出,“软银注资 30 亿美元,收购了 Strip 20% 的股份。贝宝继续推动自身成为 80、90 后和大众市场首选的金融服务公司。”Capgemini SA 的迪翁·莱尔认为,“支付行为将通过语音完成,因为它极其安全。”

贷款

对于网络借贷领域的投资者而言,2017 年是动荡的一年。业内企业对亏损缺乏足够重视,LendingClub 和 CAN Capital 等领军企业忙于应对运营问题,并遭遇融资困境。专家预测,2018 年他们的日子可能也不会更好过。银行领域已经展开共同行动,迦南创投的丹·席珀林说,“业务规模日益成为竞争壁垒,如今,在线借贷企业必须与银行产品进行更多竞争。”

亚马逊 vs 摩根

亚马逊或 Facebook 这些技术巨头纷纷有进军金融业的计划,并且它们将比银行更具优势,主要体现在:更好的数



据、卓越的用户体验和广泛的客户忠诚度。纪源资本的杰夫·理查兹表示,“Facebook 已经推出了 Messenger 支付功能,与 Square Cash 和 Venmo 竞争,但在这项业务上不够积极。在电子商务方面加大力度,可能会迫使该公司把重点放在付款功能上。”星火资本的杰里米·菲利斯认为,“几家科技巨头以往一直步履缓慢,但在中国支付体系日新月异的刺激下,不得不快速发展,试图将中国的成功经验复制到美国。”

并购

虽然金融科技的一些领域已经“名花有主”,但仍有更多空间可供开拓,在借贷、支付和个人理财等方面,人们有望看到一些新的业务组合。门罗风投的泰勒·索欣认为,“Stripe 和 Adyen 将合并,企业资产价值将超过 200 亿美元,业务模式受 API 驱动。”Anthemis 集团的尚恩·帕克说,“我们认为 2018-2019 年可能成为并购多发时期,因为这已成为成熟生态系统的一部分。在消费金融、个人理财和消费贷款方面,预计人们将看到

很多组合。”

资产管理

在 2017 年,市场上涌现出不少新的混合投资模式,其主要特点是由人类为机器人投资顾问提供技术支持。大型银行正在朝这个方向发展,摩根斯坦利和摩根均宣布,将机器人投顾作为一种手段来吸引年轻一代,以便创造更好的用户体验。DCM 风投的 Kyle Lui 认为:“到 2020 年,数字咨询资产管理业务的规模预计将达到一万亿美元。传统银行都意识到这一趋势,将数字和机器人咨询产品的消费增长战略纳入资产管理的核心部分。”

融资

根据 CB Insights 的统计,仅在 2017 年第三季度,风险资本用于支持金融科技公司的投入就达到了 40 亿美元。如果 2018 年的投资速度继续保持稳定,全球的金融科技投资和交易活动可能创下历史记录。安德森-霍洛维茨基金的亚历克斯·兰佩尔认为,“金融科技发展的第一阶段是‘分拆’银行——聚焦于大型银行的某一功能,并做得更好。下一阶段是重新打包——添加其他服务,交叉销售产品。风险资本将流向成功的初创公司,协助其完成重新打包的第二个动作。”柏尚投资的查理斯·伯恩鲍姆说,“在我看来,五年前,替代性放贷业务的估值过于乐观,但我们觉得,近期的调整有矫枉过正之嫌,业内潜在的投资或并购时机已然成熟。”

(摘自彭博社)

车联网的未来

文 / 赵隼杨

汽车改变了 20 世纪人类的出行方式,并且塑造了当今美国三大汽车厂商:福特、通用和克莱斯勒。如今,正有一系列重要技术来到汽车产业的门口,等着用自动驾驶汽车、电能汽车、共享汽车和叫车服务等再次改变人类的出行方式。



焦虑的车企们

汽车是复杂的,由多种技术支撑、全球化供应链提供零部件,现在,软件已在汽车中占据主要角色。例如,2010 年生产的福特汽车,平均代码已经超过一架波音梦想客机。即使一些大型汽车厂商就像正在衰老的恐龙,跟互联网创业公司比起来“又大、又慢且濒临灭亡”,但这些厂商正“准备对新来的挑战者发动战争,特别是接下来的几十年中,当新技术遇到如何应用的挑战”,沃顿商学院教授麦克杜菲说:“最终,整车厂的竞争力与纯粹科技发展关系并不大,而是看它们要如何利用系统整合的角色去应对新市场、新客户、新商业模式等需求。”“科技公司可以提供软件、人工智能的关键技术,还有创新汽车和出行服务的新思路。整车厂是自动驾驶、车联网、电能汽车实现的重要实践者。”

这并不是说汽车行业没有变化,相

反行业正发生变化,不过速度不如科技发展般迅速。例如,全球汽车制造商以前避免与对手或行业外公司形成合作联盟,现在,他们对合作关系更加开放,甚至是主动与科技公司合作,以获得所需技术和人才。

整车厂和科技公司在合作中有一个学习曲线。例如,福特先与微软合作,开发名为“Sync”的车内界面和信息娱乐中心,消费者并不买账;又收购了科技创业公司 Livio,开发自己的“SmartDeviceLink”软件平台,用于连接智能手机应用和汽车界面;福特请来松下将软件和 Sync3.0 中其他的汽车电子设备进行整合,并与丰田合作,让“SmartDeviceLink”变成开源系统来吸引开发者。最终,福特同意让 Android Auto 和 Apple CarPlay 接入 2017 年生产的每一款车。汽车厂商和技术供应商间的收购、合作、许可在以前很少见,未来会成为常



态。届时,不同合作联盟中的公司都会争夺自动驾驶、车联网行业的领导地位。

大型汽车厂商,例如福特、大众和雷诺-尼桑联盟都在发展全自动驾驶汽车,有些在探索新商业模式。2016年,通用买下Lyft5亿美元的股票,又上线了汽车共享服务,名叫Maven。2017年早些时候,Maven Gig服务上线,让Uber、Lyft这样叫车软件的司机可以使用通用的汽车。同时,宝马正提供名为ReachNow的汽车共享和叫车服务应用。戴姆勒AG也有自己的全球拼车服务Car2Go。“现在在生产商接触客户的方式已经和以前不一样。”沃顿商学院教授尼古拉·西格尔考说。

汽车公司也在试水点对点(P2P)项目。西格尔考描述了三种可能的模式:第一种是用户付款使用或成为网络一部分的交易网络模式,例如约会网站Match.com的操作方式;第二种,类似Facebook的广告支持模式;第三种是帮助用户网络,例如一家鞋厂为消费者打造一个虚拟跑步俱乐部。尽管如此,出行P2P的应用并非易事。2016年,福特开启了一项叫CreditLink的服务——它让6个人共同租车并提供App让他们付款,不过,没有人注册使用。

是不是一项技术存在了,汽车厂商就得应用呢?“现在有很浓的技术决定论的氛围,”麻省理工学院“国际汽车研究项目”的联合创始人詹姆斯·沃马克说,“我们能做到自动驾驶,那么将来就会是自动驾驶。历史上到处是技术上无法避免、最后没发生的事情。”他建议汽车厂商“在专注解决问题的方法前先专注问题”。

颠覆者的软肋

技术专家总是把特斯拉当作汽车行业最成功的搅局者。特斯拉以其高质量的豪华车建立强大的品牌,且重新塑造

了汽车零售的体验,助推了其高估值。

特斯拉的局限是其高达7万-15万美元的售价,“他们的车非常昂贵,卖给很富有的客户,零售店的坪效远远高于奔驰和宝马。”麦克杜菲说,“量产大众市场的车型不是件容易的事,这也许是特斯拉迄今面对的最大困难。”为减少生产成本,特斯拉CEO埃隆·马斯克的想法是,减少组装车辆的人工成本。麦克杜菲把这称为“汽车行业的圣杯”(努力想得到却得不到的东西),“每个汽车厂商在1980年代都试过,都失败了。”机器人太不灵活了、且昂贵,需要面临长期维护等问题。现在焊接和喷漆基本上全都自动化了,但是全部的组装要想自动化是一个挑战。大多数整车厂选了便宜的“捡获和摆放”型机器来操控重量大的部件,工人站在组装线旁监督,从而减少人工负担。

麦克杜菲认为,优步在替代出租的道路上成长迅速,却忽略了当地监管限制。优步不仅没能占据垄断的地位,还遭遇国际、地区和当地的竞争者来抢占市场份额。这些竞争者有中国的滴滴出行、俄罗斯的Yandex、美国的Lyft和印度的Ola,它们都在挑战优步“赢者通吃”的话语权。

优步的无人驾驶车也面临问题。“个人会购买汽车后再租赁给优步吗?我表示怀疑。”麦克杜菲说。优步不想拥有无人驾驶车辆,这会与其“轻资产”战略相背。更有可能的是,优步及其竞争者与Penske或者Avis这样在收购、保养、合理分配汽车方面有专长的公司合作。麦克杜菲认为,依赖合作伙伴会影响打车软件公司的利润。

同时,谷歌的自动驾驶部门Waymo,正成为主要的操作系统。不过,以史为鉴,这并不是确定的事情。过去,汽车厂商拒绝在行业标准上合作,许多案例显示,他们保留了自己的系统以保护市

场份额。他们有可能还会这么做。“不会有一个汽车操作系统,凭借市场霸主地位或者是监管规定,提高安全性和协作性?大概率是不可能。”

甚至苹果进入自动驾驶领域的计划都充满挑战。“特斯拉的例子证明了,想要成为一个整车厂既不容易,也无法很快完成。”麦克杜菲说。不同于制造iPhone,苹果可以找中国的富士康代工,“没有哪个汽车领域的代工商或是业内新晋厂商,有能力达到汽车生产的全球标准——从质量到符合监管要求,都差得远了。”

麦克杜菲预测,宝马这样的厂商不



会同意为苹果自动驾驶代工,无论设计多么精美或苹果愿意花多少钱。“相比于苹果、谷歌像特斯拉一样成为整车厂,科技公司和汽车公司进行联盟,然后联盟间相互竞争更有可能出现。”

科技公司在互联网和云计算的“高空”走在前列,汽车厂商依旧主宰着“陆地”。一个竞争激烈的新舞台是“低空”即互联技术进入汽车,与“陆地”上的机电技术无缝结合,并与汽车和乘客进行有效、安全的互动。相对于以智能手机为中心的数产品或服务,这种“低空”模式

更接近“物联网”。从互联汽车和乘客收集的数据洪流会带来新的服务和商业战略。

问题来了:谁会控制数据?其他参与者,例如保险公司,如何获取数据来为无人驾驶的世界定制保单?这些“低空”问题无法被某一家公司单独解决。整车厂、科技公司(包括物联网巨头 IBM 和西门子)、监管者都会在这些问题上争夺主导权,也需要合作来让信息和出行服务大面积推广。

“半自动化”妥协

科技创新也可能遇到全球、国家和地方监管,影响其成长。例如,在很多国家,汽车厂商直接把汽车卖给个人,就像特斯拉那样,是不合法的,法律阻止制造商吞食经销商的利益。优步也破坏了出租车的监管,就像另外一个共享经济先锋 Airbnb,面临着破坏联邦反歧视法的起诉。监管者和立法者的两难在于,要找到估计创新和保护公众利益的平衡。另外,为新科技设置监管,会带来众多不确定性,今天的立法在 5 至 10 年后的未来不知是否适用。

公众拥抱科技创新,不然技术不会被接受。对于自动驾驶汽车,大家关心的重点是安全性。支持者说无人驾驶汽车比有人驾驶汽车更安全,因为避免了人为失误。但是,工程师们需要用算法去预测车辆可能遇到的各种情景。“模拟这些情况要花好多年才能完成。”宾夕法尼亚大学电力和系统工程系教授胡尔·曼格拉姆说。麦克杜菲认为,掌握应对 90% 驾驶场景的能力是很快的事情,能安全处理 99% 的情况非常困难,而达到 99.9% 有效目前是不可能的。若是仅和人为事故相比,现在不清楚公众可以容忍多少无人驾驶汽车带来的事故和死亡。

城市会对促进新型汽车和出行技术的传播特别感兴趣。麦克杜菲说,城市人口密度高、多样性足,共乘能减少车辆拥有量,并提供更加广阔和便利的流动性。另外,无人驾驶车的利用率很高,可取代长时间驻留停车场和车库的私家车,我们可以重新规划城市适应这些。

出行应用正在开发中,根据假设,市民们能通过多种模式,在不同时间选择不同配置来满足日常通勤需求。一趟多模式的出行可以包括以下组合:客流量

大的、城市中心路线的公共交通,城市自行车,Zipcar 式短期租车, Lyft 式叫车服务,以及下班后回家的无人驾驶穿梭车。所有联运都提前计划好,并且一天只需一张票。这种方式将先在城市里经济上可行,农村和郊区可以考虑其它出行方案,可能是更个人的车辆,即使它们相互连通且自动化。

一系列完全自动化的无人驾驶车辆,会比外界认为的要花费更长时间。现实的折中方案是,增加半自动化车辆,即人工司机仍需准备好接管,且在有限环境下使用无人驾驶。专家们指出,货车运输业会首先广泛采用此方案,因为能节省成本且提高效率。

鲜为人知的是,卡车已经相互连通几十年了,这始于 20 世纪 70 年代。居民波段的无线电设备是早期的连接方式,已成为卡车司机形象及卡车文化的一部分。车辆零件、系统及模块制造商 Stoneridge 的首席执行官 Jon DeGaynor 说,21 世纪初,全球定位系统和远程信息技术系统被用来优化路径及物流计划。今天,一辆卡车要用约 400 个感应器,卡车行业因为经济运作,对新技术很开放。

自动驾驶的一个新应用是自动驾驶车队,这样卡车在互联的队伍中行进,可以减少空气阻力。车队中,领头的卡车有一名司机控制后面的车辆,跟随的卡车也有司机控制路线,或是随时待命,如有需要随时掌控情况。由 Peloton、Embark 和 Starsky Robotics 提供的云支持,将根据刹车能力、维护情况决定哪辆车应该走在前面,同时也能管理油耗情况,最终有望实现一个人类司机领导整个车队的情形,跟在后面的车辆可以无人驾驶,进一步节省人工成本能耗。专家们认为,全自动的无人驾驶不会很快实现,自动驾驶的卡车可能会是个例外。

(摘自《21 世纪商业评论》)





洪磊：母基金的价值引领

文 / 黄盛

母基金既是普通私募股权基金的长期投资者，又是其他长期可投资资金的专业管理人，理应有更强的方向感、使命感，主动引领私募基金发展方向，服务于创新型国家建设。



2017年11月21日，中国证券投资基金业协会（中基协）党委书记、会长洪磊在成都举行的中国私募行业百人论坛第四期“2017中国母基金百人论坛”上发表演讲时，向私募基金行业人士呼吁，要从行业的应有之义、从中国发展的未来出发，思考私募基金以及母基金的发展问题。要以十九大精神为指导，回归行业本源，立足自身信用和专业能力，提升行业公信力，更好地服务于实体经济转型和创新型国家建设。

母基金的价值引领作用

私募基金要在国家整体安全观和多层次资本市场发展大局中寻求行业定位，母基金要起到价值引领作用。私募股权基金通过投资于实体经济中最具创新和成长潜力的中小微企业，打开了直接融资新渠道；另一方面，私募股权基金既是一种资金汇集手段，也是一种组合投资工具，可以将更多债务型资本转化为权益型资本，通过承担风险、获取收益形成更多长期资本，在有效降低实体经济高杠杆风险的同时，推动实体经济价值增长。

母基金面临的困境

母基金应当坚持基金的信托本质，立足专业化运营，处理好政府资金、产业资本、社会资本的关系，防范利益冲突；坚持风险自担、收益共享，充分发挥投资周期长和风险缓释优势，审慎处理好优先劣后的关系，不能简单地保底保收益。然而当前母基金的金融属性和基金属性没有充分发挥，相关治理也存在较大缺陷。

母基金理论上更适宜采用合伙型组织形式，能够在投早投小长周期专业管理活动中，很好地解决基金管理人的稳定性、专业性以及利益一致性诉求。但是在现实中，母基金通常是政府资金、产业资金、社会资金多元竞合的结果，各方对投资目标、投资期限、风险与回报、在基金中的权利与义务有不同理解和要求，进而影响到基金组织形式的选择和内部治理的有效性。

目前从母基金层面看，投资者结构不合理，缺少真正长期可投资资金来源；从私募基金行业层面看，尚未形成从基础资产到投资工具再到大类资产配置

行业生态与环境建设

中基协一直致力推动私募基金行业生态与制度环境建设。未来中基协将从以下三个方向继续推动私募基金行业生态建设：

积极探索完善行业信用管理服务新机制。中基协已初步完成私募证券投资基金管理人会员信用信息报告的标准制定，并在2018年开启私募证券投资基金的信用报告的提供，同时开启私募股权及母基金管理人信用报告标准制订，将信用信息报告服务扩展到全部私募会员，帮助私募会员提升自身在市场上的公信力和竞争力。

积极探索基金治理有效机制，推动行业治理水平提升。中基协将推动行业积极探索基金治理有效手段和方式，推广最佳经验，引导行业走专业化治理道路；将充分发挥母基金专业委员会的智库价值，尽快推出符合我国私募基金行业的尽职调查指引，建立展业标准，降低展业成本，推动行业治理回归信用决定和市场化博弈的本质，激发行业发展活力。

推动优化制度环境，建设多层次有机发展生态。中基协将积极研究、参与多层次资本市场建设，为私募基金创造更为多元有效的投资与退出渠道；积极推动行业监管法规完善和规则统一，为私募基金营造更加公平的市场环境；积极参与个人账户型第三支柱养老金制度设计，积极推动有利于私募基金长期发展的税制改革，扩大行业长期资金来源，优化行业发展生态。

（摘自人民网）

未来 15 年内有前途的新型服务业

文 / 肥肥猫



专精于医生的猎头服务

中国整体市场薪酬从 2008 年后基本是每年增长 10% 以上,被落下的行业屈指可数,医生是其中之一。就目前医改趋势看,医生收入的暴涨是未来 15 年内必然会发生的事情。未来的高端私立医院,会贵到中产阶级无力承受,而公立医院各方面服务标准会大幅压缩滑坡。两者的收入差异会使高水平医生大规模流动,而猎头中介们,也将通过这种流动赚取大量利润。

消费者行为预测

未来 15 年内,“消费者预测”将成为继 ERP、CRM、SCM 之后,最流行的企业软件。企业不仅能精确掌握购买行为,而且将最终掌握消费者庞大的历史数据。通过这些数据,国家可以锁定危险分子,而企业可以把消费者的习性彻底解析。在这个过程中,上到算法设计师,中到解读数据的策略分析师,下到收集数据小工、上传数据的平台和终端,都会得到比其他行业更高的劳动报酬。

面向各行各业的配音服务

过去对配音的理解就是译制片。随着

老一辈优秀配音艺术家淡出,年轻人只看字幕,配音成为了专属中老年人的美好回忆。但随着民间视频网站的崛起,还有越来越普及的各种应用的语音控制,你会突然发现许多艺人开始出售自己的声音了,而且各类视频对声优的需求开始变得越来越大。未来的趋势是:只要你有良好的嗓音条件,声线独特甚至怪异,总之只要有特色,有强烈的表现力,就可以把自己的声音变现。

虚拟助理进入中产生活

国内至今没有真正靠谱的,类似印度 Brickwork info 或者香港 Vahut 这样虚拟助理供应商,而落后就是机会。远程助理可以帮助处理各种耗时费力的繁杂任务和待办事项。在线助手可以在自己家中或是在外包公司工作,无论预约饭店、安排会议、买机票订酒店还是到网上寻找资源,这些虚拟助理都可以代你去完成。将来这会是中产的私人生活标配,因为他们可以同时处理很多其他客户,避免时间的浪费。

全球化快消品采购

过去买手主要集中在服装、鞋帽等行



业,未来会扩展到全部快消品,买手型百货中心或专门店将会大量出现。这是因为我们不仅需要好看的衣服,而且需要家里所有的东西都好看。这种庞大的需求,最终将创造出惊人的市场价值。

未来的买手们不仅需要站在时尚潮流的最前端,还需要利用数据分析来预测某种商品的利润率,这已经不是这个行业从业者能承担的任务了,未来有商科背景的人比有设计背景的人更适合这个专业。

跨境电商物流的重构

消费升级已成为不可逆转的大趋势。对于中产阶级来说,他们对商品丰富度的胃口是全球性的。正因为如此,海淘已经是 90 后中产生活方式的基本构成之一了。现在,监管风险成了整个海淘行业最大的不确定性。中国这些年物流基建快速发展,国内的物流体系已经相当成熟,可以应对各种复杂形势和局势的变化,但国外部分仍然是瓶颈。在未来几年,谁能重新架构海淘的物流路径,让这条路径能适应不断变化的国内监管要求,并弥补国外的物流瓶颈,谁就能缔造一个新的电商帝国。

无人机安保服务

无人机除了摄影以外,最适合进行的工作是定点巡逻和追踪可疑目标,而且因为无人机涵盖的工作范围很大,所以非常适合一个小区或工厂集体使用这类服务来摊薄成本。建立一支无人机编队,安装好相应的专用设备、编程、并配备专人维护,就能开始赚钱。而且随着人脸识别技术的发展和成熟,这种服务的潜在客户是巨量的,甚至将来学校出去郊游都可能租用这种服务。

新能源政策顾问服务

中国作为最大的新能源市场,发展

新能源产业是改变能源结构,减少环境污染的必然选择。新能源行业是我国跨越式成为发达国家的一条捷径,国家极度重视。玩网游的人都知道有句话叫“跟着版本走”“一代版本一代神”。这句话在现实生活中同样适用,那就是“跟着政策走”。从这个角度看,这个行业大有可为。

法律行业的数据支持和 AI 化

过去所谓法律工作的计算机化指的只是法条和案例的电子化,今天 AI 技术已经有能力彻底改造法律行业。

对于简单案件和咨询,计算机可以接管 90%以上的人类工作。就非诉业务而言,光是行政管理单位打通数据接口,就足以减少一半的行政管理从业者。这是个双刃剑,一方面可以大大解放法律从业者的生产力,让他们可以集中时间和精力处理更重要更核心的事务,但另一方面也大幅降低了从事低端法律工作的门槛,这会对整个法律服务市场产生怎样的影响,现在还很难说。

新鲜的人力资源规划服务

90 后一代雇员非常不好管理,这是所有行业的共识。这代人个性强烈,自我意识高,对过去老式的企业文化和雇佣关系充满了反感和排斥。对雇主来说,未来要留住这批人是很有挑战的一件事。要吸引住年轻一代的人才,必须设计个性化且有独特价值的员工福利,提供更多的弹性给员工。比如腾讯的死亡福利、京东的无息购房贷款、星巴克的父母保险福利等。而资本家是不会有为多余的成本买单的,这就需要专业的机构来设计这类福利,让这类福利的成本和效益可控。未来能提供这种服务的,会相当值钱。

大农场主的雏形初现

未来 15 年是中国农业转型的关键

期,因为第一代和第二代进城务工者家中的留守老人都已经或即将去世,农村将出现大量的土地撂荒现象。中国有不少于 2 亿的农民,都是“假装在种地”,常年不回农村,而且下一代也不可能再回农村。如果不是老一辈的农民还健在,新一代的农民可能早就把老家的土地给卖干净了,这或许是规模化农业、大农场农业真正的开始。到那个时候,能成为农场主的,不是农民,而是资本。国家对机械化程度好的规模经营者加大支持力度已经是不可逆转的趋势。

海外婚介服务

海外婚介可以解决相当一部分剩男剩女的问题。其实很多人到现在还没看明白,剩男剩女问题的爆发和中国国内



的性别比例关系并不大。核心问题在于,国内年轻一代的生活方式和价值观开始彻底地全球化了,而传统婚恋配对还局限在传统国内价值观范畴内裹足不前,这导致资源得不到有效调配。海外婚介不仅可以有效缓解这种错配,更重要的是,随着国家实力的崛起,这是解决国内性别失衡的终极手段。基于这一点,这个行业一旦出现,一定会得到国家的扶持。

IP 交易平台大量涌现

知识产权的地位和意义正在快速上升,中国将从一个版权侵权者变成版权

守护者。优质内容在今天的值钱程度,已经让人瞠目结舌。随着内容需求的大增,专门收购版权、影片、改编权的投资家在过去几年赚到了第一桶金。众所周知高手在民间,光靠一小撮人去挖掘整个民间的内容资源是不可能穷尽的,各类IP交易平台一定会应运而生。未来很可能发生的情况是,我们用手机拍一张很好的照片,把照片挂到某个平台上出租给需要图片的人,就能在家里躺着收钱,才华将会成为源源不断生财的金牛。

环保政策风控和筹划服务

迫于国际压力和媒体负面报道,国内这两年对环保工程所投入的资金成倍上涨,这使得这个行业处于快速增长期。



看看华北平原因为环保关闭了多少工厂,就知道环保对制造业的意义和致命程度。在可见的未来,与环保相关的设备和科研依然会被投入大量资金,而国家越来越严厉的环保政策,将极大增加工业的合规成本。降低合规成本,合理规划、重整,以达到当地的合规要求会让这个行业成为有前景的行业。

审美与审美趋势研究

怎么看脸、怎么分析一张脸的美丑,似乎并没有人系统总结过。过去医美行业过于依赖工业化复制,造成了许多看

起来就很假的整容脸,这是国人缺乏美学教育和审美造成的。其实美容外科也是艺术的一个分支。如何让脸型与五官的比例搭配协调,如何在整形过程中实现真正的面部年轻化,都必须运用美学规律对其进行分析。作为医美的医生,首先应具备高品位的审美素养与能力,具备这种能力的医生和医疗机构才会在未来具有核心竞争力。在未来具有高品位审美,能预测和总结时尚流行趋势的医生,将会获得不可思议的收入。

高端娱乐设备租赁服务

高端娱乐设备是普通人无法想象的奢侈品。中国的有钱人阶层正在急速扩张。传统的娱乐方式早就不能满足这些人

的需求了,他们需要的玩法和玩具都是全球最顶级的,比如去非洲打猎,去美国玩重型武器,深渊潜水,飞机倒栽葱模拟失重等。这群人不在乎费用,只在乎体验,这是巨大的市场。

个人信用全面接入个人消费

这个趋势是一定的:信用在未来就是个人公开对外展示的人生履历,信用报告就是经济身份证。个人信用如果妥善经营,用心维护,会在未来对个人发展起到意想不到的作用。经营好信用,将会成为人生的一笔巨大的财富。

儿童护理的监护服务

社会的发展对儿童护理提出了极高要求,这种需求是庞大的商机,肯定会引来资本的关注。在可以预见的未来,实时云监控必将成为所有优质幼儿园和托管机构的标配,从事分析影像的软件工程师会得到大量的工作机会。面对无法正确表达自身处境的儿童,需要有监理来管控,反馈整个护理服务的质量。这种监护的形式,可以是独立的机构,也可以是售卖自己时间的个人,还可以是硬件厂商和软件开发商。可以肯定的是,中国人对子女的关注和对社会的不信任,将催生一个有大把真金白银的新兴市场。

各类服务业的打分平台

过去我们在消费前完全不知道自己会遇到什么样的服务质量,而今天不会再出现这种情况了——互联网时代的一个好处,就是信息的单向壁垒消失。我们可以根据打分来选择饭店,我们可以根据评分来调整对电影的期望值。这对于商家的约束是立竿见影的,所以评分机制正在以肉眼可见的速度向全服务业扩张。现在我们可以对出租车司机打分,可以对淘宝卖家打分,可以对酒店打分,可以对旅游目的地打分……这种趋势还会继续扩散下去,直到最终涵盖所有服务业,无论医生、律师、银行,统统逃不出被打分的命运。

司法拍卖中介服务

在有网络拍卖以前,有几个人能经常看见法院的拍卖公告?随着最高法院陆续出台关于网络司法拍卖的司法解释和相关规定,从司法拍卖买房子会是一个值得考虑的形式。司法拍卖相关行业已经逐渐形成,可以预见到,大量司法拍卖中介公司将会迅速涌现。

(文中观点仅反映作者研究和观点,不代表本刊立场,不构成投资建议。)

(摘自智谷趋势)



“信联”横空出世,全面的信用时代终将来临

文 / 刘晓博 程婕

百行信为首,人无信而不立,这些话即将真正成为现实。



2018年1月4日央行公告宣布受理了百行征信有限公司(筹)的个人征信业务申请,百行征信即外界熟知的“信联”的官方称谓。首个个人征信机构“信联”应运而生,这不仅将重塑个人征信市场,也会对每一个消费者产生巨大的影响。

“群雄”入股,“信联”横空出世

中国传统的征信体系只有一个:央行征信。央行征信依托的主要是各银行,由银行把客户(企业和个人)在贷款、还款以及使用信用卡等方面的记录提交给央行,汇总在一起,然后供银行等金融企业使用。但一个人的社会生活面是很广的,央行征信能汇聚的信息极其有限。

为了弥补央行征信的局限性,2017年1月5日,央行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》,宣布授予8家机构征信资格。其中包括:芝麻信用、腾讯征信、深圳前海征信、鹏元征信、中诚信征信、中智诚征信、拉卡拉信用、北京华道征信。

但这种民间征信方式有两大弊端:第一,各自为政,数据难以共享,效率不高;第二,可能出现数据寡头。于是,央行决定将8家征信机构“收编”,成立一家资源共享、互通的“信联”。“信联”最主要的服务对象将是从事互联网金融个人借贷业务的机构,它们也是信用信息的主要提供者,此外还包括银行等从事放贷业务的传统金融机构、公检法与金融监管等相关部门、个人信息主体、从事征信和反欺诈服务的第三方符合资质要求的机构等。

把上述8家机构征信信息统一起来,中国14亿人的信用画像,基本就清晰了。信联相当于国家构建的新信用体系,里面不仅有银行流水信息,还有支付宝、微信,乃至所有金融平台的数据。以后,只要扫一下用户的脸,信用值就一目了然了。

“信联”不仅将改变互联网金融的生态,还将改变整个金融行业的业态,最终影响到全社会的生活,以及每个人的行为方式。“信联成立”是最近几年中国金

融界真正的重磅事件,是真正面向未来的里程碑。百行信为首,人无信而不立,这些话即将真正成为现实。

重塑市场,“老赖”无处遁形

《中国信用服务市场专题分析2017》预计,2017年中国信用服务市场的规模将达到47.9亿元,2019年信用服务市场将突破百亿规模。伴随着百行征信的出台,不符合个人征信机构标准的企业将不得不退出金融信用市场,回到数据服务商的身份或转而进入社会信用领域。获取企业、个人信用的成本越低,意味着银行的成本越低,利润越高。如果马云用阿里巴巴拥有的数据开办银行,很有可能成本非常低,可以击败任何一家传统银行。

对于整个行业而言,“信联”有利于提高行业风险防控水平,防范系统性金融风险,打击“过度多头借贷”、“诈骗借贷”等乱象,有效避免平台间“共债”发生;对于投资人来说,意味着可以更加放心地进行投资,只有良性循环,互联网金融才能持续健康发展。“信联”出现具有正面意义,每个人都要更加讲诚信,这会使全社会的交易成本大大降低。未来各种交易中的“押金”会逐步消失,各种交易中中介将逐步消亡、或者收费大幅降低。

中国目前的征信系统还不够健全,征信缺口巨大。未来,央行征信中心与“信联”平台进行数据互通,这将使中国所有讲信用的老实人畅通无阻,更将让中国所有不讲信用的老赖无处遁形。

(综合摘自北青网、21财经汇)

浪尖上的现金贷“江湖”

文 / 闫雨昕

高额费率水平、不合法的催收方式、跨区经营和高杠杆放贷等一系列乱象,以及由此可能引发的风险传导、扩散和积聚,让整个行业发展的拐点瞬间而至。



野蛮生长的现金贷遭遇急刹车。2017年11月21日,互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室下发“特急通知”,要求即日起一律不得新批设网络(互联网)小额贷款公司,禁止新增批小额贷款公司跨省(区、市)开展小额贷款业务。2017年11月25日,北京互联网金融协会针对现金贷召开成员会议,提出“利息和费率加起来不能超过年化36%”的要求。

不过,悬在现金贷头上的“达摩克利斯之剑”并未就此卸下。相关的高额费率水平、不合法的催收方式、跨区经营和高杠杆放贷等一系列乱象,以及由此可能引发的风险传导、扩散和积聚,让整个行业发展的拐点瞬间而至。

需求催生的市场

“您有一笔5000元额度未提取,请点击。”手机信息、网页边栏,夺“框”而出的弹窗无孔不入,甚至视频间歇也能强行植入一段贷款类APP的广告。这对于长期隔离

在金融服务之外的群体来说,一个手滑也许就会被卷进现金贷的漩涡。

现金贷(Payday Loan 发薪日贷款)自上世纪80年代诞生以来,席卷欧美,得到迅猛的发展。借款人只需证明自己有工作,出示工资单即可在发薪日贷款平台上借款。它几乎不需要借款人提供个人经济状况的背景保障,具有无抵押担保(纯信用)、无场景、无指定用途等特点。客户通过现金贷获取小额资金用于周转应急,并在发薪日用薪水归还。从参与主体而言,市场上从事现金贷业务的机构有网络小贷公司、消费金融公司、银行业金融机构、网贷平台等。前三者一般是通过自有资金放贷,或通过助贷的方式进行放贷;网贷平台一般是通过民间的方式进行放贷。

根据国家互联网金融安全技术专家委员会2017年11月份公布的技术检测,中国市场上目前有2693家现金贷企业,涉及规模在短短三年内便超过万亿。据网贷之家研究中心不完全统计,截至2017年11



月22日,全国共批准了213家网络小贷牌照(含已获地方金融办批复未开业的公司),其中有189家完成工商登记。

事实上,现金贷一定程度上填补了信贷市场需求的空白,对于普惠金融的意义不可或缺。清华五道口金融学院院长、中国人民银行原副行长吴晓灵在博鳌亚洲论坛2017年年会上表示,对于低收入人群来说,有融资的机会,远比融资价格重要。

但另一方面,信息的不透明正令行业风险积聚。中国人民大学重阳金融研究院高级研究员董希淼总结道,“现金贷”门槛极低,极易将资金放给不合适的申请人,从而产生次级贷款。此外“现金贷”利率畸高且不透明,在隐性突破法律红线的同时,加重借款人负担。

在现金贷业务增长背后,是数以千万计、通过现金贷透支未来的年轻人。第三方数据机构Trustdata发布报告称,截至2017年9月,国内现金贷用户规模高达1257万。百融金服于2017年7月发布的一份《2017年现金贷行业分析报告》显示,大约56.5%的借贷者申请现金贷次数达到或超过了2次,其中申请2-5次的客户占比最高,达到36.7%;申请多次借款的群体中,在多家机构申请借款的人数占比达49.4%,在1家机构申请多次借款的客户仅占7.2%。

招银前海金融的报告也指出,多头借贷用户的信贷逾期风险是普通客户的3到4倍,贷款申请者每多申请1家机构,违约的概率就上升20%。一旦经济下行压力加大,当行业出现大面积的多头借贷和过度授信时,就有可能爆发债务危机。

监管升级进行时

行业的飞速发展暴露一定程度上的监管真空。那么,如何平衡创新与风险控制?多位专家学者均认为,需要划清业务

红线,而这这就要求全面实施金融机构及业务持牌经营制度。

谈及现金贷业务的乱象,中央财经大学教授、中国互联网金融创新研究院院长黄震认为,进一步加强现金贷监管势在必行。首先要加强准入管理,凡是涉及资金的业务,必须让拥有牌照的机构来运作,持牌机构需严格合规经营;其次,对于现金贷的利息及违约手续费管理,应尽快出台规范性指引,防止高利贷带来的不良社会影响;最后是对催收行为以及不良资产处置,也需要进一步加强治安管理和司法规范。

2017年11月21日,央行互联网风险专项整治工作领导小组办公室紧急下发一纸通知,“第一枪”便开向网络小贷牌照。通知要求暂停发放互联网小贷牌照,并禁止新增批小额贷款公司开展跨区域业务。紧接着在两天之后,央行、银监会联合召集网络小额贷款清理整顿工作会议,17个批准开展互联网小贷业务的省市金融办参会,汇报辖内网络小贷机构批设情况。会议要求,小贷利率严格执行36%上限。值得注意的是,这里年化利率36%作为一道红线,源于2015年《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》里,对于民间借贷24%以下支持、36%以上不予保护的规定。

北京有关部门对现金贷提出了严格要求,没有放贷牌照或者P2P平台的,从事现金贷的一律取缔;P2P平台从事现金贷的必须向北京互金协会报备;P2P平台从事现金贷的,利息和费率加起来不能超过36%。

平台闻风而动

已有机构率先闻风而动。一些平台开始对产品利率、单笔贷款额度等进行不同程度的下调,以契合监管的思路。

2017年11月26日,掌众金融率先

宣布,旗下全线小额现金借款产品综合息费均降至年化36%以下。此次调整综合息费的产品为“闪电借款”,主要从两方面进行调整。产品周期从原有的21天延长为50天、60天等周期;息费方面,50天、60天周期的服务对应的综合息费分别为4.93%和5.91%,日费率不到0.1%。

此后一天,玖富集团旗下的小贷产品玖富叮当APP宣称,即日起30天小额短期现金贷业务的综合年化借款成本下调至36%以下。而在此前不久,趣店也宣布其在支付宝端口的现金贷产品年利率下调至不超过24%。不少大型导流平



台正开始全面摸排合作商的产品息费和持牌情况。

此次对于现金贷的监管逻辑同P2P平台的勒紧思路一致,从行业格局来看,压低的利率红线会令大量平台洗牌出局,能长远存活发展的应该仅有少数拥有较强牌照、流量、资金资源的实力雄厚的机构。

市场预计网络小贷监管细则的出台已经箭在弦上。无论如何,监管层正从更加关注金融的稳定和消费者利益保护等方面出发,并在避免现金贷进行“一刀切”上达成共识,至于“如何切”“切多深”是现金贷平台们即将迎接的下一场政策风暴。

(摘自新华网)

高盛预测八大投资新风口

文 / 佚名

高盛在 Outsiders 系列报告中探讨了八大新兴投资趋势。事实上,有些听上去尖端的技术已经存在很久,但新涌现出来的科技正让它们的潜能得到进一步释放。



人脸识别

实际上,人脸识别技术在上世纪 60 年代就已经存在,但随着机器学习技术的进步,新的应用正让这项技术重新焕发生机。高盛预计,到 2020 年,全球生物识别科技市场规模将达到 260 亿美元,95% 的视频和图像将由机器来分析,而人脸识别将在其中占据重要地位。高盛指出,人脸识别三个“杀手级应用”——安全与监控、身份与访问和零售分析——将在 260 亿美元市场规模中占有半壁江山。

人脸识别技术将重点影响三个行业:首先是认证市场。例如,相比传统的密码认证,人脸识别将大大减少认证时间,并且在防止欺诈上更为安全,具体可以应用在违规预防、边境安检、金融交易等领域;其次是监控市场。人脸识别技术将有助于减少犯罪行为,能够有效地在人群中监视扫描可疑分子;最后是广告市场。人脸识别技术将为规模达 1000 亿美元的搜索广告市场带来新一代的分析技术,通过更精准地识别身份、辨认情绪以及其他社会经济因素的方式来提

高广告的针对性,对于那些依赖广告收入的社交媒体来说,人脸识别叠加增强现实技术能够提高用户的参与度。

高盛认为,未来五年,中国将在人脸识别领域,走在创新前沿,引领亚太地区,中国在实现面部识别技术方面具有独特的优势:它已经拥有一个全面的视频监控网络以及一个含有所有成年公民图像的数据库。中国政府计划在 2020 年前安装超过 600 万部人脸识别摄像头,以加强监视工作,减少犯罪。强劲政府需求,加上来自企业和消费者的需求已经培育了一个充满活力的创业市场。

电子竞技

随着游戏观众和玩家数量的增长,电子竞技越来越主流化,成为一项大规模的全球性运动。据 NewZoo 数据,电子竞技全球每月观众人数约为 1.91 亿,超过美国职业棒球大联盟和国家冰球联盟的观众数量,与观看 NBA 的人数相当。高盛预计,到 2020 年,电子竞技月度观众人数有望上升至 3.85 亿人。电子竞技的货币化还不是十分充分。New-



Zoo 预计,电子竞技行业 2018 年的收入约为 7 亿美元,远远低于传统的体育联盟。高盛认为这背后有一些结构性原因,例如由于电子竞技行业结构较为分散,充满不同的 IP、不同的游戏,少有联盟,因此缺乏对电视转播权和赞助商共同议价的机制。但高盛认为这一局面正在出现变化,未来以 IP 为主的收入将令电子竞技行业收入增加数倍。

素肉

高盛对“素肉”的定义是,任何富含营养高蛋白,能取代肉类的产品。随着收入增长和中产阶级人群规模扩大,全球肉类蛋白质需求日益增加,而家畜这种生物资源将谷物转化为肉类的过程却略为低效。同时,家畜饲养过程中引发的诸如森林砍伐、温室气体排放、废水排放等环保问题也引发广泛担忧。在此背景下,高盛认为,肉类替代品未来将成为食品行业的一个重要趋势。事实上,早已有许多初创公司开始研发人造肉,目前世界上至少有 8 家公司正研究这种技术。目前人造肉依然处于研究和发展阶段,在进入市场之前必须克服大量障碍,其中成本是人造肉的核心问题之一。

数字双胞胎

“数字双胞胎”是指以数字化方式复制一个物理产品或物理过程,模拟对象在现实环境中的行为,对产品、制造过程乃至整个工厂进行虚拟仿真,从而提高制造企业产品研发、制造的生产效率。高盛认为,“数字双胞胎”正越来越成为工业企业物联网战略不可缺少的一部分,因为这项技术将帮助供应商提高利润率和促进服务稳定性。另外,从物理对象中收集来的数据可以和消费者信息结合,从而更有针对性地为保险、广告等行业提供策略支持。德国信息产业、电信和新媒体协会(BITKOM)研究称,“数字双胞胎”在制造业领域的经济潜力在

2025 年有望达到 900 亿美元。但由于受连接线和数据安全的限制,只有约五分之一的经济潜能能够得到实现。但即便如此,未来数年,“数字双胞胎”行业的隐含增长速度也将达到每年 20%。

量子计算

量子计算遵循量子力学规律进行高速数学和逻辑运算、存储以及信息处理。一些对于传统计算机来说是“不可能完成的任务”,量子计算机能够轻易解决。量子计算机使用的是量子比特(Qubit),一个量子比特序列可以同时表达由“0”和“1”构成的所有可能组合,这意味着计算机能同时尝试所有可能的解,可以展现比传统计算机更快的处理速度。

高盛认为,量子计算机可以被运用到各行各业来解决各种问题:在物流领域,可以利用量子计算机来规划最有效率的运输路径从而降低成本;在化学制药领域,量子计算机的一个关键运用是用来改善分子模拟过程,例如,假如要搭建一个含有 20 个电子的分子模型,你需要进行 20 次交互模拟,如果一台传统的计算机每秒能计算 500 次,这将花上 1.54 亿年来完成这个过程,而量子计算机能够大大加快这个过程;在金融服务领域,量子计算机可以用来进行情景分析、风险建模和组合优化。

以太坊

与比特币不同的是,以太坊是可编程的区块链,是一个平台和一种编程语言,是使开发人员能够建立和发布下一代分布式应用。高盛认为可编程性让以太坊能够被广泛运用,例如用于分布式文件存储、社交信息传递和交易平台中。以太坊技术已经吸引了大量投资者关注,到 2017 年底,以太坊技术相关公司已经融资超过 30 亿美元,即使其中一些获得投资的公司甚至都还只有市场概念,并没有成型的产品。

替代风险溢价

高盛认为替代风险溢价策略(ARP)是金融投资领域的趋势之一。ARP 是指为投资者提供对所有主要资产类别的系统性风险敞口,从价值、套利、动能和风险规避等众所周知的来源中获得超额回报。高盛认为,相对于对冲基金,ARP 策略能够以更低的成本、更高的透明性来获得与市场不相关的回报。

特殊目的收购公司

SPACs 又称为空头支票公司,是指为了并购其它公司而公开上市融资的特殊收购公司。SPACs 既没有经营性资产,也没有无形产权和收入,通过 IPO 为未来并购进行融资。事实上,在金融危机爆发前,SPACs 在美国就曾大热过一阵子。



2007 年,59 个 SPACs 产品筹资金总额超过了 110 亿美元,占当年市场融资总额的 20%。高盛称,在 IPO 交易不温不火、公开上市股票供应下降、私募股权投资组合老化、退出活动减速而资金又充裕的背景下,SPACs 作为一种融资方式又重新活跃起来。据 Dealogic,2017 年有 31 个 SPACs 产品上市,筹资总额将近 96 亿美元,平均融资规模超过 3 亿美元。

(摘自华尔街见闻)

2018年中国经济将有三大质变

文/程实(工银国际首席经济学家)

“万里长江横渡,极目楚天舒。”以十九大为起点,2018年中国经济将步入新时代,并有望在三个维度实现质变。



周期演进呈现新韧性

2018年,中国经济周期将继续演进,“减速增质”步入白热化阶段。在此状态下,中国经济的长周期筑底将成为年度主题,“新韧性”有望成为阶段主角。本轮金融危机以来,中国经济的传统韧性主要依靠需求侧刺激、加大要素投入实现,因此仅是外部政策的暂时托底,而非内生增长的根本筑底。2018年,三大支柱将共同构建中国经济的“新韧性”,进而实现真正的长周期筑底和新旧动能转换。

第一,供给侧改革红利渐次释放。经过2016-2017年的连续攻坚,“三去一降一补”、政府“放管服”等供给侧改革成效正在显现。通过清理“僵尸企业”、简政放权和削减税费,中国实体经济的生产效率和盈利能力得到大幅修复。金融体系让利实体经济的趋势不断强化,中产崛起驱动下的消费升级和制造业高端化发展动力强劲,有望进一步打开产业升级空间、培育新经济增长点。

第二,系统性风险逐步消解。内部层面,在金融“去杠杆+严监管”的持续作用下,系统性金融风险已经在多个层面得到有效抑制。中国影子银行规模增长放缓,资金链

条的过度扩张得到遏制。资金脱虚向实成为趋势,金融空转现象明显减弱。外部层面,随着人民币汇率在双向波动中步入长期稳定轨道,汇率骤贬并冲击国家金融安全的威胁渐行渐远。人民币企稳预期成为市场共识,资本外流压力衰退。综合而言,当前内外部风险局势稳步向好,不仅将巩固中国经济的内外部均衡,也将为新时代的中国经济“质变”提供更加充裕的政策空间。

第三,政策工具效能提升。除了改革红利与风险治理,为稳定中国经济长周期筑底进程,需求侧管理的老办法依然必要。新时代下,老办法正在遵循新思路,焕发出更高效的政策影响。一方面,以系统性搭配解决总量问题,2018年,财政政策和货币政策工具将不局限于“稳增长”的单一目标,而是更加重视治理各类发展陷阱。通过提升社会保障、改善民生和促进分配公平,抑制两极分化和阶层固化,更深层次地激活国内需求和经济活力,同时也进一步夯实社会安全网,为深化改革开放所引致的摩擦性成本提供缓冲垫;另一方面,以精准化工具解决结构问题,凭借定向降准、公开市场操作、精准扶贫等创新工具,2018年的财政、货币政策有



望进一步凸显精准化趋势，着力优化市场流动性、产业发展、区域发展的结构布局，加大对重点领域和薄弱环节的政策支持，并避免“大水漫灌”引致的系统性风险。

改革开放挺进新纵深

2018年，立足于“新韧性”的坚实基础，中国经济的改革开放将从三个层面出发，向新的纵深挺进。

首先，改革深度突破。2018年，国企混改的落地将处于改革全局的中心位置，有望开启提速攻坚模式。唯有推动国企混改的实质性突破，重塑微观激励机制，才能从根本上提升传统经济的供给效率，稳定持续地降低企业杠杆水平和债务风险。以十九大为新起点，2018年国企混改有望加速落地并初见成效，一批标杆性改革案例将大概率出现，并为后续改革提供可复制的经验范式。

其次，开放纵向拓宽。2018年，中国资本项目开放步入第三阶段，侧重完成长期安排，以加强金融市场建设为支柱，先开放流入后开放流出。在这一节点，中国适时放宽金融领域外资持股限制，正是如期迈出了开拓且关键的一步。对外而言，此举有望加速中国金融业与国际体系接轨，推动中国金融机构的综合化经营和国际化发展，通过“引进来”，最终实现中国金融“走出去”；对内而言，引入优质的外部投资者，有助于打破金融改革的利益藩篱，提高中国金融机构和资本市场的治理水平与运营效率，优化金融体系引领改革开放、服务实体经济的资源配置作用。中国金融市场发展水平的提升，配合人民币汇率形成机制的完善，将为人民币资本项目开放的有序推进奠定基础。

最后，区域协同联动。2018年，区域政策将成为改革开放的放大器和传导链，增强中国经济增长的包容性和平衡性。以长江经济带为一体、京津冀与粤港澳为两翼的区域发展骨架将逐步完善，发挥区域协同联动效应。一方面，打破行政区划的束缚，助力新兴业态的自然发

展；另一方面，发挥沿海地区对内陆腹地的辐射作用，强化与邻国的次区域合作，提高中国经济的整体开放进程。

全球治理创造新机遇

2018年，全球复苏的“换挡提速”强劲而又危险，全球治理公共品的国际需求趋于扩张。中国有望顺势而为，进一步从全球治理的“跟随者”转变为“引领者”。在积极推动治理体系变革、提供国际公共品的同时，主动优化中国经济的外部环境，为综合国力的长期崛起赢得历史机遇。2018年，三大机遇有望由外及内地支持改革开放深化。

第一，石油人民币体系。2018年，财政、债务、汇率等多重风险将交汇于主要石油出口国。重压之下，沙特、巴西等国有望加速石油贸易“去美元化”进程。由此，石油人民币体系将迎来质变机遇，以石油计价结算产生的庞大货币需求，实现人民币国际化的跨越式发展。

第二，“一带一路”建设。2018年，随着全球多元化浪潮趋于强劲，“一带一路”沿线新兴场所蕴含的发展机会，将匹配中国对外资本输出的投资需求，倍增国际产能合作和区域一体化的内生动力。随着沿线经济政策从需求侧转向供给侧，区域供给侧改革的迫切需求，将匹配中国供给侧结构性改革的先行优势。互联互通有望持续深化，以优化沿线区域的要素配置，政策协同有望渐次增强，以承接全要素生产率提升的正向溢出。因此，2018年“一带一路”建设有望加速推进，并为人民币国际化和资本市场双向开放提供有力支撑。

第三，中美新型大国关系。短期来看，民粹势力驱动的“美国优先”政策将加剧中美贸易摩擦。但是长期来看，受制于双方“大而不能倒”的相互依存性，务实重利的特朗普政府有望化贸易压力为合作动力，突破往届政府的政策桎梏，拓展两国经贸再平衡的新空间。2018年，以中美全面经济对话为机制基础，以中美制造业合作基金、美国液化天然气开发等项目为发力点，中美BIT协议、高新技术合作等核

心问题有望取得制度性突破，进而从外部助推中国经济的转型升级。

2018中国经济步入新时代

2018年中国经济的增长重心将呈现三重换挡：第一，从需求侧转向供给侧，供给侧改革的政策红利有望渐次释放，并通过国企混改和国际产能合作持续增强；第二，从要素驱动转向创新驱动，中产崛起和消费升级支撑的新经济将成为增长新引擎；第三，从总量增速转向民生福利，经济增长效果更加侧重补足民生短板、促进分配公平和提升社会保障。

2018年中国经济将进行长周期筑底，经济增长有望保持稳健。经济增长率预计为6.9%，通胀率预估值为2.2%。2018年，中国供给侧改革将稳步推进，取代需求侧管理成为支撑经济增长的主要政策工具。积极的财政政策有望适时



精准发力，而稳健中性的货币政策则将长期延续，保持“短期不松、长期不紧”的特征。宏观审慎监管将维持强势，金融领域“严监管+去杠杆”的政策基调不会放松，坚守不发生系统性风险的底线。

展望新时代，中国经济增长韧性强劲、政策空间充裕、比较优势显著，国企改革、消费升级、“一带一路”、新经济等结构性投资机会值得期待，因此我们对中国经济继续持有谨慎乐观的前瞻判断。

(文中观点仅反映作者研究和观点，不代表本刊立场，不构成投资建议。)

(摘自华尔街见闻)

赋能线下,互联网巨头的新口号

文 / 郑嘉璐

如今,为实体经济赋能成为互联网巨头新的博弈点。当然,也可能沦为一种口号。那么,到底会成为哪一种?



“未来 20 年,阿里巴巴不是一家电商公司,而是一家赋能公司,它的使命是不断通过新技术给中小企业赋能。”在 2017 广州《财富》全球论坛上,马云给了阿里这样的定位。

仅仅三个小时后,他的同姓竞争对手马化腾就在同一个论坛上给出了如下回应:“我知道马云也提了赋能,但是我想趁机讲一下我们的不同。腾讯是‘去中心化’的赋能,不拥有柜台,不是出租柜台给你做生意,而是你自己建房子,建完了就是你自己的,不需要交月租,也不会每年涨价。”

马化腾说,赋能的关键是被赋能者的安全程度。中心化的赋能,使被赋能者的渠道、利润都掌握在赋能者手里,赋能者想拿走利润只要一句话。马化腾没有点明他所说的“中心化的赋能”是指阿里,但他笑着说“希望大家明白”。

腾讯和阿里,这两家中国最大的互联网企业在无数领域存在着激烈的竞争。如今,为实体经济赋能成为互联网巨头新的博弈点。当然,也可能沦为一种口号。那么,

到底会成为哪一种?目前,还没有答案。

阿里的“新零售”

阿里巴巴的赋能主要是通过这家公司所宣称的“新零售”。过去,线下实体店与电商彼此独立、冲突,两者抢夺市场,近乎零和博弈。线上与线下的完全独立,造成了 $1+1<2$ 的局面,继续下去,结果只能是两败俱伤。阿里作为电商界的“一哥”,很早就察觉到了危机,所以马云提出了“新零售”。

按照马云自己的说法,新零售是线上、线下与智慧物流相结合的零售。在这种模式下,线上与线下的竞争关系变为互利共生关系,实体零售店的营销、仓储,乃至店面设计都由大数据指导,互联网完成对实体零售的赋能。

此前消费者拥抱电商平台,是因为网店的价格要比实体店低,但消费者习惯于网购的同时却也丧失了线下体验式消费的乐趣。新零售将促成线上线下同款同价,消费者可以根据自己的需要选择消费方式,这将刺激消费需求。



新零售店另一个特点是个性化销售,实体店可以根据消费数据预测顾客的需求,商品备货、营销模式都可以由大数据指导。物流也将更加智能,线上线下打通之后,每一家实体店都是一个小仓库,这样节约了仓储成本,网购的商品也可以由最近的实体店发货,实现当日送达。

在销售与物流之外,阿里赋能的一个重要方面还在于指导商品生产。依靠电商平台积累的大量消费数据,阿里可以预测消费者行为,帮助实体企业根据需求精准地研发新品。

这种变化其实是企业与消费者关系的改变。在互联网思维中,位于中心位置的是人而不是商品,企业要做的是满足人的个性化需求,这也就是马云所说的由B2C到C2B。在这个模式下,消费者可以根据自身需求定制产品,企业的生产也趋于灵活。

不管是“新零售”还是大数据指导生产,核心都是阿里掌握的海量消费者数据。天猫和淘宝有四亿多活跃用户,阿里的赋能主要依靠的就是对这些用户消费数据的利用。

马云在多个场合说过,阿里要做的是打造商业基础设施,其他行业可以使用这些基础设施,探寻新的商业模式。这样一来,商家经营效率的提升、成本的下降就要依赖阿里的平台和数据。

但阿里掌握着消费者和企业最重要的交易数据,以及流量的入口,那么它必然对企业有着强大的议价优势。正因为如此,马化腾才认为,阿里具备随时拿走其他企业利润的能力。

腾讯的“连接器”

与阿里提供商业基础设施不同,以社交起家的腾讯给自己的定位是“连接器”。马化腾这样解释腾讯的“连接一切”：“重要的不是我能做什么,而是我能帮你做什么”。

腾讯对医疗领域的赋能是个典型的例子。利用微信公众号、小程序、微信支付这些工具,患者的挂号、分诊转诊、支付等环节都可以在线上完成。

腾讯自身没有成熟的电子商务平台,缺少消费数据,因此不能像阿里那样围绕电子商务拓展业务。但微信、QQ有九亿多活跃用户,社交软件带来的巨大流量以及社交数据是阿里不具备的优势。

最近有消息称腾讯将重金入股永辉旗下的生鲜超市“超级物种”,并与阿里主导的“盒马鲜生”形成竞争。微信能在支付、营销、会员管理方面提供帮助,更能将用户与实体店准确对接,带来客源。

除了连接患者与医院、消费者与超市,腾讯还把用户连接到EMS的快递服务、58同城的生活服务以及部分城市的公共服务等。马化腾在《财富》全球论坛上说,腾讯在“互联网+”方面只有半条命,另外半条命掌握在合作伙伴手里,合作伙伴吸引到的粉丝、客户都是他们自己的,这就是“去中心化”的赋能。

采取何种赋能方式其实是由两家公司的性质决定的。互联网与实体经济的融合,一定少不了云、人工智能与大数据这三项技术。云端能够收集用户数据,人工智能可以对这些数据进行分析与利用,但最核心的还是大数据本身。以通讯社交为主业的腾讯和以电商起家的阿里,所拥有的大数据有着本质的区别,这种差异决定了两家企业不同的赋能方式。

两家互联网巨头商业模式上的不同也与此有关。阿里的商业模式强调控制,围绕电商的各个产业比如物流、金融、零售都要掌握在自己手中。而腾讯则避免与阿里正面拼刺刀,它通过投资行业独角兽,占有一定股权后,不断抢占流量入口,同时也用支持“代理人”的方式与阿里竞争,美团、京东都是这样的例子。

大趋势是什么?

其实,阿里的“打造商业基础设施”与腾讯的“连接器”,本质上都是将互联网技术融入实体经济,只是两家公司的优势不同,所以选择了不同的方式。在一些双方接近的领域,两家公司的赋能方式并没有很大的差别。

马化腾可能会认为阿里的赋能方式过于霸道,但腾讯为合作伙伴提供流量

与社交大数据,这种合作关系也是一种“强关系”,很难说腾讯对利润的掌控就比阿里弱多少。两者只有模式的差别,不存在谁对谁错。

与其聚焦两家互联网巨头的赋能之争,不如关注实体经济与数字经济融合的发展趋势。其实,互联网公司在线下开疆拓土的同时,一些实体企业也在主动寻求互联网的帮助。

名创优品是实体零售店走到线上的典型。利用低价优势迅速完成实体门店的扩张之后,名创优品开启了线上探索。它把两千多家门店的流量引导至线上,将APP快捷式购物与实体店体验式购物相结合,刺激消费需求的同时减少了门店库存。

值得注意的是,这些由线下引流至线上的用户不是盲目吸纳的,他们大多认可名创优品的产品和经营模式,是潜



力巨大的消费群体。

美团、饿了么等外卖平台的出现则是互联网与实体经济的自然融合。此前,餐饮行业对人流量的要求很高,往往要开在较繁华的地段,房租成本高昂。而有了外卖平台,品质高的餐饮店即便开在房租低廉的地段,也无需为销量发愁。

不管以何种方式,可以肯定的一点是,互联网对实体经济的赋能是大趋势,而且这种趋势已经上升到了国家战略层面。巧合的是,在广州《财富》全球论坛闭幕的当天下午,中央政治局就“实施国家大数据战略”进行了集体学习。

(摘自《南风窗》)

刘强东：所有的失败都是因为人不行

文 / 刘强东

竞争激烈、政策因素、市场因素，这些都不是原因，业绩不行就是团队出了问题。



管理一家公司，有两个最重要的权力，一个是人事权，一个是财权。

能力价值观体系

对所有的员工进行分类和打分，你发现有这样五类：

第一类是能力一般，也就是业绩和绩效很一般，得分很低。价值观没有得分的高低之分，价值观叫匹配度，你要对每个人进行一个价值观匹配度的考核，三个月之内对他日常工作的言行观察，基本上判断出这个人的价值观和你的公司价值观的匹配度是多少。通过问卷测试，以及日常行为观察，二者得到价值观的匹配。

如果说能力一般，价值观得分又很低的情况下，在我们内部就称之为废铁。这样的员工在招聘的时候一般就不要，把废铁弃掉，要不然没有任何业绩。价值

观有什么意义？在京东公司用人价值观第一，能力第二。价值观不匹配的话，我们从来不用。能力放在第二位考核。

第二类是他的价值观跟公司非常匹配，但是他的能力绩效就是不达标。能力一般，价值观匹配度很高，这类人我们称之为铁。对待铁这类的员工我们一般来讲会给予至少一次转岗的机会。比如说你做采销的，价值观匹配高，但是能力业绩上不去。怎么办？你是否有别的喜好和才能，比如说去别的部门，总之我们至少给一次机会，或者培训的机会，或者转岗的机会。当一次转岗或者培训之后绩效仍然达不到要求的话，公司要请他走。

第三类，大部分员工能力和价值观都在 90 分之间，我们称之为钢。这是公司核心的员工主体，一般来讲正常的，比较稳定的结构是占 80%。

第四类员工非常强，价值观和你的

公司价值观匹配度非常高，能力也非常好，这类人我们称之为金子。稳定的结构占 20%，有可能是技术人员，不一定是管理人员。

还有一类员工，能力非常强，业绩非常好，让他做某一个采销非常好，但是他的价值观跟你的不匹配，这类人最难对待，各个老板都不好定夺。特别是不犯错误的时候怎么办？我们称之为这类人叫铁锈。我们第一时间要干掉的就是铁锈，他们比废铁还要糟糕。铁锈有腐蚀性，这种人能力强，会成为群体的领导，口才很好，又有能力，有一天如果他对公司进行破坏，会造成很大的影响力和杀伤力。对于铁锈，不管对公司业绩有多大的损失，宁愿职位空着，也不让铁锈在这里。不管工作一年、两年还是更久，发现之后立即砸掉。

这就是我们公司选人和用人非常重要的一个原则。每年我们所有公司中高级管理人员，副总监以上都要做一次 360 度考核。包括他的能力，一年连续四个季度的业绩拿出来得分，通过 360 度访谈，对他的同级，上级和所有的下属进行访谈，进行无记名打分投票。

还有他的行为，比如说价值观不行，说了什么话，或者做什么事情觉得他的价值观不行，如果说非常好的价值观，你也要拿出例子证明。价值观得分偏低的，我们核实后立即清除。

ABC 原则

人事权之后是授权。管人怎么管？谁管谁？怎么一个管法？我们叫 ABC 原则，就是我们的 HRABC。我们每个工作日集团公司支出数个亿，但我每周只需要在两三张表格上签字就行。

什么叫 ABC 呢？按照级别 C 汇报



B,B汇报A。两级人事权,C的加薪、辞退、奖金、股权等等都由A和B来决定。比如说我只能管公司副总裁,招聘一个总监都不需要经过我面试,对于升职、加薪、授权包括辞退等等我都不知道。但是我们公司设立CEO,这是我知道的。

所以按照ABC来讲,我是A,子公司下面的副总裁属于公司的C。这样就是为了避免一个人说了算,同时旁边还跟着HR,HR没有提名权,他不可以跳过A或者B决定给C升职,给他涨工资,但是可以审核。对C的提名都是A和B一块,A不可以跳过B给C加薪和升职。HR是监督你的决定是否符合公司的价值观和普遍人事的政策,避免了公司单一员工决定生杀的权力。

8120 原则

8120 原则是我们管人的一种原则。我们认为一个管理人员最佳的管理数是8到12个人,让他能够有足够的时间思考战略,同时也不会很清闲。我们看到很多公司都是一个人管理两个人的结构,在京东公司不允许。如果出现这种情况怎么办?合并上面的A,变成一个团队。

每个管理人员管理的下属不能低于八个人,低于的话合并。原则上不超过十二个人,就不允许拆分业务。如果说我的一个副总裁管了九个总监,公司只有一个副总裁,不可能有两个。一个副总裁管了十二、十三或者十五,超过十二个之后公司可以考虑设立第二个副总裁。

20是什么意思?对公司最低层的管理人员,我们要求每个主管管理的人员不低于二十个。为什么呢?基层员工业务比较单一,我们要求不低于二十人,我们有的时候管了五十人到八十人都存在。这样就为了避免公司人浮于事,官太多,人太少。

2N 原则

最后一个原则是2N原则,两件事情在公司是不可以做的,所有加入集团



公司的,过去有很多工作经历。每个人最多只允许带原单位的一个人过来,如果带人多怎么办?也欢迎,但要去别的部门。

在你的部门最多只允许带一个人,公司原则上不欢迎任何一个管理人员带原单位的人过来,公司是鼓励你一个人来。很多公司是一个部门来一个头,带了很多原部门的人。等这个头走的时候,发现这些人都走了。这样是非常可怕的,走的时候损失也很大,我们不可以。

第二个不可以的是,所有管理人员给你一年的时间,找到可以替代你的、公司认可的人员,如果找不到的话,第二年新的业务也不会给你,加薪也不会给你。如果两年之内还是找不到,你不能随便指一个人,我们还要调查。如果找不到的话,公司请你走,必须离职。

第一个原则是避免公司帮派情绪产生,第二个是确保公司必须有人员备份,不会因为一个高管人员的离职使业务瘫痪。很多人说我有替补人员也害怕,很容易被替代。但是在京东公司我没有说谁是绝对安全的,我都不是。如果说这家公司业绩非常糟糕的话,我是有股票言语权的,但是我没有非要做这个公司的CEO,每个人都要为公司考虑。

所以说上述说的这四种原则组织了公司选人、用人、留人的基本原则。当然,



每个公司都不一样,所有的行业都不一样,以上是仅仅针对我们京东过去十几年用的。

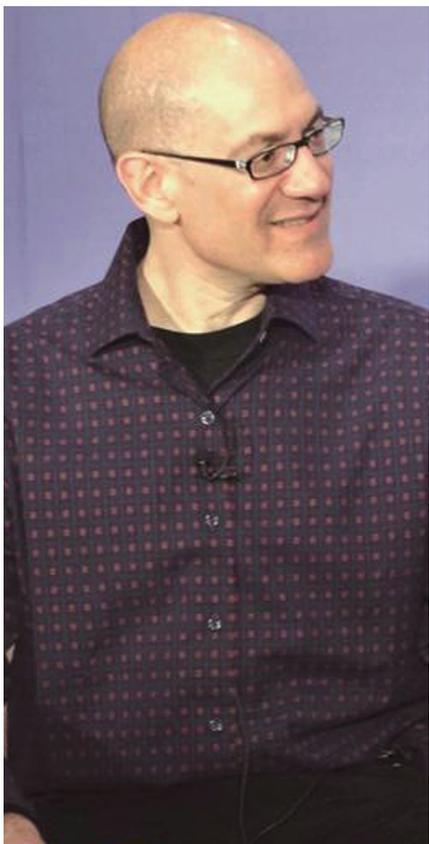
比如说纯技术公司,适当加以改造。但是不管怎么说,我们创业公司管人是最难的最重要的事情。如果说一家公司失败了绝对不是因为钱的问题,是团队出了问题。公司成功和失败永远是团队的问题,如果说哪个出了问题,我们从来不想竞争激烈、政策因素、市场因素,我们就找人的原因,业绩不行就是团队出了问题。

(摘自砺石商业评论)

筹钱太多可能会害了自己

文 / 王媛媛

对创业公司来说,最重要的不是钱,而是知道自己的客户是谁,他们需要什么商品。如果不知道客户的需求,就永远不能做到最好的创业公司。



硅谷创业教父史蒂夫·霍夫曼曾在一家名叫黑蛾的酒吧见到许多颠覆性的艺术品,其中一个是以月亮蛾为原型。霍夫曼发了这样一条朋友圈:“月亮蛾不吃任何东西,所以连嘴都没有,一生只活七天,繁衍后就会死亡。我觉得,月亮蛾就像是一个个创业者,倾尽全力去触及那遥不可及的月亮,也许生命的美好就在于创造,去梦想一切不可能,包括那灼热的火焰和遥远的月亮。”

找到你的 100 位客户去谈

霍夫曼做过一场有关创业的演

讲——“如何把一个很小的点子孵化成一个大企业”,开场第一个秘诀就是“不要筹太多钱”。在座的创业者深感诧异,有高额资本为其助力是他们梦寐以求的啊!霍夫曼却说:“我要告诉各位,如果你筹钱太多,筹得太快,很可能会被钱伤到。”紧接着,他举了两个例子。

硅谷曾有一家叫 Colour 的初创企业。是由一位名人创立的,他的名气很大,所以 Colour 刚创立就筹到了 4000 万美元。他们的产品是一款革命性、颠覆性的照片分享 APP,有一个非常大的团队,做了很多市场推广工作,办了大规模的产品发布会。但实际上,用户并不买账,因为日常生活中他们不需要这样一个应用。4000 万美元很快打了水漂,Colour 一无所获。

另外一个初创公司叫 Queer,他们所做事情就是帮助风投投资给有意思的发明,并且把这些发明推广到零售商店。这家公司一开始就筹到了 1 亿美元,但其商业模式存在很大的问题,产品太多,没有聚焦的方向,最后所有产品都失败了。

有些创业公司筹到不少钱,但并不知道具体要做什么,目标不清晰就会把钱花在不值得做的事情上;有些创业公司的产品与市场不匹配,他们还了解市场需求,就进入一种可怕的烧钱模式。“所以,如果商业模式有缺陷,多少钱都不能救命,太多的钱反而使初创企业很快死去。因此,初创企业只需筹到刚好需要的那笔钱就足够了。”

回想一下,我们常常在手机上下载一些觉得有意思的应用,但最后删掉了,

只留下那些真正需要的应用。“所以,好产品一定是能够向用户提供极致价值,不管它是极致的娱乐价值还是极致的实用价值。”霍夫曼说,“对创业公司来说,最重要的事情不是钱,不是市场,也不是你半夜三更突然想到的好主意。最重要的事情是知道自己的客户是谁,他们需要什么商品,如果不知道客户的需求,就永远不能做到最好的创业公司。”

成为一个“杂家”

霍夫曼出生在一个重视教育的犹太家庭,父亲是麻省理工学院教授,母亲是现代抽象艺术家。他笑谈自己“一半是工程师,另一半是艺术家”。

年轻的时候,霍夫曼内心常有一股制造东西的冲动。高中毕业时,他已制作了五十多部短片,撰写了一部“糟糕的科幻小说”,开发了一个软件数据库,设计了数十种游戏……霍夫曼说自己是个“冒险者”,也是个“爱做梦的人”,唯一追求的是“想做做的事,而不是那些看上去应该做的事”。

不过,他想做的事情可真是太多了,所以这些年从事的职业也是五花八门:计算机工程师、电影制片人、作家、游戏设计师、风险投资人、配音演员、创业者……这些不同的经历把他练成了“杂家”,他也因此了解了各种行业的用户。

当然,作为一名创业导师,影响他最深的自然是创业者这个职业。霍夫曼曾先后与人合作创立三家企业,最后都获得了风险投资。对他来说,创业是一段刻骨铭心的经历:“目睹过互联网泡沫的膨胀和崩溃,经历了 2008 年金融危机,也



赶上了最大的几波技术浪潮。曾在‘战壕’里挣扎,知道创业有多艰难。”但最后这些都沉淀下来,成了他开展创业教育的基础。

2012年,霍夫曼结束了第三家创业公司,决定休息一段时间。那时,他的很多朋友开始在硅谷创业,他们找到霍夫曼说:“你是怎样写商业计划书的?怎样融资的?我该让哪些人进入我的顾问团?……你一定得帮帮我啊!”

几个月后,霍夫曼意识到大多数创业者问的是相同的问题,因此他在网上贴出“答案”,其中的一些帖子疯传开来。很快,一些陌生的创业者也向他求助。为了解答更多的创业问题,霍夫曼创建了创始人空间项目,开始和同事在旧金山、硅谷举办一系列的以创业为主题的圆桌会议。不久,这些会议蔓延到洛杉矶、纽约、得克萨斯……几年后,创始人空间项目逐渐从霍夫曼的一个业余爱好和义务活动,变成了一个全球性企业。

如今,创始人空间已经孵化出很多著名的企业,如 Instagram、Etsy,他们都曾是非常小的企业,都在创始人空间孵化器起步,现在都已是市值百亿或者千亿级的独角兽企业。在演讲现场,霍夫曼展示出一张 PPT 地图,红色的星星一簇簇闪耀着,它们代表创始人空间的全球五十个合作伙伴。因着这些年积累的成果,创始人空间孵化器也被《福布斯》杂志评选为全球第一的加速器空间。

让创业者说出心中答案

这几年,霍夫曼在中国花了大把时间,因为中国已经是创始人空间最大的境外合作伙伴。创始人空间已经在北京、上海、武汉等地设立孵化器辅导初创企业。

如今,中国的一些创业公司已经得益于创始人空间,有所发展。例如上海的

一家创业公司做出了一款邮件 APP—hiibook,以对话的形式来呈现用户的邮件,除此之外用户还能够发送文字、文件、图片、视频、语音等内容。霍夫曼同创始人见面时,hiibook 已经有 1000 万的下载量了,但他们正面临两个问题:第一,投资人正催他们在产品中加入广告,怎么办?第二,他们正纠结于是否集中资源进军美国市场。

两个问题的答案都是否定的。霍夫曼解释:首先,他们不应在这个阶段做任何可能减慢用户增长的事,脸书、推特、微信以及其他任何快速发展的应用,都是在市场上占主导地位后才加入广告的。其次,他们应该更专注于中国市场,他们的团队并不大,在美国运营要投入大量的资源,这会影响到他们在中国扩张的能力。而且他们在美国投入大量时间和资源后,很可能发现,在美国 hiibook 并不太受欢迎,微信就是如此。对于初创企业而言,专注于一个已经立足的市场

是一个更好的选择。霍夫曼说:“如今,创始人空间帮助 hiibook 走进了韩国和美国市场。”

中国这么大,区域这么广,每个城市都有独特的“性格”,创始人空间怎样帮助中国的创业者?霍夫曼有一套策略,他打算在中国主要城市找到合作方。这些合作者是有要求的,他们必须在当地长大,在当地有自己的关系网。这样的合作者能引导创始人空间在当地扎根。武汉的创始人空间就是按这样的模式创办的。

霍夫曼说,教育是他最大的任务。除此之外,他想作为一座桥梁,连接中国、美国以及其他国家。如果中国的创业者想走出去,创始人空间就能帮助他们走向硅谷,走向包括日本、德国等创始人空间涉足的二十二个国家。当然,如果别的国家想走进中国,创始人空间同样可能成为那座桥梁。

(摘自《环球人物》)

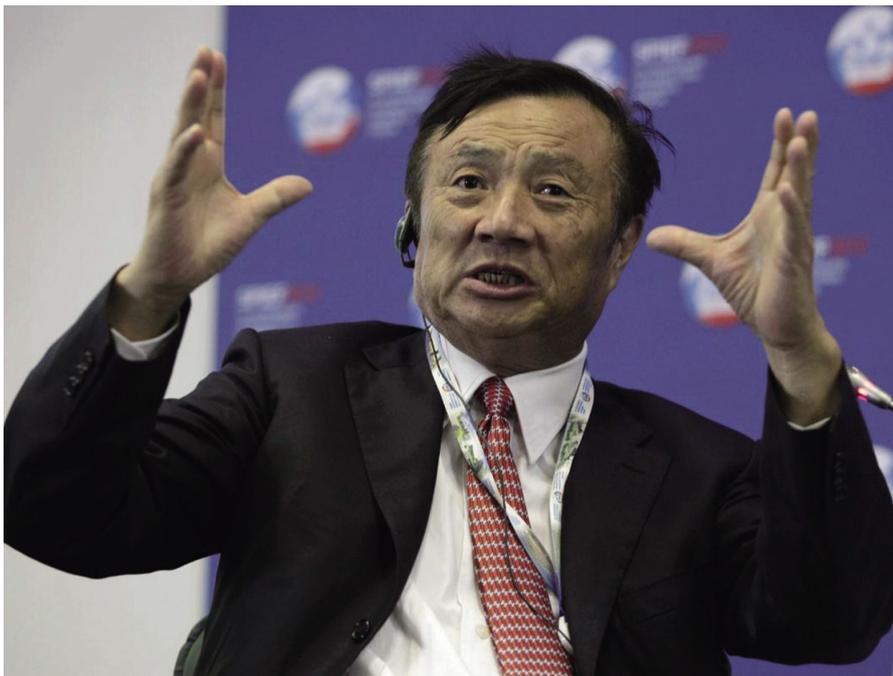


硅谷创业教父史蒂文·霍夫曼点赞成都农业无人机

任正非用人“四砍”

文 / 卞志汉

所谓的华为狼性团队合作文化,是任正非用大刀“砍”出来的,是通过一套简单的规则约束出来的。



提到华为的团队合作,很多人都会用狼来形容华为团队协作的精神。“胜则举杯相庆,败则拼死相救”,团队合作是华为核心价值观的重要体现,华为的团队奋斗精神是如何打造的?

要知道,华为员工都是高级知识分子,都是聪明人,如何让一群聪明人围绕既定目标,相互信任、相互协作,而不是相互猜忌、相互拉扯,这不得不提到任正非卓越的领导能力,以及他独创的一套“四砍”规则。

一砍:砍掉高层的手和脚

任正非强调要砍掉高级干部的手和脚,只留下脑袋用来仰望星空、洞察市场、规划战略、运筹帷幄。高层干部不能习惯性地扎到事务性的工作中去,关键是要指挥好团队作战,而不是自己卷着

袖子和裤脚,下地埋头干活。任正非要砍掉他们的手和脚,就是要他们头脑勤快,不要产生思想上的懒惰。高层干部就是确保公司做正确的事情,要保证进攻的方向是对的,要确保进攻的节奏是稳妥的,要协调好作战的资源是最优的。

二砍:砍掉中层的屁股

华为公司中层干部承上启下,至关重要。任正非曾经大声疾呼,华为公司要强大,必须要强腰壮腿,中层是“腰”是中枢,基层就是腿。砍掉中层干部的屁股,在华为有三层含义:

首先,砍掉中层干部屁股就是要打破部门本位主义,不能屁股决定脑袋,每个中层干部不能各人自扫门前雪,只从本部门利益出发开展工作。坚决反对不考虑全局利益的局部优化,不任用缺乏

全局观的干部主持工作。

其次,砍掉中层干部屁股,就是要走出办公室,下现场和市场,实行动态管理,答案往往在现场。中层干部不能坐在办公室里打电话、听听汇报,而要将指挥所建在听得见炮声的地方,要亲赴一线指挥作战。任正非本人也经常下一线体察民情,巡回督战。

最后,砍掉中层干部屁股,就是要让干部的眼睛盯着客户和市场,屁股对着老板;而不是眼睛盯着老板,揣摩“圣意”,屁股对着客户,不理不睬。华为的核心价值观就是始终坚持以客户为中心,快速应对客户需求。凡是屁股对着客户的干部,要坚决砍掉他的屁股,让他下台。

三砍:砍掉基层员工脑袋

华为公司的员工都是高级秀才,如何把这些清高的“秀才”改造成能征善战的“兵”?任正非可是煞费苦心,在各种场合强调要服从组织纪律,建设流程化组织,建立业务规则。基层员工,不管你是硕士,还是博士,必须遵守公司的流程制度和规则。他在致新员工的一封信中明确指出,华为反对基层员工不了解情况就给公司写万言书,对公司发展激昂陈词,指点江山。基层员工必须按照流程要求,把事情简单高效做正确,不需要自作主张,随性发挥,因此要砍掉他们的脑袋。

华为公司的高层干部要有决断力,中层要有理解力,基层要有执行力,唯有坚定不移地砍掉各自多余的脑和手脚,减少冲突,各谋其位,各司其职,才能形成攻无不克、战无不胜的狼性团队。



四砍：砍掉营养过剩的“赘肉”

最后，任正非管人用人还有关键一砍，没有这一砍，前面三砍就是白砍，没有这一砍，就没有整个组织的“脑袋”、“屁股”、“手脚”的协同，没有这一砍，貌似强大的组织也只是虚胖，没有这一砍，即使成长为恐龙也难以逃脱物竞天择的命运。这一砍是任正非管人用人的最低也是最高要求，就是要砍掉员工的“惰怠”，砍掉一身营养过剩的“赘肉”。

首先，就是要砍掉不劳而获的幻想。

任正非在致新员工的信中明确指出：“进入华为并不就意味着高待遇，公司是以贡献定报酬，凭责任定待遇，对新来员工，因为没有记录，晋升较慢，为此，我们十分歉意。”要想取得成功，得到认可，任正非明确要求，“希望丢掉速成的幻想，学习日本人的踏踏实实，德国人的一丝不苟的敬业精神，想提高效益、待遇，只有把精力集中在一个有限的工作面上，才能熟能生巧，取得成功”。华为公司旗帜鲜明地提出以奋斗者为本的核心价值观就是要坚定不移地砍掉员工的“惰怠”。公司将员工区分为奋斗者和劳动者，将晋升、薪酬、奖金、配股、成长机会等利益分配向奋斗者大幅倾斜，让奋斗者得到合理的回报。通过绩效和劳动态度的评价，实行差别考核的强制分布，将不愿意奋斗的员工逐步淘汰。

其次，就是要砍掉居功自满的思想。

华为公司从一个名不见经传的民营企业，发展成为如今排名 129 名的世界 500 强企业，是华为全体员工奋斗的结果。公司硕果累累，员工钱包鼓鼓，大批员工不用为“五斗米”而奋斗了，躺在功劳簿上歇一歇的思想开始蔓延。公司以往的配股分红机制，也导致坐车的人多，拉车的人少。如何持续激发小富即安的员工斗志，成为华为前进道路上最大的障碍。任正非在内部讲话时强调，“我们要不断激活我们的队伍，防止‘熵死’。我们决不允许出现组织‘黑洞’，这个黑洞就是惰怠，不能让它吞噬了我们的光和热，吞噬了活力”。

任正非 2006 年更是以《天道酬勤》为题，鸿篇大论地阐述艰苦奋斗是华为文化的魂，是华为文化的主旋律。警醒华为有些干部、员工，沾染了娇骄二气，开始乐道于享受生活，放松了自我要求，怕苦怕累，对工作不再兢兢业业，对待遇斤斤计较。警告某些干部如果不能改正，应该给他们开个欢送会。

任正非一方面通过“金牌员工”奖、“天道酬勤”奖、“蓝血十杰”奖、“明日之星”奖，煞费苦心地去激励员工奋斗；另一方面又挥舞着大棒，通过市场部集体大辞职（1996 年）、员工集体辞职后竞聘上岗（2008 年）、废除工号制度、干部后备



队项目（员工淘汰后再改造再学习项目）等，殚精竭虑地涤荡员工惰性。

最后，就是砍掉封闭狭隘的思想。华为倡导艰苦奋斗的核心价值观，不仅是行为上的艰苦奋斗，更重要的是思想上的艰苦奋斗，思想上的大格局、大视野。

“思想这个阵地，你不占领，别人就会占领”，团结华为 20 多万的知识分子，持续艰苦奋斗，攻城略地，光砍掉高层的“手脚”，中层的“屁股”，基层的“脑袋”，未必能组织团队形成有效的战斗力，必须还要砍掉员工惰怠的思想，消除满肚子、满脑子的“赘肉”，才能让 20 多万的华为员工凝聚成“会跳舞的”企业巨人，巍然挺拔，屹立不倒。

（摘自华夏基石 e 洞察）

北大学子 12 年穿越创业“死亡谷”

文 / 陈键 夏琪

12 年前,即将获得北京大学计算机硕士学位的张远放弃了外企优越的工作机会,从北大科技园起步,踏上漫漫的创业路,披荆斩棘,跨过种种险阻,终于感觉到一丝春天的温暖。



2017 年 11 月 9 日,张远迎来了人生中的又一个“高光”时刻:他所创立的 CC 视频宣布完成 2.08 亿人民币 C 轮融资。“有时候你看到自己每天的日子,觉得很匆忙、很普通。但是你拉到更远的范围来看,差别还是挺大的,让人很有感触。”作为一家已服务逾 1.8 万家企业客户的场景化视频解决方案服务企业的创始人兼董事长,张远说:“创业者永远在路上”。

“初生之犊不畏虎”

创业之前,不少公司、单位向张远这位北大高材生伸来了橄榄枝,其中最诱人的莫过于外企的

工作机会。然而,张远放弃了。

当时的张远已敏锐地察觉到,互联网将带来无限商机。2005 年,中国正处在互联网高速发展的时期——那一年,阿里巴巴并购了雅虎中国;百度上市当天,股价冲破 150 美元大关。

这位还在学生期间就入选了“IBM 天才孵化计划(Extreme Blue)”的高材生在深思熟虑之后做出决定——在产业变革中把握机遇,做时代的“弄潮儿”。2005 年 4 月,CC 视频在北大科技园成立。“从北大孵化器走出来的企业是很少的,”如今,回想起当初的创业决定,张远也不禁为自己捏了把冷汗,“我当时是‘初生之犊不畏虎’,没想到那么多困难。现在看,‘初生之犊不畏虎’其实是有高风险的。”

的确,对这位怀抱技术理想、性格内向的典型“理工男”来说,需要四处奔走的创业委实不那么容易。新生的 CC 视频不仅要同业内已经相对成熟的巨头进行差异化竞争,还要面临融资的挑战——在互联网还未大规模覆盖中国的 2005 年,网络视频业务远不如当下这么火爆。蛰伏在北大孵化器(隶属于北大科技园)的时候,张远还遇到过这样一件趣事:一天,北京郊区的一个农场主找上苦于融资无门的张远,表示愿意提供投资,而这居然是因为“金主”按照字面意义理解,以为孵化器就是“孵小鸡小鸭的地方”。

2008 年底,完成 A 轮融资不久,收购了竞争对手并准备一鼓作气完成 B 轮融资的 CC 视频突然遭遇了金融危机。“突然所有人都告诉你要去盈利了。”张远回忆道。而当时这个学生创业团队的销售能力还远没有那么强。CC 视频是做网络视频技术服务的,可在当时的形势下,视频网站没有一家是盈利的。

“有点像给淘金者卖水,非常难。”张远形象地描述当初的“窘境”。

好在张远及其团队没有放弃,他们做了诸多调整,积极应对,终于于 2010 年实现盈利,CC 视频挺了过来。2011 年 8 月,CC 视频获得迪士尼旗



下思伟投资、IDG、江苏高科技投资集团的 B 轮 2000 万美元融资；2017 年，又完成了总额达 2.08 亿人民币的 C 轮融资。

“卖水”者生

发现了互联网的风口，下一步便是找准事业发展时机。CC 视频以“卖水”（即提供后台服务）为业，在风口始终屹立不倒，得益于其将自我定位为技术服务提供商。当年，只要“一着不慎”，便会“满盘皆错”，想起当初至关重要的决定，张远倍感庆幸：“我们当时选择了非常独特的道路，向视频网站‘卖水’。现在看，当时那 100 多家视频网站都失败了，CC 作为独立的服务提供商反而走了下来。”事实上，早期的 CC 视频曾一直以做视频网站式的 C 端（即消费者）运营为下一步目标。而随着形势的变化，张远发现，做 C 端运营越来越难，产业时机也正悄然从 C 端远离。

现任 CEO 董世永的总结分析是，前些年诸如 YouTube 等视频网站的 C 端（消费者）运营模式增值效率高，容易获得资本青睐，因而做得风生水起。而随着类似网站的蜂拥而起，它们之间的竞争已进入“烧钱”大战的白热化阶段，获得的融资也越来越少。在这样的局势下，近些年来，为 B 端（即商户）服务的企业反而更有可能发展壮大。“这和互联网的发展趋势、阶段有关。”张远补充道。

正是基于这样的认识，CC 视频的自我定位在发展过程中经历了好几次转变，而其中最重要的转变便是从提供 C 端服务转为提供 B 端服务。事实证明，CC 视频的路走对了。如今，CC 视频已成为华图、新东方、清华大学、平安集团等多家单位的合作品牌。

“相对于 C 端的风生水起，CC 视频这样做 B 端企业服务的公司一直默默无闻，在角落里不断

积累和沉淀，这样坚持了将近 10 年，”董世永感慨道，“现在我们终于等来了自己的春天。”

不与巨头对怼

不过，尽管已然“风生水起”，张远和 CC 视频一直面临着互联网巨头——诸如 BAT 进入市场的威胁。如何在 BAT 的阴影下求生存，应对潜在的竞争已成为摆在 CC 视频议事日程上的重要问题。

张远结合 CC 视频的发展经历，给创业者提出了他的建议：“创业者不能和行业领先者对怼，尤其在资源方面。”面对这个被很多人提起的问题，张远说，如果和阿里、腾讯等潜在竞争巨头正面“交手”，自己成功的可能性会非常低，相反，避其锋芒，深化自身优势，尽量靠近客户和应用层才是可行之道。

在张远看来，CC 视频的优势就是“离客户更近”。以在线教育为例，CC 视频目前在该服务市场子类的份额已达到 70%。张远认为，经过 CC 视频与在线教育行业客户多年的“陪伴”与“磨合”，双方的产品和服务都在不断提升。CC 视频根据客户需求不断提升自己的技术，提供相应的场景化解决方案；而客户由于技术的改进也得以不断提升自己的服务。

“我们其实就是陪伴着在线教育一起成长的。”张远自豪地说。未来，他决心让 CC 视频继续陪伴客户，抓住时机在行业大佬赶上来之前不断成长，甚至“和客户形成共生”。在张远看来，这是大公司在具体领域所做不到的，因而也正是创业公司的机会所在。

张远给出的第二个建议则是寻找互补性的团队。他坦言，自己最初的团队均来自北大计算机系，多数属于技术“宅男”，缺乏销售型人才。而自从和现任 CEO 董世永合作，近几年 CC 视频的发展就快了很多。“团队在哪个领域都不能有短缺。”他总结道。

张远的最后一个建议关乎时机。张远以在线教育为例，说明了时机的重要性。他分析说，在线教育早在 10 年前就已出现，但由于网络技术的限制，始终处于很边缘的地位。如今，各类公开课、网课如雨后春笋般出现，这些都得益于基础设施和技术的发展，属于时机的“产儿”。

“时机对于创业者来说非常重要，产业机会一直在变。”张远说。

（摘自人民网）



天才孙天齐

文 / 陈贝蕾

未来已来,但它并未汹涌而来,具体方向尚属未知,因此,身处前沿行业的人,不得不忍受寂寞。



“为了世界和平,我们曾经拒绝了一笔大单。” Vincross 创始人孙天齐半开玩笑地说。

几个月前,孙天齐收到过一封邮件,一个自称做儿童编程教育的公司想要采购 Vincross 的 HEXA 机器人。邮件中,孙天齐得知,对方的公司叫“禅”,需要采购 120 台 HEXA 机器人,60 台运至叙利亚,60 台运至约旦。并且,对方对这台机器人的遥控距离和载重十分关注。

“搞儿童编程的怎么会和‘禅’有关系?他应该是为了迎合中国文化的特点编的名字。”直觉告诉

孙天齐,事情并不简单。他搜索地址,发现邮寄的地址在国际新闻中屡次出现——那是全球自杀式爆炸最惨烈的地方。孙天齐当即回了封邮件,婉拒了这笔买卖。

孙天齐的 HEXA 机器人是全球首个全地形机器人,也是全球首个面向机器人开发者的机器人开发系统。目前,HEXA 机器人已经卖到 40 多个国家。那次恐怖组织之所以联络他,正是因为看到了 HEXA 机器人在国外的优异成绩。

初始

真格基金创始人徐小平在提到孙天齐时毫不讳言:“孙天齐是个天才,《图灵传》将近 60 万字,他大学就翻译了。”

孙天齐“令人震惊”的事还有很多。他大学一年就写了 10 万行代码,徐小平跑去问从业人员,对方告诉他,专业的程序员一年也写不了 10 万行代码。为了实现机器人的梦,孙天齐还亲自跑到小米代工厂去工作,徐小平评价说:“这些经历,使他看起来不像是只有 20 多岁的年轻人。”

在微软亚洲研究院待了 1 年多后,孙天齐继续他的项目,只是阵地转移至清华,他成了清华的一名研究人员。

2014 年,孙天齐觉得时机终于成熟。按照过去几十年的经验,一个领域机会减少的时候,另一个领域就该崛起了。他分析,移动互联网已经开始走下坡路,创业机会越来越少。

离开清华的孙天齐进入一家手机公司学习,很快就将公司的运作流程和手机的制作过程熟悉了。在那里,他还幸运地遇到了合伙人张帆。两人一拍即合,进入人工智能领域,成立了 Vincross。公司做的第一款产品就是 HEXA 全地形机器人,并打造类似 iPhone 的机器人应用商店。

尽管孙天齐技术过硬,但公司发展他仍然遇到了不少困难。学术出身的他逐渐发现科研和创业的区别:一个科研项目需要用到某个芯片时,研究



院会花 6000 元买一个，但创业时做 To C 产品，花 6000 元去买一片芯片成本就太高了。在研发过程中，许多可以借助外力完成的科研，团队都需要自己学习并开发，这样一来，成本虽然降低了，但难度提升，研发周期也增加不少。

另外，其他行业中，工程师是高度细分的，做软件的只做软件，做结构的只做结构。但人工智能行业则不同，机器人不是硬件操纵数据，而是软件操纵硬件，软件硬件深度结合，硬件稍微改变，软件程序就不好用了，而物理交互是此前计算机行业中不存在的。要寻找既懂硬件又懂软件的工程师难上加难，因此，培养人才成了公司的重要任务。

HEXA 机器人中拥有一些黑科技，比如它的头可以一直旋转。这个看似很小的技术环节，却是很多机器人公司头疼的问题，因为头部的电路板绕一个方向一直转一定会拧线。在用户测试中，HEXA 的头部可以无限旋转都不拧线。这一技术问题的解决使得机器人的肢体转动、攀爬异常灵活而不受阻碍。

作为机器人开发系统的 HEXA，因为很难讲出具体场景的应用，融资时也会受阻。徐小平曾经在听了孙天齐的解说后对他的模式予以否定，觉得“不靠谱”。徐小平透露说，团队否定 HEXA 后，他翻来覆去睡不着，晚上打电话给孙天齐问：“你那么聪明的一个人，为什么会犯这样愚蠢的错误？”

孙天齐告诉他，很多投资人并不了解真正的机器人和机器人开发技术，总会问及机器人的具体应用场景，所以为了便于投资人理解，他不得不编造出一个具体化场景。

真正明白 HEXA 的模式不是件容易事，但徐小平最终被打动。“孙天齐是非常聪明的那一批机器人研发者，我相信 10 年后，HEXA 将会成为陪伴每个人左右的产品。”很快，孙天齐就拿到了徐小平真格基金的 100 万美金天使投资。

GGV Capital(纪源资本)是 Vincross A 轮的主要投资方，该基金管理合伙人李宏玮对这家创业公司感兴趣的主要原因在于 HEXA 综合的生态系统。

GGV 副总裁余俊也表示了对 Vincross 团队

的认可，他认为，在技术层面上讲，能做出一款真正的仿生机器人是极其困难的，而孙天齐团队则具备这样的技术能力。“把产品做到这个完整度的人工智能公司几乎没有。”

方向

“大家都在炒概念，其实人工智能还远远不到 1.0 时代，可以说只能算 0.5 时代。”1989 年出生的孙天齐有着超越其年龄的清晰逻辑，他判断说，机器人目前的发展阶段像 1970 年代的 PC，所有人都知道这个东西是未来，但没有人知道这东西到底有什么用。

1970 年代，IBM 的董事长曾经认为全世界只需要 5 台 PC 机，用于大型公司的数据计算，但乔布斯、比尔·盖茨却坚信人人都会拥有一台 PC 机，并为此不懈奋斗。

孙天齐认为，如今在人工智能领域也是一样，创业公司都像在大海上漂行的船，没有坐标、没有参照，往哪里漂只有自己知道，但在这种情况下，他们还要说服投资人、用户、同事，告诉他们：相信我，这么走是对的。

孙天齐认为自己在做的 HEXA 六足机器人，代表着未来的方向。“水涨船高，船不能比水高，我们可以之字形前行，但不能南辕北辙。”方向对于孙天齐来说很重要，他知道自己想要什么，但他不能超越时代去发展。为了公司的生存，他有时需要妥协。未来，公司会去做管家类的机器人，有具体应用场景，普通人更容易理解和接触。但对于孙天齐，六足小家伙才是自己真正的兴趣所在。

孙天齐对于人工智能的需求有着异常清晰的洞察。他的 HEXA 机器人并非普通人的玩物，它是极客和发烧友们的学习工具。电子产品和人的交互平台正在发生大的变迁，整个消费电子行业中，移动互联网已经没有机会。“再找到一个需求，甚至是伪需求都很难。”孙天齐如是说。

电脑是虚拟时代的产物，与数码和信息层次有关。你输入信息给它，它输出信息给你。新的机会则与此完全不同，电脑做不到实体世界的数据化，但机器人可以。

“大量软件开发者无法进入这一领域，是因为他们没有练习机器人编程操作的硬件和机会。”孙



天齐分析目前的机器人市场的现状：通常情况下我们看到的多是玩具机器人，你可以与它沟通聊天，带有一定的智能性，但本质上还是“智能手机”时代的产品，是“装了手脚”的智能手机；另一种则是波士顿动力这样的公司生产的机器狗，一台 200 万美元，普通人很难消费得起，并且不在市场上公开售卖。

机器人行业最大的问题不是具体场景应用，而是满足开发者对机器人开发编程的需求。孙天齐认为，智能手机能发展，苹果手机只是一个载体，大量软件公司去做各种各样的 APP，才真正让智能手机焕发生机。而机器人行业想要发展，不是去做扫地机器人一类，那只会让机器人行业更趋向家电行业，丧失真正的行业创新力。

在人工智能领域，产品也应当要有分工。如同移动互联网时代，硬件、系统和应用是分开一样。做硬件的公司如华为、三星，做系统的如安卓、iOS，做应用的如腾讯、滴滴等。但机器人行业目前未到分工阶段，每家公司都需要从头做到尾。“做扫地机器人，一家公司需要从机器人硬件到系统

再到扫地的应用植入面面俱到，这是非常庞大的一个工程，在 PC 和移动互联网时代，巨型公司也不会去做这么长的产业链。”

基于此，孙天齐在 HEXA 机器人上开发出 skill 应用，开发者可以按照自己的想法为 HEXA 开发 skill、移动 APP 和互联网应用，让机器人开发者有了练兵的机会。

此前，孙天齐曾在 Kickstarter 上为可编程六足机器人 HEXA 发起众筹，定价为 549 美元。之所以首先进入国外市场，是因为“外国人比较愿意尝鲜，对于这种新的机器人形态有兴趣，而在国内，普通民众更关心的是这个机器人具体能做什么，‘可以搬东西’还是‘清洗管道’”。但对于 Vincross 而言，这种类似于安卓、iOS 系统式的机器人，具体应用要根据开发者的设定，所以很难回答 HEXA 的具体作用。

孙天齐以苹果公司类比，苹果电脑最初一年只卖了 550 台，但它做对的一件事是，没有规定特定的情景。其他公司在做具体应用场景中的电脑，比如专门制作卖给秘书、会计。这样一旦需求转型，这些公司将被率先淘汰。而苹果公司具备柔性，针对的更多是电脑爱好者和开发者。一旦游戏这一需求出现，会有大批开发者进入开发，转型很快。“我们做系统也是这个原因，不做具体场景化的事，让产品有柔性，模式也有柔性。”

“如果你用现有的机器人来做相关的探索，那你必须要有足够的机器人学背景。”Vincross 首席运营官徐凯强曾说：“因为哪怕是抬胳膊这种简单的动作，也需要好几百行的代码，但是用我们开发的生态系统，让机器人做这种任务就会非常简单。”

这套生态系统叫做“MIND”，它包括了编程语言、技能商店、移动端应用程序，以及 3D 模拟器，凭借这个模拟器，开发者可以快速地让虚拟的 HEXA 完成一系列动作，或在虚拟环境下做测试。

“我们也不知道开发者社区会创造出什么，”徐凯强说，“这个生态系统缩短了开发者与机器人领域的距离。”

“我们希望看到开发者社区做出搜寻救援、家庭安全等方面的技能，”徐凯强说，“我们利用 HEXA 做的是，把开发者之前无法触及到的技术放到我们的平台上。对下一代产品，我们希望增大 HEXA 的体积，让它能爬上更高的台阶，跨越更困难的地形，并为它加入更多传感器。”



未来

“现在四处宣讲人工智能的一些科学家并不真正了解人工智能,比如霍金是研究物理的,埃隆·马斯克也不是人工智能专业。”孙天齐说,机器人真正解决的问题还没有被大众所认知,但 HEXA 在不断尝试。“公司的愿景就是,能够让机器人帮助人类解决实际问题。”

他认为,如今大量人工智能公司都在研究服务性机器人,比如超市中代替人跑腿的机器人,使得大量的超市工作人员失业,这并不是真正的进步。机器人应当作为人的延伸,到达人类肉身到达不了的地方探索,机器人的一大价值应当用于空间探索。

有个经典的政治学悖论:火车轨道岔路口上,1个小孩在废弃的轨道玩耍,5个小孩在火车行驶的轨道玩耍,火车要不要变道以拯救更多人,成了一道争辩不休的难题。这样尖锐的问题无处不在。“天津油罐爆炸案对我的触动很大,网上贴过一张照片,所有人都从爆炸现场往外走,有一个消防员却在逆行,向火里去。”孙天齐问:“难道消防员不是人吗?人的本性应该是趋利避害,是不能往火里去的。我们选择一个可能牺牲的消防员去拯救更多人,对于消防员来说,这本身是一种残忍。”而随着机器人时代的到来,这样的问题会逐渐被解决。未来,机器人可以代替那批少数需要牺牲的人。

孙天齐目前正在与地震救援中心、消防等机构洽谈,希望 HEXA 机器人能够具备更大的社会价值。地震救援中,95%的时间是在找人,5%的时间才用来救人。72小时内是救人的黄金期,而在这个时间之内余震强烈,救援人员会冒很大的生命危险。

孙天齐说,找人的过程其实如同机器人的传感器作用,也就是说,地震中95%的工作都可以由机器人来做。只有适应灵活爬行的机器人才能完成这样的任务,这也正是 HEXA 的意义所在。



机器人的另一个价值在于陪伴,发达国家老龄化已经非常严重,中国也在趋向老龄化社会。机器人将有可能照顾老人的生活起居,并在家庭中扮演重要的作用。

索尼曾经生产过一个机器狗,在日本卖了10万个,后来,由于项目负责人离职,机器狗被停产。出乎意料的是,日本居然爆发了大规模的游行,很多老年人控诉索尼公司“惨无人道”,担心陪伴自己的机器狗坏掉,要求重新恢复机器狗的维修。为了安抚老人,民间产生了自发维修机器狗的组织,一些寺庙甚至能够提供坏掉的机器狗的超度服务。

一位美国航天研究人员购买了一台 HEXA,在太空,宇航员往往要待上半年时间,举目无亲,内心极度空虚。由于太空环境的复杂性,宇航员们不可能带猫、狗等宠物上去,而带 HEXA 上去,也许能起到同样的作用。因此这名研究人员将其买回去编程,为它设计一些娱乐交互,使它具备陪伴属性。

孙天齐否认人工智能的发展会威胁人类的生存:“你认为文学能不能毁灭人类呢?人工智能只是个学科,没有任何一门学科能够毁灭人类。”

他引用人类学后达尔文主义的理论,认为世界上只有一种生物——基因。人会生老病死,但基因会通过抛弃一个人和遗传至下一代人而获得生存,《自私的基因》的作者道金斯认为,基因是独立的生命,它能够操纵人生存、求偶和繁衍的行为,为的是将基因传递下去。

“人工智能只是大规模复杂数据系统,没有生存动机。”按照孙天齐的说法,没有动机的人工智能不存在毁灭人类的可能,其威胁只是来源于操纵它背后的人,这和原子弹的现状一样,所以情况并没有变得更糟,只是手段变得多元。

他认为,人类之所以畏惧人工智能,是基于我们长期以来对自己智商的优越感。人类对跑车不产生畏惧是因为人类已经承认了自己连豹子也跑不过的事实。

人类还没有习惯比自己聪明的仿生物,因此在阿尔法狗与李世石比赛中,人类会对阿尔法狗的聪明感到恐惧,而“阿尔法狗下围棋的行为是人类要求的,它自身原本没有求胜的动机,所以根本不构成威胁。”孙天齐说。

未来已来,但它并未汹涌而来,具体方向尚属未知,因此,身处前沿行业的人,不得不忍受寂寞。这,大概是先行者的宿命。

(摘自《中国企业家》)

大企业的研究院

文 / 江寒秋

这是一个有组织、大规模的创新时代,无论是产品创新、技术创新还是模式创新,持续创新已经成为企业在市场摸爬滚打中争取生存和发展空间的关键要素。



在 2017 年杭州云栖大会上,阿里巴巴集团正式宣布成立承载“NASA 计划”的实体组织——“达摩院”,进行基础科学和颠覆式技术创新研究。

对企业而言,研究院代表的是一家企业的战略未来,同时,企业也需要一个当下能带来赢利的业务。左手探索,右手点金,一家志存高远的公司,既要习惯用右手挥斥现在,更要长于以左手推演未来。

研究院的当下与未来

实际上,当企业发展到一定规模,并具备更多的公共气质之后,企业都会设立自己的创新研究机构。根据自身的愿景和定位,可将这些企业研究院分为三种类型:战略型、技术型和混合型。

战略型研究院,是指研究跨度和服务对象不局限于本企业相关业务,而是侧重于经济社会、行业发展、发展战略、经营管理等偏宏观的主题,而非与企业主营业务相关的技术和产品创新,是一种类似于咨询机构的研究智库。典型的战略型研究院如中国三星经济研究院、国网能源研究院等。

技术型研究院,以承接企业发展战略的技术创新和产品创新为宗旨,以此创造企业动态竞争能力和优势,实现可持续发展。典型的技术型研究院如华为 2012 实验室、GE 中国研发中心、海尔中央研究院、腾讯研究院等。

混合型研究院,带有战略型和技术型的双重性质,大多以技术型为主带有战略性研究职能。典型的如中国移动研究院、中国电力科学研究院等。

这些企业研究院普遍会采用产学研结合、开放式合作的方式推进研发创新。腾讯研究院发展战略的一项重要内容就是“与一流科研机构紧密合作,共同推进技术进步”,其与政府、高校及行业伙伴开展了广泛的合作,建立了清华大学-腾讯互联网创新技术联合实验室、腾讯-英特尔移动技术联合创新实验室等。

企业研究院的研究方向与企业发展战略和研究院职能定位密切相关,其主要研究方向不仅要涵盖当前核心业务,以维持企业技术领先的行业竞争力,也要包括未来具有发展前景的颠覆性的技术创新研究,以抢占技术先机并引领未来趋势潮流,使企业在快速变化的竞争环境中不断形成动态竞争优势。

华为的 2012 实验室就是面向未来发展而设立的,承担着集团创新、研究和平台技术开发的使命。2012 实验室聚焦在 ICT 领域的关键技术、架构、标准等方向持续投入,引领未来网络从研究到创新实施。根据华为 2015 年的财报显示,华为累计申请了 52550 件国内专利和 30613 件外国专利,专利申请总量位居全球第一。

腾讯研究院有六大核心方向:自然语言、多媒



体、网络技术、智能计算、数据挖掘、无线技术。

根据专利检索数据库 Patentsics 上最新公开的数据,截至 2016 年 7 月 12 日,腾讯公司的中国公开专利数量达到 11000 多件,成为首家在华专利申请公开数量突破万件的互联网公司。

海尔中央研究院的主要职责是跟踪、分析和研究与集团发展密切相关的超前 5-10 年的技术,同时推进这些技术的产业化转化工作。实际上,海尔在差异化创新上做得还不错,比如在 2017 年广交会上,海尔展出了净界、舒适风、Dawn、Nebula 等全系自清洁空调。海尔还宣布,继 2017 年 3 月自清洁空调在泰国上市后,还将出口到全球 20 个国家,继续夯实海尔智能空调行业第一的位置。

那些失败的研究院

71.7 亿美元,2013 年 9 月 3 日微软以这个并不华丽的价格,收购了盛极一时的诺基亚手机业务及其专利组合。微软以如此低价、快速地完成收购,一如 2012 年诺基亚关闭全球研究中心的北京研究院,让人大呼意外的同时,又不得不承认似乎如此合理。

1999 年,诺基亚的 8850 手机,比 siri 提早 12 年推出语音拨号;2003 年,语音博导系统首先与中国用户见面;2005 年成功完成了业界第一个 HSUPA 演示;名片识别、即拍即译……这些都是诺基亚北京研究院的赫赫战功。然而,内外交困的结局却让它未能善终。

从 2011 年开始,诺基亚的主营业务像是在玩海盜船,忽左忽右、忽上忽下,新品卖不到一季就会被新平台取代,刚赢得的用户口碑就被自己付之一炬,受伤的总是自己。

这些都为北研究院的关闭埋下伏笔。

2008 年,NRC(诺基亚研究中心)从 IBM 挖来刘震,希望能解决不能制定长期、独立规划的弊端。可没想到,北研究院却被刘震拉离了大部队。

事实证明,风格强势的刘震独揽大权,加大了北研究院与 NRC 全球的脱节。他一到任就全盘否定了前任院长的工作。他说,诺基亚做通信已经没有前途,应该去研究大数据,这让北研究院开始慢慢脱离诺基亚大部队。

2009 年,北研究院甚至开始尝试一些与诺基亚的业务极不搭边的开发。

它曾尝试团购软件平台,虽然口头上不承认是团购,但与团购别无二致;它也曾试图设立实验室,

想在诺基亚系统之外,独占开发一套手机研发模式,开发一些小众手机。但尝试的结果并不理想,曾向 NRC 总部承诺的 18 个月招揽的 800 万用户,最后只有 2 万;从承诺每 6 个月就开发出一款新手机,到被关闭,2 年半的时间,NRC 总部还没见过一款手机成品。

在诺基亚的没落背景下,已经“跑偏”了的北研究院被“整体裁撤”,是意料之外,却又在情理之中。

同样名噪一时但又不得善终的还有微软创始人保罗·艾伦成立的名为 Interval 的企业研究院。

1992 年,艾伦花费了 1 亿美元雇用大批硅谷顶尖专家,营造宽松的科研环境,希望这些技术天才自由发挥,在没有商业压力、利益驱动的氛围中做出不同的研究创新来。

90 年代中期,李开复曾被邀请前去演讲,介绍其语音识别方面的心得,他所看到的是全球著名的科学家们东倒西歪,甚至躺在地上听其演说,与其进行哲学层面的辩论。宽松的环境虽然极力鼓励追求未来创新的精神,但在散漫中也容易失去专业严谨的思考态度。

2000 年,在取得 140 项专利但亏损 2.5 亿美元的情况下,Interval 宣布关闭。

关于 Interval 的故事还没完,2010 年 8 月,保罗·艾伦对谷歌、苹果等 11 家公司提起诉讼,指责他们在没有授权的情况下使用了 Interval 研究院的专利技术。这种依靠专利官司赚钱的行径,被苹果联合创始人史蒂夫·沃兹尼亚克称作阻碍了技术革新,对世界毫无益处。

一开始不顾一切追求创新的保罗·艾伦和他的 Interval 研究院,到最后竟被指阻碍技术革新,这或许是对艾伦和 Interval 研究院最大的讽刺了。

(摘自《齐鲁周刊》)



中国移动研究院

孵化器的痛点与激点

文 / 颜振军（中国第一位科技企业孵化器博士，北京市人大常委会教科文卫体办公室副主任）

几十年来，各个国家和地区的企业孵化器为培育创业文化、弘扬企业家精神、提高创业成功率、增加就业、推动创新和经济社会发展，做出了卓越的贡献。2017年是中国科技企业孵化器建设30周年。借鉴美国和其它国家的成功经验，中国走出了一条独特的孵化器发展道路，取得了巨大的成功。



当前中国孵化器的八个痛点

中国科技企业孵化器经过30年的发展，取得了举世瞩目、毋庸置疑的伟大成就，但是同时也显现出一些发展中的问题，痛则不通，通则不痛。正确地认识、分析、解决这些问题，会使中国的创业孵化事业更好更快地发展。我认为，当前中国孵化器的痛点在八个方面。

1. 利益机制缺陷。一是所有者和经营者之间缺乏合理的利益关系。就国有的孵化器来说，这是常态，孵化器的经营团队难以在孵化器的发展中得到恰当的激励，特别是物质激励。有些民营的孵化器的老板和运营团队之间，也没有建立发展利益共享的机制；二是许多孵化器与创业者之间，并没有建立“共生”的利益关系。最坏的一种情况是，孵化器与创业者之间就是房东与租户之间的关系。其实，最好的关系，就是“血缘关系”，孵化器是在孵企业的股东，若有些在孵企业还是孵化器的股东，那会更好。

2. 结构与模式单一。在有些地方，孵化器、众创空间的结构趋同，商业模式不健全、盈利模式单一，创新不足。一些企业尚未把握创业孵化的精髓，存在商业模式、经营管理的路径依赖，往往重资产、轻服务，重建设、轻培育，创新链、产业链、资金链等社会资源的嵌入及整合不足。

3. 孵化器的过载体化。孵化器动辄拥有过万平米甚至十几万几十万平方米的空间，数百家上千家企业入驻。一方面，难以对企业提供有价值的孵化服务，使得孵化器的市场影响打折扣；另一方面，过度依赖房租收入，增值服务特别是投资融资服务得不到应有的重视，未来发展乏力，终会被市场淘汰。

4. 众创空间的盈利难。许多人对众创空间的理解过于简单，以为在形态上就是创业咖啡+创客空间，在内容上就是论坛+讲座+路演，活动做得热热闹闹，足以得到政府的关注、拿到政府的补贴奖励就够了。众创空间，跟孵化器一样，得找到自己的确定的盈利模式，方可持续发展。

5. 缺人。最近两三年出现非常多的孵化机构，但是合格的人才极其缺乏。

6. 缺资源。孵化器的一个核心竞争力，就是拥有比别人多的创业服务资源，而且具有强大的整合资源的能力。有的团队，做单个的企业尚且吃力，怎么能做好一个孵化器呢？

7. 行业整合不足。现在有数万家的孵化机构、四五百亿的收入、几十万人的队伍，但全国性的行业服务机构付之阙如。

8. 欠谋划。孵化器发展的“十三五”规划已经发布，相信会对行业发展具有重要的指导作用。但在孵



孵化器发展的全国布局上,仍需要相关政府部门、行业组织等深入研究,政府、市场、社会合力推进;在地域上,不同地区对孵化器有不同的需求,有些地方市场体系健全、市场力量强大,有些地方经济社会发展滞后、创业意识不足、创新活力不够,如何发挥孵化器独特优势,促进不同地区经济社会发展以及人的全面发展,需要加强宏观统筹;在产业上,如何利用孵化器促进新兴产业的生长、助力传统产业的升级,也要加强引导、指导和服务,以利于孵化器合理的产业布局。

未来中国孵化器的七个激点

激点,就是触及、触动,就会产生激动人心的效应之点。对于中国的孵化器,未来将有几个方面会得到市场、社会、政府的关注,取得突破、产生影响,成为创业孵化强国的重要特征。

1. 国有孵化器建立起有更强市场竞争力的运行机制。以往30年,大量的国有孵化器积累了庞大的创业孵化资源,但是由于体制原因,这些资源的利用效率往往不高。未来,在经济比较发达、市场力量比较强大的地方,国有孵化器将有望采用公私合营或者私有化的形式,突破体制障碍,真正市场化地运营。如这些难以操作,亦可采取所有权与经营权分离等形式,激发孵化器经营团队的积极性,提高创业孵化绩效。而在经济欠发达地区,在创业孵化领域仍然市场失灵,国有的机构、公共资金,仍将发挥主导作用,但运营机制上要做好设计,让操作运营孵化器的人感到有奔头。

2. 产业孵化器。产业孵化有别于企业孵化,是以一个产业为孵化对象,或是把一个尚未出现的产业孵化出来,或是把一个幼稚的新兴产业孵化成熟。未来,中国会产生一大批以产业孵化为己任的孵化器,特别是科学产业孵化器。

3. 专业孵化器。未来的孵化器,多数将是聚焦于某一个技术领域或者产业的。随着技术创业的门槛提高,产业领域越来越细化,个人或团队的知识、能力、资源相对来说越来越狭窄(或专业化),创业者对细分领域的专业化资源需求将越来越强烈。专业孵化器惟有具备完善的专业孵化资源,包括技术平台、技术服务团队、特定技术偏好的风险投资、特定领域的市场营销等,才能适应这样的要求。

4. 加速器。中国的加速器有两种类型,一是介于孵化器和科技园之间的,服务于企业的规模扩张期,通常是创业公司开始大规模的产品生产,员工数量大幅增加,办公和生产场地需求加大,销售收入大幅

提高。此时,相较于孵化器,加速器提供的服务和扶持的内容发生了很大变化。未来,中国的从业者将探索出一套独特的既不同于孵化器又不同于科技园的加速器运营模式。

另外一类是美国模式的加速器,企业在这个阶段,并不一定是进入大规模生产阶段,而是体现在企业竞争力的快速提升。这种加速器与孵化器的孵化对象、基本服务内容、商业模式,都基本一致,只是时间更短、资源投入强度更大、效益更好。未来,这种类型的加速器在中国将有长足的发展。

5. 大企业投资运营孵化器。这种模式对大企业的好处现在已经开始被大家了解、认可,一些大企业特别是超大型的央企,正在筹划创办孵化器。这样的孵化器,一来可以吸引同行业中的新创企业加入自己的阵营,通过技术转移、团队移植、企业并购,为大企业未来发展提供新的增长点,并将未来可能出现的行业颠覆者收入囊中;二来可以扶持企业内部创业,增强企业活力和对员工的吸引力。

6. 跨境孵化。在国外建立一个孵化平台,投资、孵化当地新创企业,条件成熟的时候将其引入中国,继续进行以本地化为特征的孵化或加速,孵化器适时推出并获得利益,将是跨境加速的一个典型场景。另外一个方向是在中国预孵化然后推向多个其他国家的创业孵化。

7. 行业整合。20年前,一些先行者就在尝试中国孵化器行业的整合,但显然时机并不成熟。现在行业已经足够大了,而且孵化机构和在孵企业都有更强烈的对外部资源的需求。一个全国性的行业协会,一批全国性的行业服务机构,一些区域性的孵化行业协作组织,一些细分产业的孵化集团,都将很快建立运作起来。相对分散、资源不足、能力受限的这些孵化器,已经创造了不俗的孵化业绩,有了充分的基于市场的同时得到政府和社会支持的行业资源整合,中国的创业孵化行业必将产生更广泛深刻的经济社会文化影响。

(摘自财新网)



影响未来的八大汽车科技

文 / 张安彤

未来五到十年,新兴科技将影响汽车产业的长远发展,汽车会在多大程度上影响人类未来的生活?



有种说法是,你初次拥有的智能机器人,很可能就是汽车,你会把自己的性命交给它。还有人认为,汽车终会成为人的移动生活空间,人们会像依赖智能手机一样依赖汽车。当然,还有诸如“飞行汽车”、“三栖汽车”等改变人类出行方式的美丽设想……以上并非空中楼阁式的空想,其背后皆有层出不穷的汽车新科技作为引擎无形推动,尤其是在汽车“新四化”——电动化、网联化、智能化、共享化的发展趋势下,汽车产业承载更明确的使命。

情感引擎

——汽车机器人的情感中枢

“情感引擎”由本田提出,本田工程师将其定义成“一个网络系统”,“情感引擎”通过摄像头识辨人的面部表情,通过麦克风识别人声音的抖动频率,用传感

器感应人的坐姿状态。系统会根据这些数据自我学习,从而掌握驾驶员的偏好,进而提供定制化的驾驶服务和方案。

也就是说,你的汽车以后不只是代步工具了,它具有独特的思维和感情,甚至会和你交流,理解你,像恋人一样呵护你。不过,这种仿人类的设计应用到汽车上,有可预测的风险存在,且“情感引擎”能做到多懂主人,也由它深度学习的能力而定。

动态无线充电

——边开车边充电

随着奔跑在道路上的电动汽车越来越多,传统的充电桩显然无法满足更多电动汽车的用电量,其便捷性也一直为人诟病。因此,一种能让电动汽车边行驶边充电的有效方法应运而生,它能够克服一次充电续航里程短的局限。

动态无线充电使汽车底部的线圈可以接收来自公路地下线圈的电力传输,从而实现在行驶过程中的无线充电。2017年年中,美国斯坦福大学研究人员在英国《自然》杂志上报告说,他们的新成果使动态无线充电研究迈进一大步。即通过简单的方法做到动态的无线高效能量传递。

技术打了通关,目前的问题更多来自于高昂的道路建设成本和道路运行模式,这些需要时间反复测试、推翻、重建。

飞行汽车

——不堵车世界的门钥匙

2017年11月,吉利收购美国飞行汽车公司 Terrafugia 的消息震惊汽车与科



技圈，因为这意味着市场极有可能很快就出现飞行汽车的身影。飞行汽车一般可在陆空两领域行驶，现在更多被讨论的是具有垂直起降功能的飞行汽车。这种飞行汽车无需跑道助跑，能够从自家阳台直接起飞，沿着既定空中交通线路抵达目的地。这样的设想给未来3D交通出行打开了思路，如今城市堵车严重的现象也可能因此得到消解。飞行汽车的普及并非遥远的梦，只是在这个不远的梦里，还是要做好动力系统的改进，并等待着全新空中交通管制系统的建立健全。

固态激光雷达

——普及自动驾驶的关键一击

固态激光雷达几乎是伴着自动驾驶的走势而发展的。纵观多数自动驾驶汽车，车顶都架着个可旋转的“球”，此“球”即为激光雷达，它是自动驾驶的关键传感器，但由于其机械式的设计可靠性低、成本又高，一定程度上阻碍了自动驾驶的大规模商用，固态激光雷达开始站上舞台。

目前，提供激光雷达产品的车企、汽车供应商、创业公司正在暗中角力，希望占得优势。自动驾驶现阶段的浪潮掀起了下一个车载激光雷达的发展形态，或许，不再顶个“球”的自动驾驶汽车也会因此迈向新的技术台阶。

“车联网+”

——未来出行方式

2017年4月上映的影片《速度与激情8》中，失去意识的“僵尸车队”让人们正视了一回自动驾驶汽车的网络安全问题，因为搭载车联网系统正是汽车被入侵的先决条件。车联网作为一个整体，甚至作为一个移动端，也被摆上“审视桌”。“车联网+消费”、“车联网+金融”的模式怎样保护数据？如何做到既安全又有竞争力？

实际上，“车联网+”更像是“互联网

+”的衍生，但车联网还未成熟到能够与其他生态充分打通。不过，车联网无疑是物联网技术在交通领域的典型应用。在车车、车路、车人、车网之间实现智能、互联、一体化的未来，“车联网+”将在人们出行生活中扮演重要角色。

氢燃料电池

——排出的只有水

相对纯电动汽车，效率更高的氢燃料电池汽车被认为是未来新能源汽车发展的更好方向。这种技术通过燃料电池产生电力作为汽车动力，行驶过程中没有碳排放和其他污染，只有水，可以说是燃料电池技术中的“清流”。

2017年11月，中国科技部门的决策者提出，当前世界正面临着能源生产和消费的深度变革，氢能燃料电池技术创新正成为全球能源技术革命的重要方向，氢能燃料电池是未来汽车产业技术竞争的制高点。为占此制高点，氢能燃料



电池制造成本高、燃料存储运输难等问题还需一一攻克。

3D打印汽车

——DIY一辆车

3D打印由于拥有快速成型、能制造复杂结构等优势，在汽车行业已得到不少应用。有市场研究公司预测，到2022年，全球汽车行业3D打印市场将达到23.91亿美元。

以“全球第一辆3D打印汽车”Strati为例，把这台车打出来，首先要把数字文件放进打印机打印出汽车的大致形状，再用修边机铣削切割出确切的模型，再装上发动机、轮子等非3D打印的零部件。完成这一系列动作，用时44小时。这已经提供了一定程度上的设计自主性，不过要自己胜任设计师的角色还是困难，目前暂可以在3D打印轮胎等零部件上发散，例如结合手机应用，直接对失效的零部件进行重新设计和即时打印。

生物基材料汽车

——轻量化新“脑洞”

荷兰埃因霍温理工大学生物汽车团队2017年就造了这么一款“绿色纯天然”的汽车，它叫Lina，除了车轮和悬架系统，其他部分均使用由亚麻和甜菜制成的生物基复合材料，最大特点是可实现生物降解和轻量化。

相比传统汽车的用料，生物基材料相对更轻。现在有很多企业选择使用铝和碳纤维材料代替钢材来生产更加轻量化的汽车，但是，在加工上所耗费的能量成倍增加。因此，生物基材料便剑走偏锋，成为汽车轻量化的个性选择。

可以说，Lina是科研界对汽车轻量化探索的成形“脑洞”，值得鼓励。但同时，对生物基材料汽车安全性、耐久性、经济性和工艺性等基础问题的探索也不应停止，它们决定着亚麻和甜菜最终能否成为一辆真正的汽车。

(摘自《财经国家周刊》)

人工智能想让人类不吃肉

文 / 佚名

我们吃的肉和动物制品越多,消耗地球资源的速度就越快。人工智能能否设计新的方式让素食尝起来更美味,从而打造“无肉世界”呢?



随着人口和经济的不断增长,世界上的肉类需求不断增加。联合国粮农组织的数据显示,从1986年到2014年,全球肉类产量从1.59亿增长到3.18亿,肉制品消耗了地球上大量的能源。BBC Future曾撰文表示,如果人们不再吃肉,将会减少60%与食物有关的温室气体排放,节约饲养牲畜所消耗的淡水资源和农业用地。

食品初创公司 Hampton Creek 的创始人兼 CEO Josh Tetrick 致力于利用人工智能研制新型食物,强大的机器学习算法可以帮助他用系统的方法找到新的成分或配方,从而替代肉制品。

来自智利圣地亚哥的 Matias Muchnick、Karim Pichara 和 Pablo Zamora 联合创办了 NotCo 公司,也致力于这项研究。他们希望人们以更健康环保的方式进食。Muchnick 表示,无论用什么替代肉类,这些替代品必须尝起来像肉的味道,并且易于获得,但愿也能更健康。那么如何借助 AI 实现这一愿景呢?

用 AI 找到肉类的“替代品”

要想寻找肉类替代品,首先要确定尽可能多的候选品,研究人员需从分子水平上,弄清植物的每个组成成分以及每种成分所占比例。所有相关数据都会被记录在数据库中,这一数据库由数千甚至数百万条目构成,具体数量视分析程度而定。

难上加难的是,如何组合不同的成分。错误搭配将会降低口感,有些组合甚至会产生不良反应。研究人员需绞尽脑汁处理大量变量,而此时 AI 恰能发挥作用,它

无需逐个品尝来找到答案,而是运用了一个更合乎逻辑的方法,即利用机器学习技术,让计算机在屡试屡败后总结规律,学习解决问题的方法。AI 第一次也会出错,但出错后会借助人类反馈不断优化改良,纠正错误。

实验结果出人意料。Hampton Creek 公司正在研究如何用植物的营养成分在实验室培育肌肉细胞和脂肪细胞,试图仅用植物成分重制肉制品。公司发现印度豆科“绿豆”中含有一种分离蛋白与炒蛋的特性相似。

NotCo 公司的独家秘方就是其自制的巧克力产品,成分新奇罕见,包含西兰花、枸杞、香菇以及坚果等。Zamora 表示,他们正在制造一种牛奶,与真正的牛奶十分接近,不仅成分相似、功能结构相同,而且更加营养。换言之,它与真正牛奶的用途相同,但它是素食。

新型食物面临的挑战

除了制造新型食物外,另一大挑战是让人们接受它们。伦敦帝国理工学院食品营销专业的名誉教授 David Hughes 表示:“改变人们的饮食习惯是一个极其缓慢的过程。”即便有其他更好的选择,人们的食物消费模式也已根深蒂固。

HamptonCreek 和 NotCo 这两家初创公司的融资金额分别为 2.2 亿美元和 260 万美元,这要远远低于国际食品公司的投资预算,食品巨头 Nestlé 公司的产值为 2295 亿美元。但 Hughes 相信,这些公司的未来发展空间巨大,基于健康、环境以及保护动物这些需求,人们将更愿意接受这些新型食物。他相信这些产品将成为全球蛋白质市场的重要组成部分,尽管份额较小。

还有一个挑战可能会阻碍这些产品走向世界。饮食倾向与文化背景息息相关,如果这些新型食物仅能迎合操作 AI 技术的西方白种人的口味,那么注定无法走向世界。

最棘手的难题是机器可能永远无法解决的问题。这些 AI 技术用来替代肉、奶酪或鸡蛋等肉制品的罕见组合往往没人吃过,因此口味是否能迎合人们的喜好,人们是否能接受这些新型食物还不得而知。

(摘自 CNET 科技行者)