

“敢为人先”的索尼精神回归 “索大信仰”被重新唤醒

——专访索尼中国公司董事长兼总裁高桥洋

本报记者 许意强

“从4月1日新财年开始,吉田宪一郎出任索尼集团总裁兼CEO,平井一夫改任董事长。去年由他们率领的索尼全球董事会访问了上海,中国市场的规模大、速度快,以及移动互联网生态圈和消费升级带来的多元化、个性化、品质化需求,给董事会成员留下深刻印象。”

日前,索尼中国董事长兼总裁高桥洋在出席“2018索尼魅力赏”活动后接受《中国企业报》等媒体专访时,对中国市场未来发展充满信心。让高桥洋激动的不只是中国市场业绩的同比大幅度增长,还在于“敢为人先”的索尼创始人精神全面回归,“索尼大法好”(网络用语,形容索尼令人叹服的黑科技)的信仰也被重新唤醒,最终索尼黑科技在各个产品领域持续大放异彩。

三年前平井一夫提出“创造利润并为增长而投资”的索尼中期计划,今年2月初索尼公布2017财年的收益预告显示,集团有望实现全年7200亿日元的营业利润,这一数字将创造索尼新的历史。同样,在中国市场上仅在2017上半年就取得同比增长超过30%业绩,奏响索尼王者归来的凯歌。

索尼消费业务飙升的三驾马车

“去年,当我站在‘索尼魅力赏’的讲台时,还谦虚地表示,电视、数码、影像和音频三大业务已经成为索尼在全球消费电子产业业绩持续飙升的三驾马车。今年,他们正在重新回归行



高桥洋

业领导地位,‘最好’将成为他们当之无愧的代名词。”

谈及过去几年,作为索尼业绩扭亏“重灾区”的消费电子业务,如今却重新成为公司的主要利润来源。高桥洋坦言,“转变的背后,正是因为我们的高端产品策略,很好地适应中国市场消费升级的趋势,并前瞻性地引领了用户的潜在需求。”

自2016年以来,从被誉为“世界最好的液晶电视”Z9D到2017年“时隔10年”再次发明OLED电视的A1系列,索尼通过不断刷新液晶和OLED显示技术下视听观感的极限,也成功抢夺中国高端及大屏市场的先机。数据显示:截至2017年度,索尼电视在65英寸及以上大屏市场和售价1万元以上的高端市场,分别取得销售额和销售量的第一。

“当前在产业升级和消费升级的拉动下,我们拥有前所未有的丰富娱乐内容,以及随心所欲的观看方式,由此令人如临其境的图像质量比以往任何时候都变得更为重要。”高桥洋坦言,孜孜不倦地开发和完善索尼独有

的图像处理技术,让索尼电视在电影、体育、游戏、在线视频的各种观看环境下都表现出众。

与彩电市场相似,2017年中国数码相机市场增幅趋缓,但无反相机和全画幅相机在可更换镜头相机中的比重正在逐年上升。索尼正是在无反和全画幅领域不断推出具有竞争力的产品,直击摄影兴趣人群痛点,取得销售数字和市场份额的节节攀升。

自2014年开始,索尼推出高解析度音频格式,努力让音乐以更真实、更细腻和更富情感的方式被录制、储存、传播与品鉴。同时,从播放器、放大器、耳机组成的桌面三兄弟,到通过头戴、挂颈、入耳方式给用户一路静界的降噪耳机,实现了在软硬件上的一体化布局和发展。

以黑科技打造互联网生态圈

如果说,面向民用市场的电视机、相机、影音和音乐等业务强劲反弹,并从复苏走向最好,标志着索尼精神在互联网时代

焕发新的光芒;那么,在商用市场上,以音视频解决方案、影像传感器为代表的索尼黑科技正在撬动传统产业转型升级,全面赋能这家企业无愧于科技公司的市值。

“长期以来,核心元器件业务是索尼公司无名英雄,更是索尼黑科技卧虎藏龙之地。”高桥洋用略带骄傲的神情分享道,全球前六强的手机厂家,无一例外都在使用索尼的CMOS影像传感器,中国前4强的智能手机企业也在使用索尼影像传感器。

目前索尼的影像传感器业务不只是用于手机、相机、无人机等产品上,就在今年初举办的CES2018展会上,平井一夫首次透露索尼车载影像传感器的战略路径,并公布合作厂商名单。早在2015年,索尼中国的车载元器件部门已悄然成立。高桥洋则透露,“在不久的将来,我们将会与一家中国汽车厂商联手。”

作为索尼业务的支柱之一娱乐业,也在努力对标中国的电影、音乐、游戏及动漫等兴趣社群的年轻一代。“接下来,索尼商用业务将在媒体、教育、影院、娱乐、体育、医疗等六大细分行业重点发力。”

就在“索尼魅力赏”举办的当晚,来自全国各地的索尼粉丝共赴“索粉派对”,不仅亲身感受索尼最新黑科技创造的视听娱乐盛宴,更与平井一夫、高桥洋等企业高管畅叙索尼情怀。对此,高桥洋坦言,“中国作为索尼的战略市场,我们不仅要引进最先进的产品与服务,让相关兴趣社群持续获得感动,还会潜心研究顾客群体、准确捕捉市场脉搏。”

四轮驱动美的空调抢夺消费升级头筹

本报记者 许意强

踏着春天的脚步,2018年美的空调“爱·在无风时”春夏全国巡展,抢先在重庆、武汉、济南等全国8大城市同时拉开序幕,未来还将在全国超过120多个城市陆续展开,再次将美的空调一系列原创科技、原创精品直接带到用户面前,演绎“什么是有爱有温度的地方”生活理念,释放美的空调对用户生活方式引领和健康生活的关爱。

日前,美的空调“爱在无风时”原创音乐全国巡演第三站在江城武汉上演,五音JW,袁野夕、林翊暉和蔡奇等一系列原创歌手和音乐人在现场除了演绎大爱小爱,更展示出原创音乐的内在生命力和可持续发展灵魂。作为家电科技创新者的代表,美的空调支持原创音乐产业

的发展,既是探索实业与文化产业的融合发展,也是鼓励并支持原创精神。

就在刚刚过去的一个周末,超过50场“马拉松”跑步赛事吸引超过25万人次参加,这就是2018年第一个“马拉松周末”留下的惊人数据。作为空调领军企业的美的空调,不只是参与了重庆马拉松、武汉马拉松,还于今年专门发起自有IP的美的空调城市热跑赛,集聚了一大批热爱运动的专业人士,更将触角延伸到一些视力障碍人士为之组建专业的“陪跑团”。

今年以来,在面向用户为中心的产品、营销、服务创新变革过程中,美的空调再次上演“华丽变身”。除了推出“不直吹易拆洗”的MWOW空调,全新升级的“无风感知冷暖”舒适星空调,以及整合空调、空净、加湿、

新风等多种功能实现多维优化空气环境的“微气候空气机”,还持续以原创科技创新成果引领消费升级的浪潮。

同时,美的空调还在与用户的直接交流过程中,通过“爱在无风时”主题巡展,以及“首创室内外机槽式安装”创新服务,深化对体育、音乐、动漫、游戏等众多专业兴趣爱好人群的精耕细作,通过持续的自有IP打造,以爱和情感为纽带进一步拉近美的空调与用户之间的距离,从而完成了一场科技家电巨头在互联网时代的主动转型和持续蜕变。

在业内人士看来,“当前对于所有家电巨头来说,消费群体变了,带来的需求以及与消费者交流和沟通方式也在悄然生变。所有家电厂商都必须改变过去卖产品的模式,学会通过低

价推销的方式,与用户之间沟通,倾听他们的声音,了解他们的兴趣爱好,然后再展示企业的技术和创新成果,双方基于共同的价值认同走到一起,实现可持续交易的升级。”

从体育、音乐到巡展、服务,当前美的空调的一系列举措,不只是简单的“做广告、卖产品”,而是跳出以产品为中心的市场推销,建立以用户的生活、感情为中心的认同和引领。无论是专业的马拉松跑友,还是原创音乐人,甚至是动漫艺术家们,他们在参与一场场由美的空调主办或支持的活动过程中,逐步达成了解、熟悉并认知后,最终让拥有共同的价值观和生活主张的用户形成社群,从而让美的空调的品牌内涵和价值主张得到水到渠成的释放和展现。

索尼中国发布“后复兴战略”路线图

本报记者 许意强

“中国市场正在发生的两大趋势,将为索尼下一步发展带来战略新契机。一是移动互联网生态圈的构建与丰富,二是在消费升级过程中出现的多元化、个性化、品质化的消费需求。”近日,在索尼中国一年一度的大型品牌活动——“2018索尼魅力赏”现场,公司董事长兼总裁高桥洋首次披露接下来的经营重点,由此也吹响索尼在中国“后复兴战略”号角。

目前,由电视、数码、影像和音频组成的消费电子业务,通过持续不懈的高端产品策略,巩固了各自在行业中的领导地位。2017年,虽然中国彩电市场整体规模收缩,但是索尼抓住了4K、大尺寸等区段需求增强的市场良机,实现市场份额逆势增长。同样,去年在中国数码相机市场增幅趋缓的情况下,索尼却通过在无反和全画幅领域不断推出具有竞争力的产品,切中摄影兴趣人群痛点,实现销量和份额的双增长。

除了在民用市场上发力,面对中国供给侧改革带来的制造业和服务业升级的契机,索尼中国还在专业系统业务上牢牢锁定音视频、显示、IP网络、通信和信号处理等领域的技术优势,提供先进的产品、系统和业务运营解决方案。为了在中国移动互联网和智能社会发展中挖掘更多机遇,索尼中国部件业设立名为“DASH”的新业务开拓项目,涉及显示、数据中心、车载、自动化、人工智能感应、可穿戴及医疗保健等多个行业领域。

当天,由索尼中国、索尼移动、索尼影视、索尼音乐、索尼互动娱乐、Aniplex 动漫等索尼在华企业共同参加的“索尼魅力赏”,集中向用户展示电子、影视、音乐、游戏、动漫、教育等业务的发展现状,呈现由产品、技术、服务和内容共同打造的独特索尼娱乐体验,最终完美释放“通过持续创新为用户带来感动”的索尼精神。

高桥洋透露,不论在中国还是全球,随着技术的发展,传统行业发生着巨变,建立在大数据基础上的科技公司也在努力建立自己的产品和服务生态圈。索尼将依靠黑科技的产品和服务,提出具有独特价值的最后一英寸解决方案;同时积极介入传统行业的技术升级,并在互联网生态圈中占据自己的一席之地。

漫游宝发布VSIM技术

在今年2月漫游宝完成2000万美金的C轮融资,成为行业唯一一家完成C轮融资企业,并朝着SIM技术领域独角兽之路迈出一大步。4月13日,漫游宝CEO、全球首个虚拟SIM卡创始人刘晶,再次发布独一无二的VSIM技术。早在2009年,刘晶洞悉移动互联的大趋势,在全球首次推出虚拟SIM卡技术(又称VSIM技术)的解决方案,2011年基于这项技术做出第一款终端设备——漫游宝。这项技术实现用户在不使用实体SIM卡的情况下,只要打开漫游宝,就能自由连接当地最优网络。目前漫游宝服务人次已超过1亿+。