

马化腾一直比较强调通过内部竞争激发各个产品的斗志，腾讯各个产品线的负责人都会自觉地完善产品求得生存

腾讯的“幸存者冒险” 手机 QQ 被微信抢风头

■ 本报记者 郭奎涛

日前，新版手机 QQ 做出的取消在线状态等系列“微信”化的改进遭到了用户的一致恶评，虽然腾讯在数天之后还原了部分传统手机 QQ 功能，关于腾讯移动端手机 QQ 和微信两条腿走路还是左右手互搏还是引起了行业的质疑。

“没有 QQ，就没有腾讯。没有微信，腾讯照样活得很好。微信更多的是一种冒险式的探索，而手机 QQ 则承载着腾讯生态在移动端的延续，任何有利于自身发展的事情，哪怕是抄袭微信，手机 QQ 也会在所不惜。”艾媒咨询 CEO 张毅接受《中国企业报》记者采访时表示。

被忽视的船票

包括腾讯高层在内的整个互联网行业都认为，拥有了微信腾讯就拥有了移动互联网的船票，手机 QQ 则由于只是 QQ 在移动端的延伸而被忽视了。然而，从用户数量、产业体系等各个纬度来看，手机 QQ 都是比微信更加真实的船票。

从一诞生，手机 QQ 就几乎全盘继承了 QQ 数亿的用户群体。马化腾还在日前举行的全球移动互联网大会上透露，手机 QQ 的月活跃用户为微信的近 2 倍。根据腾讯最近的财报，微信的月活跃度为 1.944 亿，那么手机 QQ 的这一数字即是 3.888 亿。

尤其重要的是，与目前还在不断探索的微信相比，手机 QQ 同样从 PC 端继承了完整的第二梯队产品，包括 QZone、QQ 音乐和腾讯微博等强化用户黏性的产品矩阵，并且可以在手机、PC、平板等所有终端互通。

第三方统计数据显示，目前，手机 QQ 已经成为中国苹果应用商店下载率最高的应用程序，紧随其后的是微信。另外，手机 QQ 的配套产品 QQ 音乐、QQ 空间、QQ 浏览器、QQ 斗地主等系列产品也跃入了前 25 名。

张毅对《中国企业报》记者表示，微信之所以盖过了手机 QQ 的风头，主要是因为它是一种完全创新的产品，而且这一创新让腾讯重新找到了感觉；但是，归根结底，微信只是一种探索，能否成功还言之过早。腾讯生态在移动端的延续仍然离不开手机



微信在移动互联网的地位并不稳定，这一点马化腾比谁都清楚。

QQ 的支撑。

微信活跃度被质疑

凭借语音信息、摇一摇、LBS、开放平台等系列创新功能，微信的成长可谓将互联网爆发式增长演绎到了极致。从诞生到用户量达到 1 亿用时 14 个月，从 1 亿增长到 2 亿用时 6 个月，从 2 亿增长到 3 亿用时四个月，而 3 亿用户也已经是四个月前的数字了。

然而，中国互联网是一个“僵尸”遍地的地方，微信的活跃度到底多高值得探索。艾媒咨询针对 2013 年春节拜年信息的调查显示，在发送的各种拜年信息中，高达 68.1% 的信息是通过短信方式发送的，只有 11.1% 的信息是通过微信方式发送的。

“到底都有哪些人在用微信？在一项主要针对大学生和老师的调查中我们发现，很多大学生和老师都是不经常用微信的。”张毅对记者说，微信公众平台最活跃的也不是普通用户，多是媒体和资本，这跟另一家曾经人气旺盛的平台开心网非常类似。

张毅介绍说，开心网本来是一家默默无闻的网站，最初是在几个媒体

圈子里广泛传播，然后经过报道的放大而在一夜之间成为互联网新星，最终在短暂的流行之后遭到了用户的淘汰。而媒体和资本对微信的过度关注，也可能造成微信的作用和影响被夸大的效果。

实际上，随着附近的人、语音信息等功能的完善，手机 QQ 各项功能和微信逐步同化，而且两者之间已经在即时通讯上打通，一方的用户可以随时与另一方的用户发信息，在很多手机 QQ 用户看来，好友数量并不多、黏性并不强的微信可能是个多余的工具。

竞争是不可避免的

“两者之间的竞争是公开的秘密，马化腾也一直比较强调通过内部竞争激发各个产品的斗志，腾讯各个产品线的负责人都会自觉地完善产品求得生存，这比靠马云、李彦宏的阿里巴巴和百度更加能让企业适应残酷的市场竞争。”一位接近腾讯的人士说。

上述人士还透露，手机 QQ 一度因为定位失误而出现过短暂的停滞，微信正是趁着这个空隙而异军突起。

微信创始人张小龙也曾说，在做微信的初期，最大的对手并不是米聊或其他外部的竞争者，而是手机 QQ。在微信强大的攻势下，手机 QQ 已经处于劣势状态。

如今手机 QQ 正在迅速觉醒，从重新设计应用架构，再到头像取消在线显示，在产品形态、功能方面正积极与移动互联网和微信靠拢。但是用户对于沦落成为二手微信的手机 QQ 新版本表示了强烈不满，上架仅 5 天，就有约 4 万用户对该版本给了“差评”。

手机 QQ 核心负责人透露，这次改版的诸多细节，如群助手、传文件、消息漫游、扫二维码加好友、界面优化、从通讯录加好友、手机与电脑无线传照片等，均得到马化腾的肯定，对于用户的反馈是有预期的，只是压倒性的差评有点超出预期了。

“微信在移动互联网的地位并不稳定，这一点马化腾比谁都清楚。它就像一次前途未知的冒险，腾讯不可能把鸡蛋放在这一个篮子里，而手机 QQ 已经将 PC 端腾讯生态在移动端进行了很好的移植，所以，手机 QQ 为了发展去抢微信的饭碗是不可避免的。”张毅认为。

大数据“乱政” 缺乏判断或成有害资产

大数据的发展虽然对企业决策提供了重要的依据，推动了企业战略决策的变革，但是企业决策仍然离不开决策者个人的丰富经验和领导能力，目前企业最为紧缺的仍然是数据研究和业务发展都精通的复合型人才。

■ 本报记者 郭奎涛

经过几年的发展，大数据不仅改变了普通人的生活习惯，而且对企业的战略规划起着决定性影响。然而，如果大数据由于运用不当而侵犯用户隐私被称为“数据暴政”，那么大数据判断失误造成企业决策失误则可以被称为“数据乱政”。

“大数据对企业决策的影响不应该被过分夸大，尤其是在数据质量和数量不能保证的情况下，企业决策更加离不开丰富的经验和准确的市场判断。”北京能源投资集团副总裁刘国忱在日前举行的“中国 2013(首届)CIO(首席信息官)论坛”上说。

大数据与董事会

通过物联网、云计算、手机、平板电脑、PC 以及遍布地球各个角落的各种各样的传感器，大数据正在以任何行业无法望其项背的速度增长着。

IBM 的统计数据表明，目前 90% 以上的数据都是两年之内产生的，2012 年的数据总量已经是 10 年前的

2 亿倍。

“亚马逊是最早专注大数据的公司之一，在这家公司的各种会议上，没有人会说‘我认为’，而是说‘数据’认为。利用自身海量的用户信息和积累的大数据，亚马逊可以为商家提供精准营销和个性化广告推介等。”一位接近亚马逊的人士告诉《中国企业报》记者。

就大数据对于企业发展的推动作用而言，企业营销的优化只是基础性的，最大的价值则在于对企业战略决策的支撑。因为传统企业决策流程是从出现问题到调整方向，而大数据背景下则可以转变为数据分析、数据问题。

目前，IBM 等公司就在致力于为企业提供“硬件+软件+数据”的整体解决方案，更多的企业则通过设立 CIO 来负责为决策层提供市场数据和分析。阿里巴巴原 CEO 马云退休之后选择原 CIO 陆兆禧继任，更是突显了企业战略发展对数据的依赖。

不过，仍有相当多的企业战略都是依靠决策者个人的经验和直觉等主观因素做出的，这种方式正在遭受

新兴的以大数据为支撑的客观依据的挑战。

达美妮集团副总裁、CIO 梁海璇在接受《中国企业报》记者采访时表示，目前相当一部分传统企业对于大数据的发展不够重视，甚至根本没有设置 CIO，或者设置了 CIO 却没有发挥作用，归根到底跟 CEO 对大数据的理解程度有关。

警惕大数据乱政

然而，在如今信息大爆炸的时代，企业又容易对海量的数据感到困惑，他们看到的只是破碎的、零散的、局部的数据，如何通过技术对大数据进行分门别类并附以各种算法，最终提炼出有价值的数据却是难于上青天。

“数据是一种资源，但是需要经过科学的筛选、分析才能成为企业的资产，如果不能这样很好地应用则就会变成不良资产，这不但是资源的一种浪费，更重要的是可能会误导企业的发展战略。”用友金融信息技术有限公司董事总裁李友认为。

基药配送难达标 医药流通企业陷“窘境”

■ 本报记者 范思绮

2013 年 5 月 1 日，新版《基本药物目录》正式实施。基药“降价疑云”还未消散，配送完成率又成新焦点。近日，国药控股、九州通等一些医药流通企业因在新疆地区的基药配送率未达到 50% 的标准，受到新疆卫生厅警告、严重警告和清退等不同程度的处分：国药控股子公司在塔城、阿克苏、阿勒泰、克州和喀什地区等地被予以警告和严重警告，和田被予以清退；九州通子公司在伊犁被予以严重警告，在巴州、阿克苏、克州、和田等地被予以清退。

基药配送未达标 非一家之过？

根据 2013 年新版《基本药物目录》的要求，卫生部部长陈竺在今年的全国卫生工作会议上指出，各地要规定各级各类医疗卫生机构基本药物使用比例。基层医疗卫生机构应全部配备使用基本药物；二级医院基本药物使用量和销售额都应达到 40% 至 50%，其中县级医院综合改革试点县的二级医院应达到 50% 左右；三级医院基本药物销售额要达到 25% 至 30%。基药目录正式实施不足一月，国药控股与九州通等医药流通企业就因基药目录配送未达标，而备受舆论关注。

“一些企业在某些区域的基药配送未能达标，其原因是复杂的。”中国医药商业协会副秘书长沈世英在接受《中国企业报》记者采访时表示，基药配送未达标可能并非配送企业自身配送能力的问题，虽然问题出现在医药配送企业，但是问题的实质并非配送企业自身所致。诸如医院需求量、厂家供货量、配送时间的匹配程度等，都会造成配送企业的配送率达不到当地标准。

2013 年 5 月 25 日，九州通医药集团股份有限公司技术总裁谷春光接受《中国企业报》记者采访，对其子公司在新疆地区基药配送未达标一事，表示并不知情，但谷春光认为子公司基药配送未达标对集团影响不大。

“既然我们已经争取到基本药物的配送资格，那么我的主观意愿是想要完成好这项工作的。但是客观现实是我们不能改变的。”谷春光表示，医院方面可能由于基药利润低而不采购基本药物，而生产厂商也可能因为生产基药利润薄而放弃生产，那么对于医药配送企业来说，达到基药配送标准将成为“不可能完成的任务”。

统一配送标准 规范招标制度

尽管新版基药目录对于配送标准有一定意义的指导，但是具体的实施标准与规范仍需根据各省市地区的具体情况而定。因而，出现了基药配送标配的区域性差别。

目前，我国基药采购的通行方式是以省为单位向医药生产厂家招标，中标的医药生产厂家自主选择区域内的配送企业。长城战略咨询项目部经理潘晓文认为，正是由于现行招标制度并不健全，加之行业内部企业无序的混乱竞争局面，造成了基药配送难以达标的问题。

“‘趋利’动机是出现基药配送不达标的根源。”谷春光认为，医院出于‘趋利’动机因而选择利润较高的非基药目录药品，而生产企业‘趋利’动机的驱动放弃利润较薄的基药生产。在现行的招标制度下，医药配送企业受药品生产厂家和医院的双重束缚。

我国医药商业流通企业数量过多，竞争态势复杂、竞争势头激烈，导致利润率不高，并且存在以商业回扣代替质量、服务竞争的情况。根据中国医药商业协会今年 4 月底公布的《2012 年医药流通行业分析报告》的内容显示，我国目前拥有 1.3 万余家药品批发企业，近 40 万家零售药品门店，远高于世界平均水平。但是，全国最大的前 3 家企业销售额只占同期医药商业市场销售总额的 20% 左右。

欧盟 62 号令羁绊 中国原料药企出口

(上接第九版)

“从短期来看，欧盟 62 号令对中国原料药企业的出口来讲，无疑是‘雪上加霜’的。”正略钧策医药板块咨询顾问王雄告诉记者，从长期来看，欧盟 62 号令或许对中国国内原料药行业产能过剩、集中度较低、工艺落后的状况起到一定的外部促进作用。

潘晓文指出，欧盟 62 号令可以从外部形成“倒逼机制”，以促进国内原料药企业产生危机意识，并积极调整企业的发展路径。在积极促进生产转型，加强质量管控的同时，也可以适应更加严格的国际标准。

化压力为动力寻找发展新路径

目前，我国原料药行业的发展普遍存在着产能规模扩张，但集中度较低的状况。根据 2012 年统计数据显示，国内原料药企业有 1000 多家，排名前十名企业市场占有率为 20%。成本的不断上涨，机制下游制剂的消化能力不足，中国原料药企业的行业竞争环境并不乐观。欧盟 62 号令的“倒逼机制”能否给中国原料药企指出一条新方向？

“根据多年的市场研究，我们可以看出大多数原料药企业的发展路线图是从大宗商品的出口开始，经历特色原料药出口、通用民用药出口、仿制药出口等阶段，最终走向创新药的出口。但现阶段，国内的大多原料药企业的出口还仅仅停留在大宗商品出口这个阶段。”潘晓文认为，欧盟 62 号令正式给中国原料药企的发展路线规划敲响了警钟。停留在大宗商品出口的阶段对中国原料药企业的发展是极为不利的。中国原料药企业将医药原料以大宗商品形式出口，在国外进行深加工后的医药制剂和药品又出口到国内销售，价格却翻番。“中国原料药企业如果注意到这一点，那么就應該积极调整企业发展路线。这也是 62 号令的积极一面。”