

【前沿瞭望】

编者按:据美国《财富》杂志报道,美国中小企业平均寿命不到7年,大企业平均寿命不足40年。而中国,中小企业的平均寿命仅2.5年,集团企业的平均寿命仅7—8年。美国每年倒闭的企业约10万家,而中国在2018年注销的企业就超过180万家。不仅企业的生命周期短,能做强做大的企业更是寥寥无几。企业做不长、做不大的根源当然很多,但核心根源却只有一个——缺乏一个能引领企业永续前进、具有真正商业领袖基因的企业掌门人。

刘庆峰:科学家成为企业家要走很长的路



本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

由于热爱,从幕后走向前台

刘庆峰认为,语音技术的发展最终是要走向社会,造福于人类,在技术的研发过程中需要通过持续的应用和实践来加以验证和优化,而语音领域的科研活动是一种多学科联动活动,是需要一群科研学者共同研发,协同完成。为此,最为直接和科学有效的研发方式就是公司化运营。自

主创业,创办企业成了唯一的选择。

1999年,在刘庆峰进行创业之时,微软首次在中国设立奖学金,叫微软学者奖学金。当时科研人员的工资大概一个月仅2000元,而微软学者奖学金有几万美元,这个条件很令人心动。那时刘庆峰与他的伙伴们已经创业

了,并确定要做属于中国人自己的核心技术,所以他顶住诱惑,坚决予以回绝。

就这样,刘庆峰从一个默默无闻的科学研究者,从幕后走向了前台,成为中国智能语音和人工智能技术及产业发展的核心人物。从此,在多个场合他成为科大讯飞产品的代言人、推广

者,特别是作为四届连任的全国人大代表,他将语音技术和产品带给了党和国家领导人,以及全国人大代表、全国政协委员们,成为我国智能语音与人工智能技术、产品的“最有力传播者”。从此,他也走上了一个由科研工作者向企业经营管理者迈进的奋斗之路。

企业需要企业家思维来搞定

在谈到中美经贸摩擦时,刘庆峰说:“技术打压,让更多企业家更负使命感,因为他们看到了仅仅依附于别人的核心技术,进行一些创新应用和工艺研发,并非长久之计,一个企业不仅要懂得获取利润,更要有国家和民族担当,不能一味重利。”

企业管理是一个特殊行业,你有技术,有一腔热血并不能管好一个企业。刘庆峰常说,一个科学家并不一定是一个好的企业家。科大讯飞在成立之初是一个纯技术型的团队,他们要将研发成果推向

市场,就必须要有企业经营管理的头脑。

刘庆峰回忆他第一次对企业管理者认识是2001年。2001年,中国的改革开放迎来重大突破,我国正式成为世贸组织一员,对中国所有企业来说这都是前所未有的机遇期。也正是这一年,科大讯飞获得了联想创始人柳传志的认可,于是联想把进入风投产业后的第一单给予了科大讯飞,成为科大讯飞第一位投资者。当时柳传志到合肥签约,与刘庆峰及其团队亲切交谈到夜晚11点多,他提出

的“建班子、定战略、带队伍”管理三要素,是刘庆峰直到今天仍在学习并应用到团队建设的重要经验。

刘庆峰说,自己搞科研,可以埋头单干,而做企业就必须建班子,定战略、明方向、带队伍。20年来,他从一开始的赶鸭子上架,到逐渐的感悟、适应和主动地迎接作为一个企业管理者的挑战。目前,虽然说自己不是一个成熟的企业家,但至少对这一职业有所了解、感悟,并能够带领团队坚定地向前。

“无论是有科学家思想的企业

家,或是有企业家思想的科学家,仅仅有科学技术是不够的。”刘庆峰说,科大讯飞一直以研发为重,在市场和社會上有时显得较为单纯,这就需要企业家思维来搞定。有很多技术专业人才并不适合做企业家,因此,在团队建设上注重吸纳一些管理型人才,培养具备企业家思维的帅才。这是“神枪和神枪手的关系”,企业家失败了这个企业就失败了,科学家只要研究出一项科研成果就是一辈子成功,二者的评价标准和体系是完全不同的两个概念。

科大讯飞发展正值上升之势

刘庆峰表示,从2018年开始,科大讯飞有了一个非常重要的变化,那就是To B-To C双轮驱动战略的扎实推进。科大讯飞在To B业务上有很强的优势,但他们不满足于此。科大讯飞想要成为既有行业品牌,又有公众品牌的公司。消费者BG自成立以来每年都保持60%的高速增长,2018年To C业务实现营业收入25.17亿,同比增长96.54%,在整体营收中的份额接近1/3。双轮驱动的良好格局正在形成,在各种经济周期下实现相互补充、相互促进。

还有一点非常可喜,科大讯飞已经在业界基本实现了从To B、To C的贯穿,刚需和代差级优势正在越走越深,越走越远。

今年6月9日,是科大讯飞成立二十周年纪念日。弱冠之年,科大讯飞也向大家交出了一份答卷。据科大讯飞2018年年报显示,公司2018年实现营业收入较2017年同期增长45.51%,基于拥有自主知识产权的世界领先的人工智能技术,科大讯飞持续推进“平台+赛道”的人工智能战略,应用成果不断显现。“平台”上,基于讯飞核心技术的国

内首个以智能语音和人机交互为核心的人工智能开放平台,持续为移动互联网、智能硬件的广大创业开发者和海量用户提供人工智能开发与服务能力,围绕人工智能开放平台积极构建产业生态。“赛道”上,科大讯飞持续构建垂直入口或行业的刚需+代差优势,人工智能研究成果在智慧城市、教育、政法等领域实现了规模应用。

在消费者业务方面,科大讯飞持续强化AI技术制高点与行业应用落地,培育和塑造讯飞AI消费产品,打造AI产品和服务。

据科大讯飞2018年年报显示,To C业务实现营业收入25.17亿,同比增长96.49%;实现毛利12.96亿,同比增长70.75%;To C业务在整体营收中占比达31.80%,毛利占比达32.72%。

科大讯飞的弱冠之年,我们看到了技术上的创新和突破,看到了AI应用的落地和更新。当然,我们更加期待的是,像刘庆峰说的那样,“未来,人工智能会像水和电一样进入我们的生活。”让每个人都拥有人工智能助手,让我们的生活更加美好。

合肥经开区转型升级挺进“深水区”

李长龙 本报记者 张晓梅

6月18日,瞄准集成电路、新能源汽车、高端装备制造、生物医药、现代服务业等重点领域,合肥经开区集中签约了99个重点项目,协议投资额约835亿元。据该区管委会相关负责人介绍,此次签约项目起点定位高、科技含量足、辐射带动强,将为该区创新提升先行一步,打造高质量发展新样板注入强大动能。

产业演进,动能转换加速向

中高端迈进,得益于合肥经开区负重爬坡,坚持不懈推进的“创转升”(创新转型升级)战略行动。

作为一个建区26年,拥有2000多亿传统制造业产值的开发区,合肥经开区把实施“创转升”行动,作为推动经济高质量发展的关键机制和有力抓手,对占地工业企业实施综合绩效考评和差别化资源要素配置,倒逼转变经济发展方式,走上质量更高、效益更好、污染更少的发展之路。

从2016年开始,合肥经开区

从亩均税收、亩均主营业务收入、亩均利润、环境保护指标、研发创新指标等方面,对300多户占地工业企业进行绩效综合评价。根据评价结果,对企业进行ABC分类,实行差别化管理,从生产要素、政策奖补、金融支持等多方面分类施策。同时,建立“退低进高”“退劣进优”激励机制,激励A类企业引领发展,鼓励B类企业改造提升,倒逼C类企业提质转型。

几年前,该区一家装备制造企业建成后产能严重过剩,土地

和厂房处于长期空置状态。合肥经开区将其第二工业园724亩土地退回,导入哈工大机器人集团、哈工大机器人(合肥)国际创新研究院、龙迅半导体(VR)等智能制造项目,预计可实现年产值80亿元,年缴纳税收5亿元。

通过资源要素的整合、置换、嫁接和重组改造等,合肥经开区有效整合低效土地等资源要素,为优势产业发展腾挪空间,土地的价值也被重新发现。

三年过去,“创转升”效应正

在合肥经开区逐步显现,数据显示:目前经开区占地工业企业亩均税收达到20.53万元,同比增长16%;A、B类企业增加15户,占地比例提升到79.7%。

在效率变革的同时,合肥经开区的动力变革也在同步进行中。2018年该区高新技术企业、科技型中小企业实现“双倍增”,现已分别达到220家、750家;战新产业产值增长15.5%,占比首次突破半壁江山,高新技术企业产值占比达到74.9%。