



科沃斯钱东奇：匠心打造高端品牌 潜心打响中国品牌

●记者 周健 ●编辑 邱江

称科沃斯董事长钱东奇为“持续创业者”，名副其实。

科沃斯，这个被A股投资者誉为“扫地茅”，并成功入选新华社民族品牌工程指数成分股的公司，正是他创造的“奇迹”。

他一手创办的科沃斯，用20余年的时间成长为全球领先的家用服务机器人品牌，在扫地机器人市场上连续多年位居国内龙头位置，且在海外市场稳居头部。

他一手创办的另一大品牌“添可”，用短短3年时间在国际品牌割据的智能生活电器高端市场上抢下重要一席，占据国内洗地机市场逾70%的份额，不仅成功打造科沃斯的第二成长曲线，也塑造出国货自强的典型。

“中国制造早已发生根本性变化，加速从制造到智造的迈进，中国企业的自主创新能力早已到了可以跟国际巨头一较高下的水平，而我们本身具备的自主产能优势、全球化供应链优势等则为企业的持续性创新奠定了坚实的基础。”钱东奇总结道，“科沃斯和添可的发展受益于这样的时代



科沃斯董事长 钱东奇

背景，也和公司坚持自主创新密不可分。这让我们有信心和实力在国际舞台上唱响中国科技品牌的最强音。”

看得清：长远赛道的坚持者

回忆起创办科沃斯的这20多年，钱东奇自嘲道：“我看问题的角度经常让人觉得有点天马行空。”确实如此，钱东奇在科沃斯发展关键节点上的思考和决策，事前往往令人费解，但事后却常常令人称奇，如他自己所说，“能看到别人看不到的点，这才有价值。”

一段“跨界复合”的求学经历对钱东奇思考问题和制定决策的逻辑影响深远，也为科沃斯烙下了清晰的印记。在那个考上大学便是“天之骄子”的时代，因一本手抄版《第二次握手》的激励而考入南京大学物理系的钱东奇，此后又考上研究生进入哲学系探究玻尔与爱因斯坦关于量子物理的争论。

“哲学是一个思辨学科，研究‘是什么’和‘为什么’的问题；物理是一个验证学科，任何的结论都要以实验验证。前者教会我仰望星空，后者让我学会脚踏实地。”钱东奇阐述道，“映射到科沃斯，就是要看得长远，做得细致。看准一个长远的赛道，恰如其分地把每一件小事做好。这是科沃斯的一个经营准则，也是商业落地的方法。”

1999年，一则机器人足球比赛的新闻，令钱东奇萌生了用机器人扫地吸尘的想法。“虽然现在看来，这个想法非常幼稚和简单，但当时实则内心对未知世界充满憧憬，所以很快落实到具体的研发，也由此进入家用服务机器人行业。”钱东奇说。

从一个灵光乍现的想法到一款真实可用的产品，钱东奇和科沃斯在一条无可借鉴的“黑”路上整整摸索了9年，直至2009年首款量产扫地机器人“地宝”上市，才真正拉开了科沃斯自研自制、自建品牌发展的序幕。

事实上，从最初辞职下海做外贸，到此后自建工厂做生产，再到为国际品牌代工，直至自创品牌做市场，一个问题始终在钱东奇的脑海里挥之不去——这样做到底有没有未来？

“行业确实有未来，但具体到每一个细节时却又很枯燥，让人感到焦虑。这是一条没人走过的‘黑’路，需要一边迭代产品一边教育市场，而且必须保持两者齐头并进。”钱东奇坦言，即便科沃斯已经成长为家用服务机器人的行业龙头，但他内心的焦虑仍未减轻，“行业龙头承担的责任与跟进者是完全不一样的，行业龙头必须在前面开疆拓土教育市场，并通过持续不断的迭代产品引领行业向前。”

想得透：品牌向上的创业者

“品牌和研发的组合拳才是真正的商业未来”，这条钱东奇用20多年实践和思考总结出的结论，再一次通过添可品牌的成功得到验证——这个被定义为用户“小确幸”的新品牌，已经成为科沃斯“第二成长曲线”的“大确定”。

今年上半年，成立近3年的添可品牌智能生活电器业务实现营业收入20.37亿元，同比增长817.02%，占公司总营收的近四成。

谈及为何要在科沃斯之外再创新品牌，钱东奇解释道：“核心是为了公司转型升级。上市后，对公司的长远发展有了更深刻的思考，自主核心竞争力的构建则是重心，为此我们不惜完全摒弃高盈利的代工业务。我们也在转型中探索新的发展空间。科沃斯不仅要在家用服务机器人这一赛道上保持龙头地位，也要积极发掘新的赛道，更好满足消费者多元化的生活需求。再者，科沃斯年轻一代开始领军，但我还是要为整艘大船兜底。”

彼时，戴森在国内市场的兴起，让钱东奇认识到高端消费者的市场需求，也让他看到品牌向上的市场机会，“我们过去20年为全球高端品牌代工积累了质量和供应链基础，也具备了已被市场所认可的研发能力，完全可以打造一个高端市场定位的品牌。”

产品指标全维度对标戴森，这既是钱东奇的要求，也是科沃斯的底气，智能化则视为“加分项”，我们的创新就是智能，围绕智能重新搭配团队，做出了一个智能化程度更好的系统和产品。”

“添可要做的是超越戴森，我们更懂中国市场，更了解中国家庭的消费痛点。”钱东奇这样给添可品牌定位。他认为，中国家庭清洁的痛点在于吸尘器吸完还要再拖一遍，因此他一直在琢磨如何可以一次性解决这一问题，形成有别于戴森的差异化竞争力，让用户感到物有所值。

添可首創会思考的智能洗地机芙万，凭借着独创的“智能吸拖洗、一键自清洁”的功能特点，彻底解决了中国家庭传统除尘后再用拖把拖地的清洁方式，把整个家居清洁带进了洗地机时代，一经推出便惊艳市场。

今年推出了升级版智能洗地机芙万2.0，增加了LCD智能操作屏，全方位提升了续航能力、边角处理能力并自制电解水除菌等功能，上市后广受用户好评。添可仅今年“6·18”期间全渠道的成交额就超过9亿元，呈现出“量价齐升”的高成长性——今年上半年的出货量达到114万台，同比增长778.69%，出货均价也较上年同期增长4.36%。

相较于戴森的“黑科技”，钱东奇认为注重功能的添可是“白科技”——将技术隐藏在功能之后，对消费者生活的细微需求和痛点给予更多关注。

“我们认为高端智能生活领域有很大的市场空间，覆盖智能清洁、智能美发、智能个护、智能烹饪等品类的智慧生态就是添可的大赛道。通过大数据、人工智能、算法等是能够把个性化变成普世化，让所有人受益，这才是添可的未来。”钱东奇开诚布公地说，“科沃斯品牌已成为我们家用服务机器人领域的重要赛道，并成为全球家喻户晓的品牌；添可品牌同样不会止步于中国头部这个位置，这个赛道很长，等待我们不断奔跑。我们必定用创新为大家持续创造惊喜，最终站上全球高端智慧生

活电器的高峰。”

做得实：国货精品的缔造者

“品牌和创新是一对孪生兄弟，但创新不只是单纯的研发投入，而是产品创新和营销创新的组合。”谈及科沃斯的创新基因，钱东奇表示，“创新是多维度的，但核心是基于对市场的认知和理解，通过技术手段解决别人未能解决的问题，并让用户体会到这是一个好的解决方案，以至于产生商业价值。”

科沃斯的强项在于能与时代同频共振，正如钱东奇“仰望星空，脚踏实地”的理念，公司聚焦市场需求，持续引领行业发展。

科沃斯的商业逻辑很简单，基于大赛道持续不断的 product 创新迭代与市场沟通交流形成的闭环，自下而上形成一条从市场渠道到研发制造的垂直产业链。“市场通常认为这样的链条比较重，但在我看来，重有重的好处。垂直打通，在很多的情况下能够解决市场的各种挑战，比如去年的疫情和今年的缺乏，我们的反应速度是行业内最快的，马上能调整研发和制造的关系，找到最合适的解决方案。”钱东奇说。

“虽然过程比较艰辛，但借鉴肯定不如自研。”就是这样一条在外界看来充满挑战的发展之路，钱东奇却认为只有这样才能塑造一个足以媲美海外品牌的中国品牌，“我从来不认为中国品牌就贴着低价标签，中国品牌是有很强创新竞争力的。获得高品牌溢价和认可度的核心问题是用户买到的产品是不是物有所值。只有差异化创新，物有所值的标签才能成立，品牌和产品保持领先，市场定位自然就会提升。”

他同时坦言自己时刻“如履薄冰”，“市场就是成王败寇的战场，一旦失败，没有人会同情，赢家通吃就是市场的残酷性。科沃斯始终处于转型升级且难言满意的状态，就是市场竞争倒逼我们一刻不停地往前跑。”

在钱东奇看来，在家用服务机器人领域，从工具到管家再到伴侣，是产品明确的发展趋势。

“市场对家用服务机器人的需求不只是清洁、空气净化等简单的功能性诉求，也有情感寄托。如机器人需要具备环境认知能力、管理能力，再进一步就是与主人的互动，实现伴侣功能。”钱东奇阐述道，“要实现这一点，需要传感器、算法等技术的持续迭代。普通家电的迭代是有天花板的，但机器人没有，因为它每一次的迭代既是上一次的累加，又是下一次的基础。”

“每个时代都有属于这个时代的机会，科沃斯和添可一直都紧握住这个时代与用户沟通的方式。”钱东奇坚信，一家能够跟上时代步伐的企业才真正具有竞争力，科沃斯和添可将在这一过程中承担起“国货先锋”的责任和担当，“没有终端市场的需求，就无法带动产业链，我们产品每迭代一代，上游就会提升一代。”

华谊兄弟拟8.7亿元 出售英雄互娱15%股权

●记者 林涛 ●编辑 邱江

收缩战线，成了华谊兄弟近年来的“主线”。9月24日晚间，华谊兄弟公告，拟将持有的参股公司英雄互娱2.15亿股股份（约占总股本的15%），转让给自然人陈琛或其指定第三方。转让价格为4.04元/股，全部转让对价8.7亿元。交易完成后，华谊兄弟对英雄互娱的持股比例降至5.17%。经初步估算，华谊兄弟就本次交易预计取得损益约-176.77万元。

回溯双方的“结缘史”，2015年，华谊兄弟斥资19亿元认购新三板公司英雄互娱的增发股份，占当时后者股份总额的20%，跃居第二大股东。次年底，双方一度传出“重组绯闻”，但最终因价格没谈拢而告吹。此后，英雄互娱多番尝试登陆A股未果。

一个插曲是，2019年5月，华谊兄弟因实际融资需求，将所持英雄互娱股份质押给了中泰信托。因此，本次公告也特别提示：目标股份因公司融资事项目前处于质押状态，在股份交割前需按照协议办理解除质押手续，可能导致交易存在一定的不确定性。

眼下，昔日的“电竞新贵”早已不复荣光。英雄互娱最新收盘价仅为3.4元，总市值只剩不到50亿元。今年上半年，英雄互娱实现营收8.11亿元，归母净利润为亏损2684.4万元。

据披露，此次股权转让的接盘方陈琛为游戏投资人，现任西安启竞时代文化传媒有限公司创始人、执行董事兼总经理等。

随着华谊大比例出让英雄互娱股份，其曾描绘的影游联动愿景，如今渐行渐远。2018年，华谊兄弟出现上市后首亏，亏损金额达11.69亿元。此后，公司业绩及经营环境不断承压。2019年及2020年，公司净利润分别亏损达39.78亿元、10.48亿元。直至今年上半年，公司终于扭亏为盈，净利润同比增长145.75%至1.06亿元。

不过，华谊的财务状况仍难言乐观。截至6月底，公司现金及现金等价物为8.22亿元，短期借款为15.85亿元，一年内到期的非流动负债为5.91亿元，长期借款为8.08亿元。此外，公司最新披露的质押公告显示，实控人王忠军、王忠磊累计质押股份比例高达91.5%。

对此，深交所日前下发问询函，要求华谊兄弟补充说明实控人是否存在履约能力和追加担保能力，是否存在平仓风险，以及股份质押事项对公司生产经营、控制权稳定性等方面影响；并要求公司结合现金流情况，说明是否存在短期或长期偿债风险等。

在此背景下，华谊兄弟表示，此番出让英雄互娱股权，有助于优化整合公司资源，提高资产配置效率。股份转让所得资金可用于补充公司流动资金等，更好地支持公司主营业务发展战略的推进。同时，此举有利于公司进一步聚焦“影视+实景”，逐步剥离与核心业务关联较弱的资产，集中优质资源巩固和提升公司核心竞争力。

“聚焦”战略下，华谊兄弟还于今年8月宣布，拟将控股子公司实景娱乐15%的股权，以2.25亿元的价格转让给西藏景源。

业务不断“收缩”的华谊兄弟，股价也在不断“缩水”。过去一年，公司股价从7元左右的高点一路下滑，截至24日收盘，已跌至3.53元。

券商完成 北交所首次全网测试

(上接1版)

华泰证券也表示，在参加本次全网测试前，公司的涨乐财富通App、PC网上交易软件及中后台系统已进行了相关的技术改造和准备工作。本次测试结果符合北交所的各项要求，对测试情况及细节，公司按统一上报北交所。

记者了解到，在本次测试中，不少券商已对App进行了改造，新增“北证交易专区”，以便于客户快速了解北交所的交易规则、投教内容，同时汇聚北交所的交易入口、权限开通入口等。

此外，由于北交所的打新规则与沪深A股存在差异，有券商在其App上特别增加了“北证新股申购”的入口。

另据招商证券相关人士介绍，在本次测试中，重点之一就是投资者适当性验证，北交所合格投资者权限的开通与取消，以及交易权限控制等进行针对性测试。

据不完全统计，目前已有超过90家券商上线了北交所预约开通交易权限功能，包括中信证券、国泰君安、华泰证券、广发证券、银河证券、海通证券、中信建投、招商证券、国信证券、光大证券、方正证券等。

受访券商人士表示，测试对客户服务平台及适当性管理的相关系统提出了较高要求。国泰君安方面表示，开通北交所交易权限需针对个人交易经验、资产信息、机构基本信息等进行适当性校验和判断，涉及账户、交易、营运、前端客户服务等多个系统的数据联动和整体改造，工程复杂、工作量大。国泰君安的投资适当性管理体系比较灵活，已通过配置和改造满足北交所的要求。

2021年世界互联网大会开幕 共议构建网络空间命运共同体

●记者 温婷 ●编辑 邱江

以“迈向数字文明新时代——携手构建网络空间命运共同体”为主题，“2021年世界互联网大会乌镇峰会”9月26日在浙江乌镇召开。14项年度领先的世界互联网科技成果同日亮相，包括华为HarmonyOS、中国移动通信集团有限公司的“5G独立组网(SA)端到端系统方案、国际标准及组网技术”、海康威视的基于多光谱的智能感知终端、阿里云自主研发的分布式存储系统“盘古”等成果入围。

与往年相比，今年的“世界互联网领先科技成果发布活动”更加关注全球互联网的前瞻性发展，在体现互联网技术及应用发展的前沿性和引领性上取得了持续提升，共征集到300余项成果申报，涵盖5G、量子计算、高端芯片、高性能计算机、网络架构、基础操作系统、卫星互联网应用、工业互联网及智能制造等领域。

此前于25日开幕的2021年世界互联网大会“互联网之光”博览会上，包括云计算、大数据、人工智能、区块链、网络安全等

多个领域的新技术、新产品，以及经济、社会、政府等各领域各行业数字化转型的最新应用成果率先亮相，吸引了包括华为、阿里巴巴、百度、卡巴斯实验室、中兴通讯、奇安信、中科曙光等300多家中外企业参展。

奇安信董事长齐向东表示，数字文明新时代，完善数字环境治理、共享数字经济红利，携手构建网络空间命运共同体，需要合规、有序使用数据资源。而数字安全是数字文明的重要基石。只有实现数据安全存储、有序流动、公平交易、清晰边界，才能最大限度发掘数字时代红利，让广大人民群众获得数字红利。维护数据安全，保障数字经济、网络安全行业责无旁贷。

构建网络空间命运共同体，离不开中外企业的共同努力。关于数字技术和数字安全，特斯拉CEO伊隆·马斯克积极表态称，特斯拉已在中国建立数据中心，所有中国业务所产生的所有数据，包括生产数据、销售数据、服务数据和充电数据等，完全存储在中国境内，同时通过数据加密、鉴权、访问控制等技术手段确保存储安全。

中国电信董事长柯瑞文则透露，中国电

信积极布局前瞻性技术，包括云网融合、网信安全、数字化平台、量子通讯和人工智能等，网络开放架构基本形成。下一步，中国电信将进一步完善企业科技创新体系，开展前沿技术联合研发，突破一批关键核心技术，实现研发端到端打通，让创新成果尽快落地开花。

预计到2025年，中国的信息服务市场规模将超20万亿元。面对这一趋势，中国移动董事长杨杰建议产业各方通力协作，加快“上云用数赋智”，培育壮大工业互联网等新业态，探索推进数字征信、数字货币等金融科技新模式，持续提升产业基础能力和产业链现代化水平。“中国移动正在以5G、算力网络、智慧中台建设为重，积极推动实现网络无所不达、算力无处不在、智能无所不及。在5G方面，持续打造高品质网络，不断丰富特色应用，推动5G成为新一代信息技术融合创新的重要载体。”

在推进智能制造方面，小米创始人、董事长雷军呼吁，科技企业要积极抢占浪潮之巅，坚持用互联网思维推动中国制造业，带动上下游合作伙伴融合发展，共同探索智能

制造的新经济发展模式，全力提升“中国制造”的技术实力与品牌形象。

随着互联网等新兴技术的发展，“科技普惠”更不能忽视的是广大中小企业。红杉资本全球执行合伙人沈南鹏表示，类似SaaS(Software as a Service)的运营模式，可以帮助中小企业降低投入门槛，平等地享受数字化高效运维能力。它们的价值就在于将应用技术平等放在同一起跑线上，而且付费门槛并不高，按实际使用支付，让中小企业也能搭上智能化快车，解决业务痛点。

据沈南鹏透露，红杉中国2020年专门成立了数字智能孵化中心，目前在京沪两地孵化的数字经济初创企业已经达到12家。未来，数字普惠将成为中小企业成长为“专精特新”小巨人的有力工具，红杉中国将继续支持更多中小企业共享数字经济红利。

据悉，今年的大会为期三天，将首次举行“携手构建网络空间命运共同体最佳实践”案例展示活动，并将继续发布《中国互联网发展报告2021》和《世界互联网发展报告2021》蓝皮书。