

# 创富·财眼透视

即便我们身边的大多数人都没有登录过Facebook,这个在8年间拥有9亿用户,掌控仅次于中国和印度人口数量的“社交帝国”,在一周前的18日上演的160亿美元融资额,1040亿美元市值的盛大IPO,依然会让我们心驰神往。

尽管上市来的一周,股价破发、下跌,广告主撤单、投资者质疑种种困扰萦绕着这家光环加身的公司,但种种欢乐与忧愁,和远在万里之外的我们没有丝毫关系。Facebook上市带给我们的唯一问题是:面对社交网站开启的生活方式改变和商业模式变革,你我准备好了吗?

# Facebook 股价暴跌的背后

本报记者 崔滨



## 连跌3天 “脸谱”上市后惨“变脸”

从进入资本市场那一刻起,被中国人翻译成“脸谱”的Facebook开始了“变脸”。

在18日开盘首日即大跌超10%,最后在承销商护盘下仅收获23美分上涨,0.61%涨幅后,Facebook难以遏制地一路下跌。在度过了一个周末后的21日,Facebook的股价开盘即大跌8%;随后的22日股价又继续大跌8.9%。截至24日,Facebook的股价在微涨3.23%后,来到了每股32美元的位置,这距离它38美元的发行价,已经跌去了15.78%,相应的千亿美元市值也缩水百多亿美元。

这家公认的优秀公司,为何无法在证券市场得到认可?道琼斯旗下的知名财经网站专栏作家撰文指出,与微软和谷歌上市时,给普通投资者留下大把投资获利空间相反,Facebook和掌控者及银行团队,“在IPO时没有给桌子上留下什么钱。”

另一个让投资者对Facebook前景产生怀疑的是,就在IPO前夜,《华尔街日报》报道称,通用汽车计划停止在Facebook投放广告,原因是该公司认为Facebook网站上的付费广告对消费者的购车活动几乎没能造成任何影响。也许就像在IPO之前,扎克伯格在一封致投资者的公开信中宣称的“Facebook的创建初衷并非成为一家公司。它的诞生,是为了践行一种社会使命:让世界更加开放,更加紧密相连。”

## “分享至上”的理想 带来精准广告投放

从8年前只为让闷骚的哈佛宅男有个把妹泡妞的渠道,到如今全球每8个人就有1个Facebook网页的“社交帝国”,Facebook记录了9亿多人欢乐或者尴尬的照片、读过思考过的书、听过唱过的

歌、爱过错过的人。

正如扎克伯格所说:“Facebook渴望建立一个给予人们分享的能力,帮助人们再次改变社会中很多核心机构和行业的服务。”如今的Facebook,就是这样在一个理想驱动下创造价值的“帝国”:人们在Facebook上玩德州扑克;通过它的购物应用选择购物地点甚至直接购物;用Netflix和Spotify组件观看电影、收听音乐并分享给朋友们;在Paypal上给Facebook的好友汇款;在Facebook上寄送贺卡;通过教育和医疗机构的主页与其沟通;基于分享和联系,社会生活中的几乎所有功能和机构都可以变成Facebook上的一个应用。

而在这个全球化的娱乐、消费、活动和社交的平台上,广告商可以通过精确分析每个Facebook用户的身份、兴趣和关注,进行个性化、目的性的广告宣传,在Facebook的招股说明书中,它2011年37亿美元的营收,有85%来自这种广泛联系下的精准广告投放。

这听起来有些不公平,Facebook在利用用户的坦诚和开放赚钱,但这也是一种新生活方式的开始。

## Facebook的IPO 资本神话还是产业泡沫

在18日的夜晚,创新工场创始人兼董事长李开复,在北京召集了一个“围观”Facebook上市的party。略显尴尬的是,尽管那个夜晚所有人都在为Facebook兴奋、欢乐,但Facebook的上市,真的和大洋彼岸的我们没有丝毫关系。

真正值得中国互联网人思考的是,Facebook的IPO,是一次新的资本神话,还是新一轮产业泡沫的酝酿,就像李开复所说的,“如果雅虎是互联网连起来的里程碑的话,Google的上市可能代表着人人可以接触信息的里程碑。今天,Facebook的上市,代表

的是人与人之间可以连接起来,社交链的价值也许是比上市本身更重要的一个里程碑。”

Facebook并不是世界上第一个社交网站,早在扎克伯格做出它之前,现社交网站人网的董事长兼CEO陈一舟,就已经将校友录社区网站Chinaren运营得风生水起。如今,陈一舟创建的号称中国版Facebook的“人人网”,先于Facebook在2011年5月登陆美国纽交所,但在上市后的近1年间,其股价一路震荡下行。对于Facebook的上市以及未来的人华进程,陈一舟的评价是:“这个还没有看到,敌人来了再说。”

陈一舟曾在给人工员工的一封信中称,“已经上市的人人如同拿到荆州的刘备,尽管粮草充足,但荆州却易攻难守。”微博、切客、微信等移动互联网应用,都是社交网站今后发展的巨大竞争。

同样,在Facebook招股说明书中坦承披露的48项未来运营风险提示中,也强调“尚未从移动产品中获得有意义的收入”。

眼下,无论是意图入华的Facebook,还是意欲从中国市场突围的本土社交网站,都在思索如何和象征着未来的移动互联网携手的关键战役。而这场竞赛中,更彻底地秉承“开放”与“分享”的Facebook,或许又将抢到先机。

一个典型的例子是,虽然腾讯、新浪等都在宣称开放平台、互利共赢,但在Facebook上诞生了像游戏运营商Zynga这样市值超过60亿美元的大型企业,充分说明Facebook能够恪守原则,做到真正的“开放”。

就像Facebook上市后,中国IT人普遍反思的:引领全球创新的为什么是苹果、谷歌和Facebook?除了一流的产品,更重要的是它们无一例外都拥有单纯的改变世界的理想。一个追求伟大事业的心态,而不是能赚多少钱的浮躁,才是成功的重要砝码。

在理想与商业中磨砺与进化,这也许是Facebook给时代,给我们的最大启示。

# 奥特朗再次参与行标起草工作

## 并担任该起草工作组组长

2010年,奥特朗向全国家用电器标准化技术委员会申请了制定双模(储水快热组合式)电热水器行业标准的议案,获得批准,并同意奥特朗参加《储水快热组合式电热水器》行业标准起草工作组,并担任该标准起草工作组组长。再一次体现了奥特朗在行业内的技术水平和领导地位。

奥特朗率先研发出双模(储水快热组合式)电热水器:更先进的储水新品类奥特朗研发出的双模电热水器是指一台热水器拥有即热与速热两种模式,春、夏、秋三季即开即热,冬天采用速热和即热两种模式交替使用,与储水式比,具有更小的体积、更快的速度、更大的

水量、更低的能耗、更好的舒适度。又解决了即热式的安装难题,是更适合中国国情的热水器。

“双模旋风”将促使行业升级换代,新标准将加速改变行业格局。

双模电热水器不仅安装更方便、使用更节能、沐浴更舒适、外观更美观,是真正的环保、节能、低碳的产品,深受消费者的青睐,去年增长50%。它的研发成功必将促使行业升级换代,新标准的推出将加速改变行业格局。

为了做好标准,斥巨资建设按国家实验室标准规划的中心实验室

2011年,在国家正式批准立项双模(储水快热组合式)电热水器国家标准的项

目之后,奥特朗斥巨资建设按国家实验室标准规划的中心实验室,为行业标准的制定提供重要的测试设备与可靠数据。

长期注重技术研发,荣获“高新技术企业”

奥特朗长期注重研发投入,取得了多项专利,同时也进行了技术成果转化,在快速电热水器领域取得了令人瞩目的成就。2010年,奥特朗荣获“高新技术企业”称号,是目前快热式电热水器行业唯一一家享有此称号的企业。

友情提示:奥特朗产品在全国各大家电卖场、百货商场、专卖店有售。现诚招全国各地省地级代理商,全国销售查询、招商热线:020-22540888



## 新品看台

# 我,不繁不凡

## 博世·非繁零度冰箱 以精化繁,方显内在不凡

一直以来,市场上的金属门冰箱多以单一的银灰色示人,而博世·非繁零度冰箱突破了传统的僵化,拥有皓白、尚黑、博世红和橙色,为消费者带来了更多个性化的选择。博世·非繁零度冰箱秉承“less is more”即是多理念,对设计元素进行极致精简,将更多的设计考量投入到产品体验上,注重细节处理,精湛工艺、灵动的艺术线条。除此之外,博世的零度保鲜保鲜技术则保证了该系列产品优异的保鲜性能。

“非繁”之名源于它独有的门体设计:摒弃了传统的突出式门把手的设计,而采用巧妙隐藏于门体侧边的超薄嵌入式把手设计。以创新科技突破传统工艺束缚,金属线条一体成型,完美融合冰晶门体,与隐形把手相得益彰,精巧、纤细、简洁、大方,犹如天成,将“less is more”即是多”的时尚主义精髓演绎得淋漓尽致。

非繁的设计,却有不凡的保鲜。博世·非繁零度冰箱拥有博世一直引以为豪的零度保鲜保鲜技术,通过电脑控制,多循环制冷系统和双速冷技术,给食物提供低温保护,大大延长食物的保鲜时间;先进的密封保鲜技术则为食物提供专业级锁水呵护,保留果蔬、鱼肉类的水分、口味与色泽,保证食物原味原味。

“less is more”即是多”的时尚主义精髓演绎得淋漓尽致。

此外,博世·非繁零度冰箱首次将收纳理念用于冰箱设计范畴。6个不同尺寸的100%PP食品级安全材料的收纳盒可以任意不同保鲜需求灵活放置于冷藏、零度和冷冻室中,并可用于食品分类储藏以减少冰箱中食物串味的烦恼;也可以当作微波炉加热盒,更可以放置在洗碗机中洗涤,解决后顾之忧。(部分型号有)

非繁设计——精雕、灵动线条尽显;不凡表现——博世冰箱不断改变的个性化互动体验。以简化繁,方显内在不凡,尽在博世·非繁零度冰箱。



# 安心沐浴 樱花电热水器

早在2000年孔子讲述“冠者五六人,童子六七人,浴乎沂,风乎舞雩,咏而归”那时,沐浴就代表了一种理想的人生境界。作为中国卫浴生活的主导者,樱花热水器始终在为理想的沐浴而努力,创造安心境界。

28年专业科技,引领沐浴进步。从第一台樱花热水器诞生开始,26年来,樱花致力探索热水领域的新技术,从2001年的微电脑数位式热水器,到2009年的LMS自动记

忆电热水器,到2010年的“速热增压”电热水器,不断在节能、节能、安全上取得突破表现,2011年樱花电热水器更荣获“中国驰名商标”。

79系列电热水器,打开“速热增压”新体验

樱花79系列电热水器,加热管从传统的1根增至3根,在节能速热模式时只启动一根加热管,快速加热1/4热水,如适用“多人沐浴”模式,3根加热管一次加热水量可达内胆容量的6倍,即使全家人连续洗澡也不用等。速热增

速,高效又节能,同时配备有自动故障提醒电料投,以及内胆包用6年的品质承诺,确保沐浴时畅快又安心。

永久免费安检,沐浴享受安心

热水器的使用环境,安装规格、水电管线,使用习惯都与安全息息相关,所以早在1986年樱花就实行了热水器“永久免费安检”服务,至今已进行了26年。每年6-8月的樱花“安检季”,樱花安检员会免费上门,为全国各地的樱花热水器用户进行安



被,让每一个消费者的沐浴安心无忧。更舒适节能的料投,更安全的体验,理想的沐浴,就是樱花电热水器创造的安心境界。

地址:广州市天河区广新路100号,樱花热水器6079系列,多路供水最高于95℃,内胆水温最高到75℃,使用寿命长达10年,10/12L出水,可节省更多电耗。