

文/本报记者 刘伟
片/本报记者 王鸿光

2018,崭新的征程正在徐徐打开。身处“乱世”,新的一年,是兵强马壮的高速男篮异军突起,最有希望染指总冠军的一年;也是状态不减的丁彦雨航,在冲击NBA的道路上,继续为自己平添砝码的关键一年;当然,这更是凯撒连续执教山东第三个赛季,需要拿出更有说服力的成绩单的时候了。

过去的2017,高速男篮厉兵秣马,内外援配置,让账面上的实力达到了冲击总冠军的标准,然而理想与现实,有时候真的是两码事。大半个赛季,高速男篮展现出一支强队的风范,兑现过自己的天赋,曾经距离半程冠军一步之遥,却也在面对新疆、辽宁时,失去了令人信服的硬实力;甚至四次面对弱旅,莫名输掉了三场,阴沟里翻了船,令人摸不着头脑。

大开大合,大起大落,这并不符合人们对一支冠军球队的认知,也反映出高速男篮,同真正的冠军之师之间的距离。2018年,希望依旧满满,但球队要补的课,要还的债,一个都绕不过去。

过去的2017,是丁彦雨航破茧成蝶的一年,他成为CBA新科MVP,化身中国篮球炙手可热的新生代偶像。赛季结束,小丁远赴NBA夏季联赛,开始追逐更高的篮球梦,但时机并不成熟。

新的一季,丁彦雨航选择回归CBA,决心以退为进。经历了NBA夏季联赛洗礼的丁彦雨航,新赛季对比赛的驾驭

新征程向冠军冲击 高速男篮更进一步



更加得心应手,统治力更加强大,他的数据更加抢眼,他的光芒甚至盖过了球队两名外援。

可是,这些还是不够。在小牛队总经理小尼尔森看来,2018年小丁重新冲击NBA,还需要一块比肩前辈的敲门砖,那就是CBA总冠军,“我们一直在关注丁彦雨航,并且也很期待看到他穿小牛队球衣的样子,不过前提是他要先赢取CBA总冠军,到时候我们再讨论他来NBA的可能。”

前路坎坷,然而小丁并没有放弃为梦想奔跑的步伐和信心,“要是没信心就不会去了,等联赛结束了还会去做更多的尝试,现在还是以联赛为主。”

2018年,塞尔维亚人凯撒执掌高速男篮帅印的第三个赛季,也是遭遇各种质疑最多的一季。平心而论,在职业化水平并不高的篮球领域,从2015-2016赛季执掌高速男篮帅印开始,很多人便将名不见经传的凯撒,同其前任外教一道,视作一位过渡人选,人们更相信,能厘清这个圈子的应该是位本土通。

然而不同于这种心理预期的是,凯撒执教第一个赛季便带领高速男篮闯入季后赛,成为山东男篮历史上首位带队闯入季后赛的外教。第二赛季,他又一次神奇地完成了任务。在讲究成绩说话的竞技体育范畴内,凯撒已经出色完成了任务,也保住了帅位。

可2018年情况不一样。高速男篮不再是为了季后赛而战,他们有着更高的冠军目标,他们需要背负更多的压力,更多的指责,更严峻的挑战,凯撒是否能最终胜任?

海信之梦,向世界开花

2017年,海信48岁,行至中年的海信始终热情激越,从0到1不断突破,每每创新必然走在行业前列。同时,海信也始终踏实稳健,赞助世界杯,收购东芝电视,每一次布局落子无不都是稳扎稳打步步为营。这些大手笔大动作背后,是掌舵人周厚健为海信的未来规划的清晰路径。2018,海信的商业传奇还在继续,梦想正照进现实。

激光电视梦 从0到1,颠覆式创新

2017年,周厚健掌舵海信的第26个年头。作为迄今唯一仍忙碌在电视产品第一线的“彩电人”,周厚健和海信有一个激光电视梦。“我会坚定地把激光影院电视做起来,使其成为海信传统旗舰产业的新生力量,这是海信领先世界的机会。”

这是一次从0到1的突破,从无到有的开拓。经历了十多年的快速发展后,电视大屏化成为彩电行业的共识。但液晶电视面临成本高、体积大、功耗高等问题,技术升级换代投入巨大,注定不能承担引领电视产业变革者的角色。处在行业变局关口,海信的技术路线选择是激光电视,选择做显示技术史上的“挑战者”和“领头羊”。

走别人未走过的路,首先要做别人未做过的梦。但相比从1到10的迭代创新,颠覆式创新尤为艰难。为此周厚健将激光电视作为亲自抓的“一号工程”,经过多年的技术积累,海信实现了激光电视自主研发和自主生产制造,累计申请专利412项。继2014年推出全球首个自主研发的激光电视,2016年发布世界第一台4K激光电视之后,刚刚过去的2017,海信在激光电视方面更是动作连连。

2017年4月17日,海信正式宣布成立青岛海信激光显示股份有限公司,独立上阵的海信激光板块,以更从容和灵活的姿态



应对激光显示带来的全球商机。

这一年11月23日感恩节当天,海信在北京鸟巢发布L6系列4K激光电视、S6系列4K激光影院两组系列新品。至此,4年3次重磅升级激光电视产品线海信完成了激光电视在大尺寸市场的产品布局。其中一款产品达到150寸,堪称全球最大。得益于此,海信提前锁定全球彩电产业在下一代显示技术竞争的主动权。

海信转型梦 B2B利润占据半壁江山

电视市场占有率连续13年位居中国市场第一,全球市场第三;冰箱市场占有率居中国市场第二位;空调市场占有率居中国市场第四位……这是作为家电企业的海信。周厚健的另一个梦想,有关海信的“另一面”。他曾公开谈及,要继续推动海信转型,在非家电领域有更多发展,驱动海信达至一个新的高度。

这并不是在荒地上画蓝图。海信智能交通、光通信、数字医疗等“B”面业务早已一个开花结果,迅速崛起。

2017年,海信B2B业务矩阵依然表现不俗。

在光通信领域,海信光模块市场份额全球第六,中国第一,其中接入网光模块已经连续6年全球市场占有率第一;不久前,工信部公布了全国第二批制造业单项冠军企业和单项冠军产品名单,海信的接入网光模块产品被评为单项冠军产品,是本次上榜的35家企业中唯一的光器件厂商。

在智能交通领域,海信网络科技公司已连续八年在国家市场业绩遥遥领先。2017年,海信共推出8款全国乃至全球领先的产品和解决方案。目前,海信的智慧城市和智慧交通产品与解决方案成功应用于全国100多个城市。

数字医疗领域,海信凭借敏锐的产业判断,以及强悍的技术迭代能力,迅速从一个闯入者成为一个千亿级新兴产业的强力竞争者。半个月前,海信医疗设备股份有限公司刚刚拿下一个千万级的医院数字化建设项目。国内多家医疗设备品牌对于这个项目虎视眈眈,有的还花了两年时间持续跟踪,但海信最终以99.5分的最高得分一举

中标。

如今,智能交通、中央空调、光通信、医疗等产业正为海信的新动能持续赋能。数据显示,海信集团B2B产业规模已经接近3成,效益占到半壁江山,形成了B2B与B2C同步发展的良好态势。

世界一流企业梦 全球化布局大棋渐趋明朗

一个更大的梦想正在等待着周厚健和海信。

向世界级品牌迈进,海信从未停下脚步。若从1994年海信南非销售控股有限公司进入南非市场算起,海信的国际化之路已经走了二十余年。从本土化经营,到区域化生产,到设立海外研发机构,再到全球品牌建设,海信的步伐从未停止,向全球的渗透不断深入。

目前,海信已经在海外建有17个分公司实施本土化经营,覆盖欧洲、美洲、非洲、中东及东南亚等地市场;海外建有3个生产基地实施区域化生产,产品远销130多个国家和地区;在全球设立12个研发机构,面向全球引进高端人才,提升技术产品研发能力。

2017年,海信接连布下战略大棋,全球化的梦想越来越清晰。先是在4月份,海信成为2018年FIFA世界杯官方赞助商。这是世界杯百年历史上,第一个来自中国的消费电子品牌。这是海信历史上最大手笔的一次体育营销行为。

2017年11月,海信收购东芝电视,成为中国家电行业跨国并购历程中的又一个标志性事件。多棋落子步步为营,一个关于“世界的海信”的梦想正在照进现实。

“期待海信早日成为世界一流企业。”2017年年底,在海信集团庆祝48周岁生日的内部小型晚会上,面对在场的海信员工,周厚健的讲话言简意赅却又雄心勃勃。