

## 本报专访戴森CEO Max Conze(马克斯·康泽)

## 容易被忽视的,正是戴森关注的

## ■资讯

麦当劳小黄人  
主题餐厅亮相

6月28日,麦当劳携手即将上映的电影《神偷奶爸3》宣布推出小黄人系列新品,麦当劳全国30余家餐厅将变身小黄人主题餐厅,更有AR互动游戏登场。

据悉,上海市场有两家主题餐厅,包括仙乐斯餐厅、鲁迅公园餐厅。围绕《神偷奶爸3》中的场景,麦当劳推出一系列主题包装及新品,包括全新爆浆芝士鸡排堡、那么大鸡翅芝士就酱、香蕉派、麦乐鸡新伴侣车达芝士风味蘸酱等。麦当劳也首次在特饮中加入新鲜柠檬片,用海盐柠檬苏打为你带来沁凉一夏。

据了解,为吸引更多年轻消费者,麦当劳将美味新品变成了AR互动游戏,由腾讯提供技术支持。用户通过登录手机QQ客户端,进入“QQ AR扫一扫”功能,扫描全新爆浆芝士鸡排堡的堡顶(印有小黄人图案),便可在手机里实现与小黄人互动自拍。扫描餐垫纸、香蕉派派盒指定区域,还可看到独家小黄人动画彩蛋。 青年报 王娟

Living Art  
艺术水族馆揭幕

6月30日,上海长风海洋世界Living Art艺术水族馆正式揭幕,活动现场被色彩缤纷的气球包围,充满童趣。

据悉,此次盛大揭幕的艺术水族馆是上海长风海洋世界在艺术科普教育领域的又一创新,希望能让更多的孩子通过亲近自然感受艺术,并了解和热爱海洋及海洋生物。

2017年7月1日起,全新的Living Art艺术水族馆将正式对外开放。拥有4大主题展区 and 1个创意互动区的艺术水族馆,通过色彩斑斓的海洋生物为创作源泉,启发并挖掘游客的创造力与想象力。 青年报 王娟

近日,戴森上海科技实验室迎来了一群优秀的工业设计专业的学生,由戴森的工程师现场为大家进行职业发展讲座,并为学生们布置了一个任务:设计并构建一个火箭原型。参加研讨会的学生们还获得了展示他们今年戴森设计大奖参赛创意的机会。创立于1993年的戴森公司以气旋式吸尘器起家,如今产品已经扩大至电池驱动和智能吸尘设备、干手器、照明、暖风扇、加湿器、空气净化风扇和吹风机等领域,产品在全球75个国家销售。现任CEO马克斯·康泽说:“我们专门解决他人所忽略的问题,这也是詹姆斯·戴森爵士创建戴森公司的初衷”。

青年报 姜卓



青年报:戴森设计大奖中国大赛已经举办了两年,戴森为何致力于未来工程师的鼓励教育?中国学生的表现如何?

马克斯·康泽:年轻人的创意对我们来说是非常重要的,戴森公司的创始人詹姆斯·戴森本人,最初就是和许多的学生进行合作,戴森公司的企业理念就是解决人们在日常生活中的问题,我们会和年轻的学生们一起去解决人们在日常生活中遇到的问题。我们鼓励他们成为未来一代的工程师。我们已经看到中国学生的表现是非常不错的。

青年报:从第一届设计大奖的获奖作品来看,戴森设立这个大赛的目的,是让年轻人更加关注于解决实际生活问题的发明创造?

马克斯·康泽:戴森公司对解决日常生活中的问题是非常有激情的,以公司创始人詹姆斯·戴森为例,他就是在吸尘器的日常使用过程中,遇到了很多挫折的地方,所以才有动力对吸尘器进行了改革,才产生了现在这样一个颠覆性的产品。去年戴森设计大奖中国区的获胜者,是来自同济大学的一位女同学。她设计非常贴近我们的日常生活,她设计的“微蒸餐盒”在食物变熟变热的过程中,不会破坏食物的营养。这虽然不是什么伟大的创想,但却实实在在的为人们解决了在日常生活中遇到的问题。

青年报:专注于技术革新

的戴森公司,其位于世界各地的研发中心如何分工?

马克斯·康泽:戴森有3500名工程师,现在正在研发的项目有200多个。以戴森Supersonic吹风机产品为例,我们有专门的团队研发它的马达,有专门的团队研究电子芯片,另外还有专门的团队研究传感器和专门研究外观设计的团队。所有这些独立的团队又协同配合来共同研发一个产品。戴森在英国和新加坡都有设计中心,今年的5月份,上海的戴森科技实验室也刚刚开幕。就目前来讲,戴森在中国还是一个非常小的公司,还在不断成长的过程中,目前中国戴森科技实验室主要负责研发产品的软件部分。

青年报:戴森在技术研发上的关注点非常广泛,公司目前急需解决的技术难题是什么?

马克斯·康泽:戴森研究马达技术已经18年了,在此之前,詹姆斯·戴森认为马达太大了,整个公司团队花了将近20年的时间,才有了现在的马达技术,体积小功效大,可以直接应用于Supersonic吹风机的手柄内。而固态电池技术是我们另外关注的一个研究重点。

青年报:目前戴森的产品是从英国出口到全球,未来会考虑全球化生产吗?

马克斯·康泽:戴森目前有30%的供应链是在中国,一些产品的零部件,比如产品的一些塑料模具部分在中国生产,但核心的技术比如说马达技术还



是在新加坡生产。

青年报:戴森的产品从吸尘器、无叶风扇到吹风机,每次都给人耳目一新的感觉。目前有没有关注新的产品领域?

马克斯·康泽:戴森关注的问题都和空气相关,所以我们的研发是看我们遇到的问题是什么,每天会发生什么事情,去决定我们的关注领域。

青年报:目前戴森最大的市场是美国和英国,而中国的发展势头迅猛,未来戴森如何加大中国市场的投入?

马克斯·康泽:中国市场对我们非常重要,我们的增长速度非常快,但对于戴森来说,中国依然是一个比较小的市场,我们在中国还很小。中国未来无疑是戴森最大的市场之一,我们对于中国市场的投入可以从两方面讲,一方面,除了商业上的投入,包括工程师的培养

和科技实验室,未来一年我们会招募50位中国本土的工程师,这是为了在未来戴森能够更加了解中国消费者的需求。第二方面,未来我们会和更多的大学合作,鼓励更多中国的年轻人成为像詹姆斯·戴森一样的工程师。

青年报:您在戴森这样一个科技型的公司工作,有什么独特的感受?

马克斯·康泽:在戴森工作非常的有活力,公司有很多年轻人的好处是你每天都会面临新鲜的事物。虽然人一定会变老,但思维却可以保持年轻的状态。对我印象深刻的一点是戴森Supersonic吹风机曾经经历过无数次失败的,但令我惊喜的是,我们年轻的工程师尽管经历了很多次失败,但仍然表现出无限的热情,想要研发出它的态度是非常令人鼓舞的。

## 年度目标完成超半 恒大全年冲5000亿销售额

青年报 王娟

7月3日,中国恒大公布了半年业绩,6月实现销售额611.2亿,同比增95%;前6个月销售额2440.9亿,同比增72%。并且,在这份公告中还透露出今年恒大两个指标完成情况,前6个月已经赎回了全部永续债,并且完成4500亿年度目标的54%。

## 业绩大增创新高

公告显示,6月恒大实现了单月611.2亿的销售,创下行业新高,并且前6个月实现2440.9亿的销售,年度任务完成过

半;此外,销售面积2475.1万平方米,同比增49%,领跑行业。

在整个市场进入“量平价稳,略有增长”的周期之后,恒大依旧能够实现如此突破,业内普遍认为,这与布局有很直接的关系,据了解,恒大在全国240多个城市布局了700多个项目,并且一二线项目占比超七成。在楼市调控下,采用全国化布局受调控影响相对较小,增长稳定。

此外,“新盘效应”也在恒大的业绩增长中扮演了重要角色。据公告,恒大6月新开盘项目达32个,达历史高位,由此创

下了单月新高。而据记者了解,其上半年累计新开盘项目达79个,同样因此创下了半年销售新高,下半年新开盘力度更会远超上半年,达223个,销售料亦将远超上半年,全年销售将轻松突破4500亿目标,有望超5000亿。

同时,恒大是全国唯一一家实行“无理由退房”的房企,而且其具有强大的成本控制能力,在设计、招标、施工、销售等多环节严格实施标准化管理,从源头上控制成本,在市场低迷的时候确保成本低于行业水平,市场竞争力较为明显。

## 领跑权益销售榜

在业内公认为“含金量”更高的权益销售榜单中,恒大成绩同样抢眼。克而瑞上半年权益销售榜单显示,恒大以2291.6亿领跑行业。

机构数据显示,今年6月29个重点城市商品房成交面积同比大降30%,市场降温明显,万科、碧桂园等一线房企6月销售均出现环比回落。恒大销售实现逆市大涨,显示其下半年销售增速将更加迅猛。

恒大自2017年开始由“规模型”向“规模+效益型”转变,企业

在保证20%左右增速同时确保效益稳步增长。这也意味着这家近年来规模增长迅速的企业,将更加重视效益的稳步增长。

权益销售额越高、比例越高,意味着企业销售额锁定的未来利润越高,而这也是恒大向效益转变的应有之义。

此外,分析人士还表示,近年来土地成本高涨,房企合作开发项目越来越多,部分房企在统计销售额时却未剔除非持股部分,导致部分房企的传统销售数据难以反映其真实销售能力,而权益销售却能够更加客观地体现房企的资金运用和战略把控水平。