

本报专访华硕上海设计中心首席设计师吴冠 ■ 科技设计需“三思”而后行



高端访谈

如何在日趋同质化的竞争中构筑差异化的优势，华硕上海设计中心首席设计师吴冠 ■ 日前在接受本报采访时做了这样的概括：在工程师思维和艺术家思维基础上，还要在成本、利润率等方面进行综合考量，也就是企业家思维。设计就要重视‘工程师思维、艺术家思维、企业家思维’3种思维的融合。”

青年报 邵炯

青年报：本次“成功设计大赛”中，T Series系列的设计备受关注，能否详述一下其设计有哪些亮点？遵循了怎样的设计策略和理念？

吴冠 ■：在科技产品尤其是针对消费端的电子产品设计过程中，获得消费者青睐的关键是，要通过设计思维让整个产品拥有更完美的体验。我们认为，整体角度而言，应重点关注“美”、“声”、“触”、“感”、“云”5方面。

例如，T Series的一大亮点是兼容了平板电脑的便携性与传统笔记本电脑的实用性，可以轻松安装与拆卸，采用插拔式设计，按下键盘和屏幕中间的按钮即可取下屏幕，成为一款平板电脑。可令消费者体验更加便利、愉悦的数字智能生活。

青年报：能谈谈在笔记本发展史中设计是如何演变的吗？

吴冠 ■：使用者生活态度随着世界的脚步转变，产品便有不同的侧重点，一般来讲一个产业通常有这样的规律：一开始是以“功能”就可以取胜，这个时候工程师思维正好非常适合；接着市场发展到了消费品市场的时候，从功能发展到品质，会以产品为核心来设计；再之后就开始了会比较强调体验这种方向发展，设计师既要理性思考，又要用感性去创新和发现。

这时右脑思维，也就是设计思维越来越重要。设计思维不只是把设计的观念放在这个所谓的外观，而是要从设计思维怎么带动整个设计，甚至影响到整个管理去考量。在工程师思维和艺术家思维基础上，还要在成本、利润率等方面进行综合考量，也就是企业家思维。我觉得设计就要重视‘工程师思维、艺术家思维、企业家思维’3种思维的融合。



设计团队合影，图中后排右四为吴冠 ■。

青年报：面对移动互联网时代，整个产业在重新洗牌，PC的市场下降是一个不可争辩的事

实，面对新形势，这给设计带来哪些挑战？将如何应对？

吴冠 ■：科技产品就是为了让生活更好更简单。虽然生活形态越来越多元化，但使用者对产品的需求还是永远存在。

当然，在设计全新的产品时，会遭遇许多新的难题，比如解决外观天线、重量、材质限制或是界面使用的顺畅度，都得绞尽脑汁去克服，也正因如此，产品设计上需要聚集各种不同领域的专业，为的就是创造新的完美体验。

青年报：设计过程中，如何保留上一代产品一些优良的元素？可以给我们举个例子吗？

吴冠 ■：Zenbook UX系列就是一个实例。从第一代开始创造了Zen同心圆元素以后，每一代Zenbook都有更进一步的改变和进化。其中有隐晦的设计语言包含在所有产品中，简洁多样。我们每天都在面对不一样的客人和不一样的需求，在整合性上势必有所牺牲，但是我们的使用者的人生却因为我们的努力而变得更好，这是最重要的。

云计算： 商用化实现落地加速突破

云计算服务在互联网、移动互联网、智慧城市等领域的渗透融合，形成了市场需求与技术进步的双重拉动态势，2013年我国云计算产业规模已超过1000亿元，这份期待已久的“千亿盛宴”，离不开国内云计算产业链的聚合与努力，离不开国产企业“以用户为中心”的创新奋斗。

云计算被视为我国新一代信息技术实现创新突破、跨越式发展的战略机遇。曾经让许多人感觉“云里雾里”的云计算，如今有了更多的落地应用，给我们的工作和生活带来便利。

不过，眼下云计算还只是小荷才露尖尖角。中国电子学会名誉理事长、原信息产业部部长吴基传表示：云计算服务方式在社会管理、生产、生活的信息服务中得到初步应用。云存储服务用户超过4000万，专用云已向教育、医疗、交通、政府、金融、社会管理等领域扩展。”

云计算被业界认为是继大

型计算机、个人计算机、互联网后的第4次IT浪潮，也是中国战略性新兴产业的重要组成部分。市场研究机构艾瑞的调查数据显示，去年我国云计算产业规模估值高达1100亿元，业内预计云计算市场规模在2015年可以达到7500亿元至1万亿元左右。庞大的市场规模和应用前景，成为整个云计算生态发展的强大推力。

云服务越来越流行，无论是现金拮据的高科技初创公司，还是实力雄厚的大规模企业，其都想在这场云计算的顶级盛宴中分一杯羹。中国移动集团公司副总裁李慧镝表示，云计算发展成为产业共识，IT系统向云计算迁移成为流行的趋势。

随着信息技术产品服务化趋势的加快，越来越多的产品提供商也开始向信息服务的综合运营转变，同时也为互联网公司向公用云服务商转型提供了重要机遇。

本报综合报道

腾讯进军电影圈 “明星IP”拍粉丝电影

日前，腾讯公司CEO任宇昕在“腾讯互娱明星IP电影计划发布会暨第二届互娱艺术高峰论坛”上宣布，以优质IP (intellectual property, 知识产权) 为核心的影视业务平台“腾讯电影+”正式成立。这是继腾讯游戏、腾讯动漫、腾讯文学之后，腾讯互动娱乐 (以下简称腾讯互娱) 推出的第四个实体业务平台，标志着腾讯互娱正式布局电影业务。

本次发布会上还公布了“腾讯电影+”首批明星IP电影计划。按此计划，共有7个知名IP将被陆续改编成电影，这些IP包括《斗战神》、《QQ飞车》、《天天酷跑》、《洛克王国》、《尸兄》、《Q炫舞》和《藏宝图》。其中，《藏宝图》为诺贝尔文学奖得主莫言的文学作品，其他IP则分别来自腾讯游戏和腾讯动漫平台。随后，腾讯文学高级总监杨晨也上台推荐了腾讯文学旗下4个适合影视改编的优质IP，分别是：玄幻小说《择天

记》、科幻小说《星河贵族》、都市小说《重生之别惹豪门千金》和古代言情小说《凤鸣宫阙》。

过去11年，通过腾讯游戏平台，腾讯互娱已连接起数亿玩家粉丝，成为全球游戏用户规模最大的互联网服务提供商，推出了众多备受数亿玩家喜爱的网络游戏产品。2012年，腾讯互娱正式提出以IP为核心的“泛娱乐”战略，展开系统的互动娱乐业务布局，并先后成立了腾讯动漫、腾讯文学两大业务平台。

通过经典IP引入与原创IP培育，腾讯互娱陆续推出了诸如《火影忍者》、《尸兄》、《谁与争锋》等许多明星IP，并进行了多平台、跨领域的泛娱乐拓展，致力基于互联网和移动互联网的多领域共生，打造明星IP的粉丝经济。事实上，在电影领域，腾讯互娱已有初步尝试，改编自腾讯儿童网络社区《洛克王国》的系列同名动画电影受到广大儿童和家长的欢迎。

王霞

资讯

虚拟运营商 第四批牌照将发放

本报讯 工信部日前发文的公布的数据显示，我国移动转售业务 (俗称“虚拟运营商业务”) 用户已突破20万户。此外，工信部相关负责人还透露，第四批虚拟运营商牌照将很快发放。

截至上月底，工信部共向25家企业发出移动通信转售业务试点批文，共计三批，其中不少已经发布170手机号段以及各项增值服务。

2013年，工信部决定引入民营资本进入移动通信转售业务，当时这项决定是被认为打破长期以来三大通讯公司垄断局面的有效手段。去年底，首批虚拟运营商名单陆续出炉，并在今年5月开始相继推出个性化的通讯服务。

然而，越来越激烈的虚拟运营商竞争态势下，虚拟运营商却面临宣传力度远低于传统运营商，大部分用户很难认知的困境。此外，170号段在各大互联网平台的验证、注册中频频收不到验证短信等用户体验问题仍然存在。针对这一问题，工信部在日前发布的《关于移动通信转售业务用户使用互联网服务有关问题的通知》一文中督促虚拟运营商与各互联网企业沟通、做好本企业170号段后台数据以便解决用户170号码不被认可的现象，并要求各虚拟运营商企业在本月月底前将处理结果反馈至工信部监管部门。

我国手机产量 占全球出货量八成

本报讯 根据工信部日前发布的数据显示，1—6月中国全行业生产手机8.46亿台，增长14.0%。这个数据相比2013年上半年的14.6亿部，增长23.2%明显减少。

对于中国手机生产放缓的原因，业内人士分析主要原因有几个方面，首先手机市场呈现饱和和状态，遭遇天花板。截至2014年6月30日，我国移动电话用户达到12.60亿户。而中国拥有1.2亿老人、2.2亿儿童，移动用户增长基本饱和。其次，4G手机还没有起来，3G手机已老了。

我在国资委营改增的影响下，运营商3年减少营销成本400亿，3G补贴取消，4G补贴尚未明确，手机进入薄利时代。

不过，可喜的是，2014上半年电子信息产品进出口下降，而手机出口排名第一。随着欧洲、印度以及非洲市场的打开，中国越来越多的手机远销还外。据IDC发布2013年全球手机18亿部出货量测算，我国产量占全球出货量份额81.1%以上。据说，小米3在印度仅用了5秒钟便全部售罄。

相信随着下半年4G手机的放量，我国手机产量数据将会变得好看些。