

“跑者”之坚：战极限而激创新

专访搜狐董事局主席、“跑者”张朝阳



高端访谈

随着互联网领域对从业人员健康的关注，“跑步热”正逐渐升温。

日前，将自我重新定位“跑者”的搜狐董事会主席张朝阳与“跑神”陈盆滨一起，顺利完成人生第一个“全马”。现年51岁、完整经历了42公里马拉松的张朝阳在接受本报专访时感慨，“全民跑在美国已流行了十几年，而今突然在中国爆发，所引发的含义更加深刻。对于科技行业从业者而言，勇于通过运动方式挑战自我，才能聚集更多创新能量。受点伤没关系，受点伤成长。”

青年报 王霞



青年报：如今，越来越多网络企业开始发出运动号召，搜狐新闻客户端也开辟跑步频道，这对行业从业人员有何意义？

张朝阳：2008年，我曾在希腊跑过一次马拉松。但那时只是把跑步当作营销活动的一种，觉得创意很好。

不久前，搜狐新闻客户端推出跑步频道，其实也是工作的一部分。但如今跑步对我而言，更多似乎是个人的事情，是我个人挑战和生命的一部分。

如今，多数科技网络企业的从业者都是高智商的年轻人，由于互联网行业竞争激烈导致从业人员压力较大，忙碌成为许多人的托词。但个人经验表明，时间总是有的，工作和生活都是人生的一部分，当你开始运动，状态和思考问题的方法都会发生变化，智商和情商都会相应提高，这会令决定的效率更高。尤其是作为企业负责人，思考的效率非常重要，所以运动并非侵占时间，而是帮助。

青年报：你曾在互联网大

会上表示，未来30年疾病都会消失。如今开始跑步，是更加相信医疗还是相信科技？

张朝阳：二者皆有。科技的发展，尤其是医学和信息技术、基因技术的发展，会让我们在未来几十年看到医学的巨大进步。现在，人类已经在享受前所未有的各种科技奇迹，所以每个人都应建立对未来的乐观精神。

运动具备健脑、健心脏、健身等多种益处，所以希望每个人都首先进行运动，拥有更长的寿命，才能享受更多技术发展带来的便利和好处，一举两得。

最近，跑步开始盛行。52天前我决定跑步，虽然这是场集体运动，但你跑完以后，这就是你一个人的马拉松。运动获得的个人信心和精神力量是其他方式无法比拟的。

青年报：除了对健康的促进，运动对于科技行业的创新有何意义？

张朝阳：如前所述，运动会激发人体生理和精神的潜力，

有利于智商和情商的提升。良好的体能和精神状态将深度挖掘个人潜能，对于科技行业的创新有极大的推动作用。

通过我最近几年对脑科学的研究，人的大脑在过去两百万年的进化，实际上是因为在劳动中不断迎接挑战建立的。当你认定了重要的事，去迎接这些挑战并实现它，你的大脑就会处在最稳定的状态，并更易做成个人认为有意义的事情。

而且，跑步是一个全方位管理自己的能力的项目。因为要跑得好其实是件很复杂的事情，比如，早上吃什么、中午晚上分别吃什么，再比如跑步时穿什么衣服，如何调整节奏和步伐，如何不伤膝盖等等。这对个人管理生活的能力也会有所提高。

身体是革命的本钱。建议科技企业从业人员甚至所有面临压力的年轻人，都找到一种适合自己的运动方式，从中获得能量。即便运动中受点伤也没关系，受点伤才能成长。

■ 资讯

第五届品友互动峰会召开

青年报 王霞

本报讯 日前，第五届品友互动全球程序化广告峰会在沪召开，聚焦“跨屏时代，顺势而为”，旨在探索跨屏时代程序化广告发展趋势。

品友互动创始人兼CEO黄晓南现场演讲时指出，从2012年程序化广告元年至今，程序化购买已经从概念走向价值——企业大数据已帮助企业从数字营销拓展到更多层面，跨屏DSP将迎来爆发式增长，同时，一旦合理KPI标准被讨论确定，将为

程序化购买带来全新机遇，“移动互联网时代，拥有跨屏能力的DSP平台将成为广告主首选，跨屏DSP迎来黄金时代。”黄晓南表示。

据悉，美国广告环境、品牌安全公司Integral Ad Science已宣布与品友互动签署战略合作协议，以便在中国推进品牌安全方面的产品和技术落地。另据透露，腾讯广点通日前也正式发布程序化交易平台GDT Ad Exchange，开放给市场里少数优质DSP，而品友互动作为DSP的龙头已完成对接。

麦考林转型健康美丽领域

青年报 王娟

本报讯 日前，第二十届中国美容博览会在上海新国际展览中心开幕，展会期间，麦考林全新推出两款自有产品：美容新品“秘密花园——玫瑰鲜活水”和健康产品“维您——多莓果味饮料”升级第三代。据介绍，两款产品是麦考林首次推出的美容保健主打产品。

公开资料显示，2014年度，麦考林完成了股权转让及业务

重组。新麦考林重新战略定位于以会员营销方式为主，提供健康美丽相关产品及服务的多渠道、多品牌零售商和综合服务平台。其三大主要产品系为健康营养、美肤护理和健康家居。据悉，麦考林产品超过2000个产品系列，从最初为消费者提供服装、饰品、家居等生活消费品，转型为提供高品质的健康、美容、护肤等长效改善型产品，完成市场从单一需求到深层次专业化需求的深度覆盖。

国美电器公布第一季度业绩 净利润同比提升9.3%

青年报 姜卓

本报讯 据悉，2015年，国美以“互联网+”为核心理念，将线上线下“全渠道体验”升级为互融互通的“全零售体验”。2015年一季度，“全零售”战略初战告捷。报告期内，集团专注中国家电零售业务，其中上市公司部分实现销售收入144.6亿元人民币，同比上升8.3%，综合毛利率保持稳定至18.2%。与此同时，在低成本高效率供应链的驱动下，总费用率同比下降约0.2个百分点，至16.2%。首季度归属母公司净利润同比稳定提升9.3%，至2.93亿元。

凭借“全零售”战略，集团继续加强一级市场的门店吸引力，增强消费者体验；同时，加速二级市场的网络发展，并加强与百货超市的合作，加速渠道融合。报告期内，上市公司部分一级市场实现销售收入同比增长6.0%，同店同比增长3.3%；二级市场实现销售收入同比增长16.6%，同店同比增长7.6%；联营门店实现

销售收入同比增长177.6%。

在电子商务方面，国美在后台以大数据工厂为核心，打造出了店铺端、互联网端、数据运营端三端合一的体验平台，利用社交媒体等移动方式，促进信息传播及互动分享，开启国美粉丝经济。报告期内，国美在线交易额同比增长107%；移动端访问量同比增长400%。同时，集团已设立超过26,000移动微店，粉丝数量增至200多万。

国美电器总裁王俊洲先生表示，“界面平台和价值平台的协同发力，让我们真正实现了低成本、高效率、高利润的新局面。国美相信，在董事会和管理层的带领下，集团将紧抓‘互联网+’时代下的发展机遇，建立‘互联网+’下的国美‘全零售生态圈’，依托1.3亿会员+1.2万家供应商+1万家商户+10万员工及其粉丝圈的强势，以对消费者多元化需求的精准洞察为驱动，继续优化核心供应链平台，发力界面平台和价值平台，为股东和消费者创造更高价值。”

PPTV聚力10周年 主打O2O

青年报 王霞

本报讯 没有歌舞升平，没有忆苦思甜，5月20日，PPTV聚力用持续的产品发布和签约，为其10周年进行了一次特别庆祝。现场，首款电视产品PPTV-50P亮相，作为搭载全新PPOS操作系统的首款互联网电

视产品，50P推出后备受消费者市场关注，并于当天在苏宁易购开售。为坚持内容开放，PPTV成功拉小米“入局”，达成战略合作。

小米副总裁陈彤现场表示，双方的携手将突破PPTV已有的70,000小时电视端高清影视内容，并将在手机端、体育内

容制作等方面展开多类型合作。与此同时，PPTV还宣布将与海南卫视成立合资公司，推动“生活+”的互联网旅游产业，并公布众多O2O信息。“从硬件到内容，从旅游到自制，再到发力电视产品，我们只为离消费者更近。”PPTV相关负责人在10周年现场动情陈述道。

城市生活广场签约米兰世博

本报讯 日前，“在苏州城市生活广场，拥抱米兰”活动暨2015米兰世博会官方签约仪式在苏州金鸡湖凯宾斯基大酒店举行。活

动利用二维码签到、水幕投影走廊、地面互动投影、多媒体签约显示技术等众多多媒体科技方式将意式风格、米兰文化一一呈现。