

要回 A 股：因“联想不是中国公司” 遭误解的杨元庆能否复兴联想

■ 作者 张宁

联想集团董事长兼 CEO 杨元庆，曾因两次公众的“误会”，而令舆论炸锅：一次是 2018 年杨元庆说“联想不是中国公司”，另一次则是 2019 年杨元庆说“联想没必要研发芯片操作系统”。

引用杨元庆接受媒体采访时的原话：联想为电脑的普及尤其是为电脑在中国的普及，做出了独特贡献，使得中国消费者能够在第一时间与世界同步使用到最先进的终端设备。

2020 年 1 月 12 日晚，联想集团（00992 HK）发布公告称，已向港交所提交公告，宣布董事会已批准可能发行 CDR，并向上交所科创板申请 CDR 上市及买卖的初步建议，拟发行新普通股，占公司经扩大后的已发行普通股股份总数不多于 10%。

联想宣布回 A 股上市之时，内行讨论的是目前联想集团业务上存在的种种问题，而更多的外行人还是在提杨元庆当年那句“联想不是中国公司”的梗。

联想股价 9 港元

“联想集团一直以来植根中国，布局全球。我们相信，今日宣布的回 A 股上市计划将有助于增强公司战略与国内蓬勃发展的资本市场的紧密连接，提升内地投资人投资联想的便利性，从而进一步释放联想的价值，让我们能够以更大力度投资于科技创新、服务转型和智能化变革，更好推动各行各业的数字化、智能化转型升级。”

多个互联网人士都说，不再“随意发挥”的杨元庆，这番话显出了些套路和程式化。

2016 年，还是联想控股董事会主席的柳传志说了这样一段话：

“股价是我心里感到不安的问题，我们上市的时间段那么好，不少朋友出于对联想控股的信任买了股票，跟着就遇到股市整体下跌，除了市场环境不好外，联想集团的业绩也对我们有影响，但是我们还有其他几个‘柱子’在认真成长，我们在老老实实、脚踏实地、认真地干活，相信未来会好起来的。”

在港股市场中，联想与腾讯、阿里巴巴、美团、京东、小米一起被划分为资讯科技行业。然而直到 2019 年 12 月，75 岁的联想集团创始人、联想控股董事长柳传志正式退休，属于柳传志的联想时代落幕，甚至至今，联想集团的港股股价和总市值仍然在这些同行中垫底。

多位联想集团内部人士曾这样对《企业观察报》说，“港股市场严重低估了联想集团。”

事实上不止是联想集团，科创板的高估值几乎是所有港股上市公司选择回 A 股的一个最主要原因。

“目前的内外部环境为公司回 A 股上市提供了良好的契机和动力”，联想集团这样向外界解释其为何此时决定回 A 股上市。

联想集团的确交出了一份近年来最好的成绩单：联想集团最新公布的 2020/2021 财年第二季度业绩显示，该财季单季联想集团营业额首次突破千亿元大关，达 1005 亿元人民币，同比增长 7.4%，净利润达 21.5 亿元人民币，同比增长 53.4%；

这其中，联想集团的传统业务个人电脑（PC），也是联想集团的最重要业务，在 2020 年疫情“宅经济”下强势崛起。IDC 数据显示，2020 年全球个人电脑出货量同比增长 131%，联想集团的 PC 出货量同比增速达到了 29%，排名全球第一。这也让联想集团的股价自去年 3 月起一路飙升，翻了近 3 倍。

互联网分析师钱皓对《企业观察报》说，联想集团此时选择回 A 股上市，更深一层的原因是，杨元庆推动联想的业务转型迎合了“新基建”这个国家政策。

在柳传志的眼里，完全有能力独立驾驶联想集团这艘大船的接棒者杨元庆，是个“学习能力很强，很坚韧的人”。

在杨元庆的带领下，“联想早就不固步自封于 PC。在智能时代，联想的 3S 战略其中一个 S 就是 Smart IoT——智能物联网。”杨元庆也多次向外界传达了联想集团的下半场目标：“‘新基建’对联想来说是受益的，联想要积极为 5G 等新型基础设施提供核心科技，为产业智能化变革赋能，成为智慧基建的核心提供商。”

多数外部分析认为，随着中国“双循环”格局的确立和“新基建”战略的落地，行业智能化升级已经成为中国经济新旧动能转化的核心驱动力，也是各大科技巨头的必争之地。

在此背景下，联想集团在 2017 年推出了面向中国区的智能化转型战略，联想集团将该战略取名为“日出东方”战略，主要包括：“以客户为中心”的转型，改变 PC 业务模式，直接触达客户；智能物联转型，为用户提供更加智能的产品、服务和解决方案。

2019 年，联想集团又提出了 3S 战略——智能物联网（Smart IoT）、智能基础架构（Smart Infrastructure）、行业智能（Smart Vertical），以及“端-边-云-网-智”新一代技术架构。“端”即智能物联设备终端，“边”即边缘计算，“云”即云计算，“网”则是以 5G 为代表的数据传输网络，“边-云-网”构成了智能化的基础架构。而“智”，就是行业智能解决方案。

彼时杨元庆表示，联想的“端-边-云-网-智”技术架构与我国疫情之后全面推动的“新基建”高度契合。截至目前，联想在国内已经为包括中石化、国电、北汽、东风、潍柴等近 200 个大型企业提供智能化服务，助力实现智能化转型。

联想是一家创新公司吗

“以联想集团的地位，再加上顶着‘推动新基建’这层‘保护伞’，监管层基本上不会拒绝联想集团——这个全球最大的中国 PC 供货商登陆科创板。”多位券商投行人士向《企业观察报》表达了这样的看法。

可问题是，登陆科创板的联想集团，是不是一家创新公司？“联想显然不是一家创新驱动的公司。”这几乎是科技行业人士与使用过联想产品的人的一致看法。

回顾联想的发展史，熟悉联想集团的人都能说出这样的事实：联想集团早期的发展，源自于柳传志的“贸工技”路线战胜了倪光南的“技工贸”路线。

而与联想集团同时代发展起来的，走“技工贸”路线的企业，是华为公司。

多数科技行业人士认为，不可否认，柳传志的这一套路线在改革开放初期，中国电子工业处于追赶发达国家的阶段，起到了立竿见影的效果，联想集团快速做大，但另一方面，现在看来这套路线也留给了联想集团非常致命的后遗症——重商业而轻创新。

联想的手机业务就是一个典型例子。事实上，在打着“日出东方”的大旗，高调向智能化转型之前，杨元庆本来是把联想集团转型的宝押在了移动业务，即联想手机上。

“和现阶段联想看准新基建风口一样，联想曾是国内最早入局智能手机的



联想为电脑的普及尤其是为电脑在中国的普及，做出了独特贡献，使得中国消费者能够在第一时间与世界同步使用到最先进的终端设备。



公司，那时中兴、华为和酷派是联想的竞争对手；后来，联想虽然没有完全退出智能手机业务，但其产品早已淡出公众视野。”芯谋研究首席分析师顾文军对《企业观察报》说。

前述联想集团最新披露的业绩报告也显示，联想手机业务未实现盈利。

“不好用”——这几乎是所有购买并使用过联想手机的人的一致评价。

犹如当年联想集团收购了 IBM 的个人电脑业务和 ThinkPad 品牌，在强大的商业并购路线下，2014 年联想集团又收购了摩托罗拉手机业务，但这次声势浩大的并购却没有重现当年收购 IBM 的辉煌。

“移动互联网时代对手机的技术创新与研发提出了更高更快的要求，但在‘贸工技’的惯性思维下，联想在手机业务上一度重出货量而轻研发；而在手机的营销上，互联网思维不佳的联想，又在市场销量上输给了小米、荣耀、OPPO 和 VIVO。”顾文军说。

一个不难理解的事实是，相比于在生产线上组装个人电脑，面向大型企业的数字化和智能物联网业务，则能够获得丰厚得多的利润。

众人皆知的例子是，IBM 在将其原有个人电脑业务与 ThinkPad 品牌出售给联想集团后，完成了向服务供应商的转型；电子商务平台亚马逊 CEO 贝索斯，凭借亚马逊在云服务行业的转型与领先地位，当上了世界首富；苹果公司的云服务 iCloud 与 iPhone、iPad、iMac、MacBook、Apple Watch 等产品矩阵相互成就，2014 年，iCloud 大约每季度为苹果创收就超过了 10 亿美元，而在全部的 iCloud 账户中有 2/3 的账户是付费的。

在国内，阿里巴巴、腾讯和华为也都开始了云端的布局。

从联想集团的财报看，目前支撑联想集团收入的第一大业务仍是 PC 业务，前述联想集团下阶段重点转型的数据中心业务是其第二大收入来源，但目前对公司整体业绩却是贡献甚微。

据联想集团 2020/2021 财年第二季度业绩报告，联想个人电脑与智能设备业务的营业额占总营收比重高达 79%；智能手机等移动业务营收萎缩至 9%；数据中心业务 2017 财年-2020 财年占比一直维持在 10% 左右；To B 领域的数据中心业务目前只占集团总营收的 11%。

“智能手机等 C 端的移动业务不好做，数字化、智能化物联网等 B 端业务做起来其实也不容易。联想在这一细分领域中开展业务，要面对的是阿里、腾讯、华为等巨头的竞争。”顾文军说。

不少科技人士则指出了另一个尴尬的问题：从上述联想集团营收构成看，随着联想手机等移动业务的逐渐萎缩，联想目前在 C 端的产品矩阵只剩下 PC 业务，这就意味着，联想数字化云服务的使用场景会非常有限，而失去了应用场景的云服务，实际上很难真正落地。

联想变了？

从上面的内容不难看出，现在的杨

元庆想要通过嬗变为技术领先的智能化服务提供商——这个 PC 以外的业务，来重新定义联想集团。

如果不靠个人电脑这个联想集团根深蒂固的标签，市场会不会对联想重新估值？针对这个问题，外界还在观望。

联想的创新力短板，依然是多数关心联想的行业人士的担忧。

创新的优势毋庸置疑，近年来，智能手机是被公众认知程度最高的创新领域。随着 iPhone 成为全世界智能手机的创新标杆，苹果公司也超越微软成为了美股市值冠军。

“苹果公司的成功，不仅在于其培养了成熟的产业链，并且同时带动了一批追赶者，促进了产业的繁荣，在中国，有小米、华为等，然而这其中却没有联想。”有互联网行业观察者这样说。

在对外界谈及联想错过移动互联网这个话题时，杨元庆则显得十分坦然：“我觉得这个没什么关系，企业总是有起起伏伏，总是有这一波赶上，下一波没赶上的。联想比的是长跑，在智能时代，扎根制造、全球布局的供应链是联想独特的优势。”

前述联想集团制定的“3S”战略，是杨元庆口中的“下一波”，并且他对此充满信心。

“联想当前面临的状况，与微软当年十分相像：同样做过 PC 时代的王者，同样错过了移动互联网的黄金时代，也同样通过转型找到了新的战略方向。不同的是，微软 2014 年的转型开启后，已经在资本市场上重回巅峰。”美国的《巴伦周刊》这样评价联想集团。

2014 年 2 月，印度裔的萨提亚·纳德拉成为新任微软 CEO，开启了微软的“纳德拉复兴”。纳德拉上任后，微软开始了从文化到业务的一系列整合。此前就在微软负责云计算和企业业务的纳德拉果断采取“云为先”的战略，把 Windows 优先级下降，把云业务升至最高级。

经过几年高速发展，微软 2019 财年的云服务收入达到 390 亿美元，首次超过 Windows 业务的收入，成为当年微软市值超万亿美元的功臣。而微软股价也从纳德拉上任时的 3420 美元上涨至 180 美元左右。

回看联想，为塑造 PC 之外的支柱业务，联想集团已探索了十年。杨元庆说，早在 2011 年，联想集团就启动了以数据智能为核心的智能化转型。可从结果上看，联想持续十年的智能化转型成果，尚未令港股市场有所触动：联想在港股市场上股价仍然低迷。

决心转型的联想，能否在资本市场上复制微软的逆袭之路？担忧之外，也有联想的拥护者表示了这样的看法：

正如 Windows、Office 等王牌产品为微软积累了大量企业级用户，联想在 PC 和智能设备领域累积的优势也成为其发力智能新业务的基石，在为企业提供服务的时候，无需借助任何外力，就能独立完成从设备到软件，再到执行方案的各个环节。

一个不可否认的事实是，联想集团披露的业绩中交代了这样的问题：

软件与服务业务营业额规模尚小，数据中心业务集团还未摆脱亏损状态。

2019 年的联想创新科技大会上，杨元庆表示，联想集团要向技术公司转型，未来技术研发投入增长速度会超过每年的营收增幅，联想每年投入 100 亿元用于技术研发。可据联想集团披露的 2020/2021 财年第二季度业绩报，其研发费用占营收比例为 2.29%，这一比例仍低于同样以硬件作为主要收入来源的小米集团（小米集团同期研发费用占营收比例为 3.22%）。

“解决创新短板，联想需要一场微软式的从人力、文化、制度到业务的彻底改革，而在没有改变这些问题之前，追求开辟新业务，最终难免会走到联想手机业务的老路上。”

“未来很长一段时间，联想集团还是那个以个人电脑为主业的、营收结构单一的公司，而杨元庆和联想集团转型所倚重的数据智能业务和软件服务业务，距离成为新利润支柱的目标仍需时日。”面对即将登陆科创板的联想集团，多数接受《企业观察报》采访的互联网和科技行业人士都做出了上述判断。■

■ 红盾之窗



北京消费者 一周申诉情况分析

消费提示

近期，各大电商平台纷纷打出津贴补助、优惠 领取等吸引眼球的“年货节”宣传。在此，提醒广大消费者在面对各种优惠时，要保持理性，并注意以下几点：

1. 选择正规的网络交易平台及经营规模较大、信誉登记较高、评价较好的电商企业进行购买。
2. 选择商品时要查看一下历史评价，多数消费者的评价语言不会太多，一般一两句话而已，对于夸奖过多的评价不排除“好评返现”的情况，消费者要审慎对待。
3. 要仔细阅读活动规则后再购物，特别是预售产品，对于其支付定金、尾款和发货时间一定要谨记，并注意留存商家在页面上的宣传承诺。
4. 近期受疫情影响，快递配送时间延长，消费者尤其在选购生鲜类食品时要注意网站的配送时间，注意跟踪物流信息，对于较慢的订单注意申请延期付款，发现货物有破损或不符时要留存好交易凭证及包装等并及时联系商家或平台申请售后。