

狠货、狠人、狠行

作为年度新品，Redmi K40最大的挑战来自于K30。“曾经有一段我们特别绝望，要超过K30特别难。要想把K40做成功，就只有一个字——狠。”小米集团副总裁、中国区总裁、Redmi品牌总经理卢伟冰表示。

K30在2020年的市场表现，确实为下一代产品设立了一个很高的门坎。K40再想突破，起点就要更高。Redmi K40从产品到定价，背后贯穿着一个“狠”字——全系统升级，把高端功能大众化，令人尖叫的性价比，“焊”住旗舰的大门。

用狠劲做出来的K40系列可圈可点的亮点颇多，在懂懂看来最抢眼的四大特质：第一是强悍性能的双旗舰处理器，第二是目前业界最好的直屏，第三是电竞级的体验、游戏玩家的福音，第四是超大续航的同时也可以极致轻薄。

K是Redmi超能打的系列，此前K20、K30都是采用中档处理器。K40系列一开始就定下“狠”的调性，并且恰遇Redmi品牌两年渐入成熟期，产品全面升级，所以这次K40系列直接上了高通双旗舰芯片——骁龙870、龙888，性能相比上一代的K30翻倍，提升达100%。从这双旗舰芯片来看，Redmi是直接以中高端旗舰的配置来普惠大众用户。

人与手机的关系越来越密切，日均要有五六个小时盯着屏幕看。这一趋势在5G时代还会进一步加剧，据Quest mobile的报告显示，在视频、社交、游戏三大领域，5G用户的人均使用时长明显高于4G用户。所以，作为5G时代的旗舰手机，必须要从手机屏幕上给用户更多的关怀，K40在做产品定义的时候就决定要打造一块2021年市场最好的直屏。

此次发布的Redmi K40全系标配120Hz高刷新率、新一代E4材质AMOLED旗舰直屏。相比2019年开始流行的E3材质AMOLED屏幕，新一代E4材质带来亮度、对比度、护眼性能的大幅提升，耗电量却下降了15%。更好的专业屏幕加上Redmi原色屏技术逐台专业色准调教，K40 Pro荣膺全球权威屏幕测评机构DisplayMate A+评级，并且达成最高全画面亮度、颜色准确度、色域覆盖、最低屏幕反射率等11项纪录。可以说E4材质是AMOLED发光材质演进的新里程碑，E4代表着2021新一代AMOLED屏幕。

K40不仅是一款全能旗舰机，更是面向游戏用户做了特殊的优化。比如三指触控，且三指同时360Hz，Redmi还通过算法将触控分辨率提升了8倍的精度，让游戏用户在FPS第一人称射击游戏中得到更快、更准、更稳的操控响应。比如玩射击类游戏时，当用户打开倍镜瞄准敌人，进行轻

微挪动的时候，你会发现它非常顺滑不抖动，非常精准。

手机使用时长越来越长，续航是用户的一大痛点。Redmi K40系列配备4500mAh大容量电池，满足一天续航所需。但是我们都知，用户虽然希望续航好，也很注重手机轻薄、时尚。续航与轻薄很难协调，这对产品设计的挑战极大。“狠货”Redmi K40系列作到了机身仅7.8mm，让用户在无续航忧虑的同时还可以要酷。

卢伟冰所谓的狠是对自己狠，把自己逼到没有任何的退路，就能找到能力的极限，就能做出超越用户预期的产品、让米粉尖叫的产品。有了这样的“狠货”，卢伟冰有了底气：“重新定义性能旗舰，提高准入门槛，坐稳2021年旗舰焊门员位置。”

想要焊门，除了狠货，还要有狠价。Redmi品牌独立后，接过小米极致性价比的价值观，甚至比小米还更加极致。Redmi K40定价1999元起，Redmi K40 Pro 2799元起。

骁龙888芯片的旗舰机2799元起，网友调侃“定价2999元就是太草率”，而Redmi就索性草率到底，干到2799元，同级产品价格远低于友商，同时也让用户尖叫不已。

“Redmi不追求一时的性价比，Redmi要追求一世的性价比。”卢伟冰表示，性价比对于Redmi不是战术，不是噱头，而是价值观，是战略，是底线，也是Redmi的核心能力。

小米品牌从落地起就以极致性价比为价值观，但这在当时也引起很大的争论。按照人们传统的观念，一说性价比似乎就是低端货。但事实证明，极致性价比的产品受到用户的喜爱，因为用户是最终的受益者，小米也因此成功。经过几年的市场教育，性价比已经成为行业主流价值观，诸多品牌跟随。

但正如卢伟冰所说，Redmi从小米继承来的极致性价比与其它厂商不同。比如，这是Redmi的价值观，深入骨髓不会动摇。去年Redmi K30供不应求、严重缺货，就有网友建议K30涨价，但是Redmi认为这是自己的底线，不能因为缺货就过度逐利，坚持不涨价。

其实，从厂商的角度来看，Redmi坚持极致性价比不是为了竞争、打价格战，而是为了高端产品大众化、大众产品品质化的产品理念，让更多的用户体验到创新的红利。

再以这次全面升级的RedmiBook Pro笔记本来看，友商万元左右定价，而Redmi直接定到5499元，做到“同档无敌”。这样的价格优势，会有更多的用户选择RedmiBook Pro，也就有更多的用户可以感



受到3.2K的创新高刷带来的视觉震撼。

虽然初衷不是竞争而是用户感受，但狠货+狠价带来的结果就是筑起高高的围墙。“Redmi要做旗舰焊门员！就是在旗舰的路上，我们要把自己逼得没有任何退路，让我们的友商也没有余地，要把旗舰的大门牢牢地焊住。”其实狠，不是Redmi K40才有的，而是Redmi品牌独立后一贯的风格。

从2015、2016年以后，智能手机的竞争越来越向几个大厂集中，这几家也都有新的子品牌推出或是加大子品牌的市场力度，这也是大厂构建竞争围墙的一种战术。

对于小米而言，两年前将Redmi品牌独立，承接小米的基因，依托小米集团的经验积累和技术下放，经过品牌升级、产品线的梳理和完善、践行性价比理念，已经成功地接盘了用户对小米的热爱，让小米品牌有更多向上的空间。

K系列就是Redmi品牌成功的标志之一。“现在Redmi这个品牌已经完全获得了全球市场和全球消费者的认可，尤其是K系列效果显著。”卢伟冰表示，2020年Redmi在K系列上下了不少功夫，K30系列的产品发布密集，以至于米粉调侃说，小米旗下有三个品牌——小米、Redmi和K30。同时，K也是极其成功的一个系列：2019年发布的发布的Redmi K20全系，9个月时间实现500万台销量。而2019年底发布的Redmi K30全系，销量突破1100万台，甚至出现个别机型一机难求的场面。

在懂懂看来，Redmi这两年发展很猛，今天回头来看看有三点非常成功：

第一，从销量就能看出，Redmi品牌已

经获得全球用户市场，从独立性角度来看已经是一个完全可以独挡一面的品牌。

第二，也正是因为Redmi品牌的成功，使得小米集团双品牌战略的成效开始显现，无论是市场份额还是品牌影响力，双双走高。今天看小米集团在全球市场份额不断提升，Redmi的“守门”起到了重要作用。

第三，就是Redmi品牌自身成功实现了蜕变。以前红米给用户的印象是低端机、老年机，独立以后将更多小米创新技术下放到Redmi，“技术+品质+极致性价比”塑造了今天Redmi的品牌形象，Redmi今天已经是深受年轻消费群体热爱的品牌。

可以说，Redmi已经是大厂副牌中最为耀眼的一个。同时背靠小米的技术基础和AIoT生态，Redmi还有更大的发展空间。

卢伟冰在发布会上表示，2021年Redmi将在旗舰手机、旗舰笔记本、超大屏幕电视、智能穿戴四大品类发力。2021年的产品策略是全系升杯，全系列升级，为用户带来更多高端功能，和更令人尖叫的性价比。

可以理解Redmi未来的战略，一是横向推出更多产品品类，满足用户生活需求的方方面面。二是拉大品牌的纵向覆盖度，通过不断升级覆盖越来越多的用户群体。

Redmi的品牌精神是硬核、热爱、不顾一切。卢伟冰带领的团队确实颇有不顾一切的狠劲，对自己狠，成就狠货，最终在市场上换来“狠行”的点赞。这种狠，集中于K40上，或许会在市场上再掀一轮风浪。

情色缠身、假简历横行……招聘行业在深陷泥淖？



春节假期已经过去了数天，一切都在迅速赶上正轨。而在抗疫之战仍然持续的情况下，招聘行业也呈现出新的变化。其中最明显的，就是年前并未出现辞职高峰——大多数人都在求稳。而在年后，招聘高峰如期而至。

除了传统的线下招聘渠道之外，众多线上招聘平台也迎来开门红，无数求职者蜂拥而至。但让人诧异的是，招聘行业却似乎深陷泥淖之中。以女外围、色情主播为代表的

情色招聘，以及假简历层出不穷……这些都让招聘行业饱受诟病。这或许意味着，招聘成为亟需整治的行业。

情色与假简历共存，招聘行业陷入泥淖。招聘行业的水到底有多深？除了各种诈骗、营销等手段之外，情色与假简历的共存，也在让招聘行业陷入泥淖。

其中，情色招聘就让招聘行业受到痛批。据悉，在多家招聘平台上，有不少平台以招聘“女助理”、“特别助理”、“女主播”的

名义进行招聘。而这些招聘信息，其实都存在着色情陷阱。如，有些招聘“女助理”其实就是在找“女外围”。而招聘“女主播”，则是从事色情直播。对于那些了解内容的人来说，类似招聘所隐含的内容，都已经心照不宣。

再加上企业认证没有门槛、不用实名认证等，更是加大了招聘所存在的风险，让情色招聘无孔不入地渗入到招聘行业中。即使需要上传营业执照等资质，也非常简单，因为已经衍生出一条完善的灰色利益链——可直接购买营业执照，或购买招聘号。

另外的招聘乱象，则是假简历横行。公司原本是想招聘人才，但是招聘平台投入重金后，收到的却大多都是“假简历”。某家企业在一家招聘平台花费2万余元后，收到的200多份简历，其中一半都是“假简历”。

可以说，招聘行业鱼龙混杂，对企业、求职者来说都非常不友好。

招聘与求职，面对更高的门槛

招聘行业陷入泥淖，其实是加大了招聘企业与求职者的门槛，对他们提出着更高的要求。对于招聘企业来说，大环境在变化——中国经济将进入调整期，稳金融、稳增长、稳开放将成为新的发展方向。在这一时期，人力资源迈入全新维度，招聘企业必须实时做出调整，乃至进行前瞻性布局。只有这样，才能真正找到适合自己的人才。

对于求职者而言，他们更是要擦亮自己的眼睛，对企业的真实性、抗风险能力等进

行更为深入的甄别。对企业实力的辨别能力能否提升，直接决定着求职者是否可以应对招聘时的各种套路和风险。简单举个例子，求职者不要盲目相信招聘平台上企业的自述，更要对其进行严格的背景调查。对企业有了更全面、深入的了解后，再对自己的职场规划做出全新调整。

简而言之，招聘行业正在发生巨大变化。无论是招聘企业，还是求职者，都要学会应对变化。

招聘行业需变得更好，缓解多方焦虑。诚信，对招聘行业的重要性无需多言。但在大环境难以改变的当下，招聘行业不可能“一口吃成个胖子”，只能一步步变得更好。如，招聘平台除了要加强管理之外，也要借助更多高科技的加持，来推出多元化的产品和服务，更好地满足企业和求职者的需求。

企业也要修炼好自身的“内功”，不断提高招聘需求，以满足自身发展和求职者的应聘诉求。求职者自然要持续锤炼自己的技能和职业素养，得以具有实战能力强的素质。

变得更好的招聘行业，自然能够缓解多方焦虑，进而让经济真正全面复苏，并不畏疫情的影响。我们相信，在多方共同努力下，诸多困难将被击倒。招聘行业，也将扮演好稳定民生、发展经济的重要角色。（科技新发现 康斯坦丁/文）