

## 荣耀全场景：你看到的是“+”，本质上是“X”

万物互联时代，你卖的不再是产品而是体验。胜负手，在于通过“X”构建的场景革命。

技术正在推动这个世界加速向万物互联时代演进。从用户使用习惯来看，今天用户买任何一个产品都要考虑与其它产品的互联互通，未来将没孤立存在的数字产品。比如，买一个耳机，要考虑与手机、平板、PC、电视甚至是车机的无缝连接，与各个场景融合。所以，未来厂商的竞争也不再是单个产品的竞争，而是整个生态的竞争。

我们看到，各类厂商都在加紧布局IoT，手机厂商、家电厂商、互联网厂商都以自己的方式构建新生态。特别是手机厂商，竞争点已经从手机单个产品向整个生态过度，加紧构筑智慧生态。未来，手机的市场份额，或许很大程度上取决于生态产品之间的粘性。

万物互联时代的胜负手，到底取决于什么呢？

产品的革命：在红海里冲浪没有赢家

今天，不仅手机的竞争是红海，电视、PC、平板更早已经进入红海。所以，面向未来万物互联时代，第一步是要做出不一样的硬件产品，跳出红海。

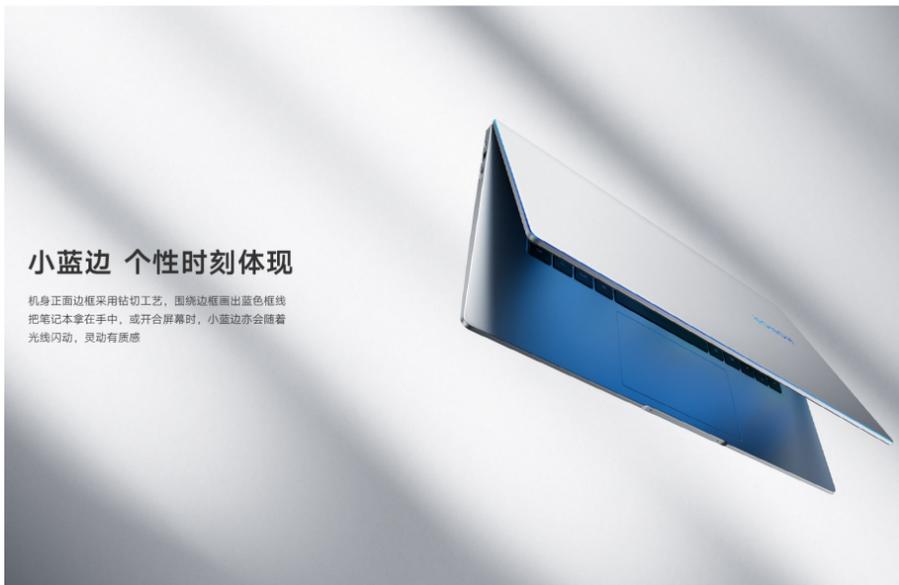
就以电视产业来看，这是一个发展了几十年的传统产业，产品形态、制造工艺、功能都非常成熟并且固化，创新的空间并不大。厂商们逐渐陷入红海竞争，价格战成为最主要的手段。

荣耀在2019年提出智慧屏的概念，一下子拓宽了行业赛道。以前的电视，被动接受电视内容。后来出现了互联网电视，增加了一些点播、游戏的内容。而荣耀推出的智慧屏则重新定义了电视，这是一个“家庭互联中心”，功能就不再是简单的“看视频”。在荣耀的定义中，智慧屏将承担家庭中的更多角色，成为影音娱乐中心、多设备交互中心、信息共享中心和控制管理中心。今天，可以用智慧屏“打电话，刷抖音，上课，学瑜伽，未来还会探索出更多的玩法。

从电视产业看，这里已经是红海一片。荣耀作为新军进入，如果只做简单的产品升级，不仅自己没有竞争优势，也不能给行业带来增益。当荣耀要进入一个行业时，考虑的是给这个行业带来什么新的价值，创造不一样的东西。而不是自己跳进红海，分食原有的蛋糕。

荣耀在迈向万物互联时代的时候，首先是把每一个产品品类都重新做一遍，把手机上创新的技术和经验带到传统的产品品类中，给这个品类带来新的生命力。作为新势力和领军者，荣耀凭借强大研发实力和技术储备，以及对未来趋势的敏锐洞察力，打造超能产品，不断突破行业技术瓶颈，激活市场并引领行业发展方向。

也正是因为荣耀对产品的革命，进入每一个领域都快速取得市场的认可。比如，荣耀MagicBook慢慢形成“用户首选的笔记本电脑”的认知，荣耀的平板在用户心中是在线教育&娱乐体验“移动第一屏”。



小蓝边 个性时刻体现

机身正面边框采用钻切工艺，围绕边框画出蓝色细线  
把笔记本拿在手中，或开合屏幕时，小蓝边亦会随着  
光线闪烁，灵动有质感

从市场上来看，荣耀新进入的每一个领域都快速站稳脚跟，平板、智能手表、智慧屏、PC都取得了不俗的成绩。就是笔记本为例，从2018年4月发布首款MagicBook笔记本开始，不断刷新PC行业的销量记录，成为创新行业的标杆。例如，2020年618期间，荣耀MagicBook系列获得京东、天猫平台10余项销售冠军。2020年9月，荣耀首款猎人游戏本V700上市，首销仅3分钟全网售罄；今年1月，新款荣耀MagicBook系列，首销1分钟销量超7000台，5分钟全网售罄……这些数据一定程度上显示了用户和市场对荣耀全场景产品的认可。

据悉，荣耀全场景将整合产业资源发力高端。笔记本方面联合英特尔在芯片性能领域，以及微软在操作系统、办公软件方面进行深度合作，共同打造荣耀旗舰轻薄笔记本。此外，也在与联发科、高通深度合作，今年年中将为用户带来更极致体验的高端平板产品。

场景的革命：挖深竞争的护城河

每个企业都在讲以用户为中心，到底什么是真正的以用户为中心呢？

有一句非常经典的话：“客户不是要买电钻，而是要买墙上的那个洞。”对于用户而言，今天看好像是在买电视、买PC，实际上是要通过这些产品买到需要的服务场景。看似差不多的硬件，但给消费者的体验差距是巨大的。

比如说，用户很喜欢刷抖音，不知不觉就会刷很长时间，眼睛可能会疲劳。那么通过把抖音传到更大的智慧屏上，用户的体验就会有极大的改观。再比如手游的用户量巨大，他们的一大痛点就是屏幕太小，如果把游戏同步到平板或是智慧屏上，他们就可以玩得更加酣畅淋漓。

所以，在荣耀看来，以用户为中心就是从需求出发，打破硬件的边界，不断升级迭代多屏协同功能，通过各种场景化的应用给用户带来万物互联的体验。

比如，荣耀MagicBook系列支持与手机的多屏协同，在PC上最多支持同时打开3个手机应用窗口。只需要通过手机NFC芯片碰触笔记本Magic-Link即可连接，不仅

可以手机电脑直接互传文档图片，更能直接在PC上打开手机文件，或者在PC上打开手机应用拨打电话，为用户带来超越以往PC的全新体验。此外，通过多屏协同功能，手机可以与智慧屏、轻薄本、平板的大小屏互动，通过一碰传功能实现手机与穿戴、笔记本、平板的高效传输，让用户无需借助外界设备就可以快速搞定文件传输。手机与智慧屏、平板还可以实现无感连接，让用户尽情荣耀全场景服务带来的便捷与高效。

AIoT是将人们带入智慧生活，而智慧生活不是靠独立的智能硬件实现，而是通过硬件、软件、服务构建起来的不能的智慧场景来满足用户在办公、娱乐、生活、出行等方面面的智慧化需求。荣耀在提出1+8+N的战略之后，沿着“家庭教育场景”、“运动健康场景”、“沟通互连场景”、“影音娱乐场景”、“协同办公场景”五大场景做出长线规划。

基于场景，相似的硬件，带来的体验就会天差地别。以笔记本为例，荣耀笔记本将在万物互联的生态中，重点打造智能会议、远程教育应用场景，通过硬件升级和软件开发，解决目前智能会议、远程教育场景中遇到的各种体验问题，满足办公、教学人群的使用需求。

未来，消费者要的不是一个一个的硬件，而是一个一个的场景，多屏多端融合的体验。那么厂商的竞争也不再是一个产品品类的对抗，而是多品类构建起的生态之间的竞争。显然，场景将是产品的护城河。

以就笔记本品类来看，手机与笔记本的互联互通需求非常明显。不少传统笔记本厂家因为缺少手机终端，还无法建立起互联生态，另外一些厂家实现了手机与笔记本之间的互联功能，但综合体验和连接性能还有较大的提升空间。而荣耀手机与笔记本之间已经可以无缝连接、自由切换场景，这给工作、娱乐都带来极大的便利。那么，荣耀手机的用户会优先考虑荣耀的笔记本，而荣耀笔记本的用户也会优先考虑荣耀的手机。

显见，随着五大应用场景逐渐成熟，

全面的场景协同将是荣耀全品类产品的护城河。

生态的革命：胜负手不在“+”，而在“X”

对于万物互联时代，业界很长时间都纠结于“入口”，仿佛谁掌握了入口，谁就是未来的赢家。但基于场景，你会发现未来的入口不是硬件产品，而是场景。

荣耀对于AIoT早就有清晰的战略，以手机为中心，形成1+8+N的三圈层结构，并基于荣耀技术自研的优势，将三圈层结构的设备实现互联互通以及能力共享。在内环，荣耀通过“1+8”的强大研发实力和技术储备打造超能产品，锻造品牌竞争力；在外环，荣耀通过“+N”将平台能力开放给合作伙伴，为用户提供充满科技感的智慧生活。

实现这个战略，胜负手不在“+”，而在“X”。“+”的思路是将产品链接，实现产品之间的相互连通、相互控制。而“X”的本质是场景思维，把所有的软件、硬件、服务，按照用户的需求构建不同的场景。

“+”的本质是入口思维，通过一个入口，将更多的产品链接起来，可能是线形，也可能是网状，主要是实现链接。所以，“+”实现的是产业的线性增长。

而“X”的本质是场景思维，构建场景就是要把软件、硬件、服务进行碎片化，然后再重新排列组合。“X”如同一个魔法棒，通过场景化给软件、硬件、服务带来增值效应。“X”实现的是产业的几何倍数的增长。

当下，绝大多数企业口中的万物互联或智能家居，基本停留在“+”的阶段，而荣耀已经到了“X”的阶段。

荣耀的1+8+N，不是产品之间的简单链接，而是从系统底层打通，通过分布式技术，将硬件、软件、服务更加灵活地组合。比如，荣耀平板同样支持多屏协同，从系统底层与手机进行打通。用户可通过多种方式实现二者的手机与平板通过蓝牙、NFC标签一碰传、扫描二维码等多种方式实现链接，然后将手机屏幕的内容同步到平板上，这样实现平板和手机之间的协同操作、内容流转和多屏操控体验。同时平板的键盘、屏幕、扬声器等都可以成为手机的外设，你可以用平板的扬声器来播放手机的音乐，用平板的键盘在手机上打字，用平板的大屏幕播放手机里的电影，为用户带来前所未有的创新体验。同时荣耀平板支持与手机、智慧屏等设备之间畅联互通，还可以一键共享平板的屏幕内容给正在畅联通话的好友，让你与好友、家人随时随地高效和便捷沟通。

荣耀全场景战略未来能够给用户带来的，绝不仅仅是简单的设备联动，而是深度的行为识别与智能调整，人与场景的关系会随着机器学习能力的提升和智能化演进达到一个更完美的平衡——这就是“+”与“X”之间的差别。

从单一产品到AIoT的竞争，需要“X”这支魔法棒：革命性的产品，革命性的场景，以及革命性的生态。



**Yue (Jill) Zhou**  
NMLS#281400  
Sr. Loan Officer  
571-432-5811(C)  
jzhou@marionmortgage.com



**Jia Yu**  
NMLS # 2017104  
loan officer  
571-207-5811(C)  
jia@marionmortgage.com



**Mark Shankle**  
NMLS #1047216  
loan officer  
703-424-0750 (C)

## 美林贷款

### Marion Mortgage LLC

诚实 敬 业  
经 验 丰 富  
客 户 至 上

NMLS#176854

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682  
地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121  
http://www.marionmortgage.com



NMLS#177851  
President  
**黄捷** 博士  
Jayie (Jenni) Rowe  
571-934-8000(C)  
jrowe@marionmortgage.com

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only  
民宅(包括FHA贷款)、商业、土地及建筑贷款

MC-2854 NMLS ID #176854  
MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org