

共享单车——互联网与物联网的完美结合

◆利尔达展芯华北销售部: 王建新

2017年,是共享单车的爆发元年。这不仅仅是共享圈的一次战斗,更是互联网与物联网的一次联合创新实验,抑或是互联网的一次物联网化改革。

互联网+的概念一度很火,但真正做到硬件落地的互联网公司,却寥寥无几,更别说在全国范围内推广开来的落地项目了。而ofo,改变了这一沉闷的市场,开创了先河。

一、ofo从何而来?

无论公共交通多么发达,每个国家、每个城市,都面临着公共交通末梢和微循环的问题,也就是我们常说的Last Mile“最后一公里”。智慧的中国人创造了单车的运载形式:以智能硬件(电子车锁)作为运营管理的终端,抓取数据;借助强大的互联网平台分析数据,并以此为依据,进行宏观调控、运营调度。如此大规模的创新实验,可以说是行业内的第一次。从目前情况来看,不谈共享单车界内的一些野蛮竞争,这个模式是成功的,是互联网与物联网的完美融合。一个优秀创业的团队,一个好的Idea,互联网公司杰出的执行能力,加上传统IC行业的稳健,推动了ofo出现在公众视野,并逐渐融入到人们的生活。

二、LIERDA——物联网落地的催化剂

与ofo的接触,始于2016年底。正值利尔达重组架构的时期,对ofo的跟进,难免会有一些困难阻力,但秉持着利尔达人不畏艰辛、尽心尽力的态度,我们克服困难,对客户跟进始终没有停止或降低力度。互联网公司的想法,多少会有些天马行空,很难落地。我们的FAE耐心地配合,进行一次又一次的尝试。渐渐的,在ofo的开发团队眼里,

我们的FAE及AE已经成为了他们的一份子。利尔达利用多年的硬件方案支持及开发经验,默默地支持着ofo各个硬件项目组,很大程度上加速了ofo落地,助力其抢占市场。

三、化遗憾为动力——失而复得

我在2017年Q1末接触ofo,并于4月正式接手ofo,作为商务负责人;FAE刘明慧作为技术支持负责人。利尔达是最早支持ofo的代理商之一,最开始,我们承担了ofo第一代自研锁的大部分物料,包括ST MCU、BLE、三轴等等。这些DIN list 倾注了我们前线太多的心血。随着ofo的崛起,从年初全年200k的预测,到Q1末每个月2KK。ofo也从3-5个人的硬件研发团队,发展到3个研发事业部,超过10个项目组。办公用地也从一间写字楼,到1层,再到现在的整个3层以及多地的研发分支。ofo的Logo,也开始悬挂在ofo的总部大楼,使得整个行业都在关注着这个公司。代理商、方案商、半导体原厂,接踵而至,ofo总部的接待室每天都是爆满,走廊里也被来访者占据,场面不亚于北京簋街胡大的排队情景。

ofo开始基本上一周会更新一次研发思路,不断有新的功能需求负载到电子锁上。我们的MCU+BLE的架构方式,已经显得捉襟见肘了。当硬性的要求不能得到满足,被替换就在所难免。还记得,得知确认更换方案的那天晚上,我们北京负责ofo支持的同事,不约而同地不愿下班,坐在一起,不断地抽烟、思考,前所未有的疲惫,失落出现在每位兄弟脸上。第二天在张玉龙,田志禹的主导下,我们经过深入讨论,一致决定在ofo新的事业部上展开攻势,引导客户把MCU+BLE+NB的方案应用在合适的项目上。从那之后的一段时间,我与FAE

刘明慧、PM褚鹏,每天泡在ofo总部办公,在不影响其他工作开展的前提下,尽可能地全方位了解新事业部的人事架构、项目情况。终于,我们找到了突破点。在物联网平台锁以及电动事业部,我们同步找到了MCU+BLE的机会点;同时,我们也在公司内部不断地发声,争取公司内部最大支持。微控AE团队的丁老师、王德楠,也把很多时间倾注到ofo上,一个月至少有10个工作日在北京;刚刚毕业入职的唐国华,也加入到这个技术支持团队里。在面对面地进行支持,与ofo研发团队共同做项目的过程中,两位AE的能力,也让ofo折服。终于,失去的DIN list 又在新的项目上重现,并且物料占有比例更高。我们现在所DIN的项目,均已成为2018年度ofo量产规划项目。

四、利尔达人的默契——商务覆盖

ofo作为一个创新团队,在成立之初,是来不及构建完善的供应链体系的,这导致大部分的电子物料会在各个代工厂采购。这期间我们不停地从各个渠道收集信息,在ofo出现的每一个新工厂的名片,都会让我们很紧张。每天我们把收集到的信息进行汇总、筛选,再跟原厂、各区域的销售负责人沟通。对于代工厂采购,抓单收割是有很大障碍的。比如代工厂自己的渠道,代工厂的商务等等,会存在很多潜在问题,但是通过与广州的刘力搏、深圳的梁工、华东的魏工的默契配合,我们克服了所有困难,如原厂的渠道问题、原厂内部渠道问题、代工厂的商务条件、备货、价格、预测等。所有的工作都需要两地配合。现在跟ofo的群组,一共有30多个,每次打开微信,ofo的相关信息,就像打地鼠一样,都是在活跃状态。由于这样的跨区域,甚至是跨部门的配合,ST在ofo产生的业绩,被100%抓在利尔达手里,这在ST看来是很难做到的事情。比如另外一家共享单车巨头,就苦陷于代理渠道的问题。在这里要特别感谢一下华北的PM褚鹏以及各位区域的负责人。整个公司因为ofo都动起来,FAE与AE、各区域的销售、CS、PM各

部门的老板,都在出面协调。项目是考验一个团队最好的方式,庆幸的是,我们通过了考验,实现了全国范围的商务覆盖,2017年带来3000W左右的业绩(含中原团队)。

五、ofo不仅仅是一个项目——展望未来

2017年的工作,已经接近尾声,未来在ofo我们可能还要面对更多的挑战与困难。之前一段时间,我认为ofo是个不太靠谱的项目,充满了不稳定性及未知性,后来自己也有过反思,不能用传统IC行业的眼光去看待联网公司。互联网与物联网相融合,会相互弥补两者的不足。而且,未来还会有更多类似ofo的公司、团队出来,我们要做的,是总结做ofo的心路历程,从而知道面对类似的互联网+物联网的企业要怎样少走弯路,怎样最高效地把公司的利益最大化。因此,ofo我们不能仅仅作为一个项目去看,而是把它当做互联网+物联网这个新趋势的典型案例分析。我们要紧跟市场的步伐,未雨绸缪、提早准备。这一年的经历,对于每一个参与ofo项目的兄弟和团队来讲,都是宝贵的财富。展望2018,不管有多少的未知和困难,我坚信肯定会找到解决方法,也相信团队的努力和智慧,会换来丰厚的回报。

祝ofo项目在2018年能够更加顺利,也期待ofo给我们带来新的业绩高峰。

