

意大利菲迪亚FIDIAD418机床排屑机，螺旋式机床排屑器

产品名称	意大利菲迪亚FIDIAD418机床排屑机，螺旋式机床排屑器
公司名称	庆云金恒兴机床附件有限公司
价格	28600.00/台
规格参数	品牌:庆云金恒兴 型号:680 产地:山东
公司地址	山东省德州市庆云县经济开发区常盛工业园3号
联系电话	0534-7088088 13905445500

产品详情

意大利菲迪亚FIDIAD418机床排屑机，北京时间月日下午点，小米突然宣布了一则重磅消息。宣布，杨柘将以小米集团副总裁，区官CMO的身份加入小米，成为常程之后又一名“空降”高管。在声明中小米明确表示，杨柘将来会负责区市场战略制定品牌建设等工作，也算是填补了小米在这些方面的空缺。其实，上已经传出消息，说“下午会有行业件发生”。恐怕各位吃瓜群众也没有想到，结果竟然是杨柘加入小米。熟悉圈的朋友对杨柘是再熟悉不过了，先后任职于华为的“杨”，在品牌建设方面确实有一些想法。

“杨”往事回顾杨柘的职业生涯，他的头衔有“原Apple市场经理”“原利盟Lemark总监”“原三星电子业务市场部总经理”“原三星线上团队总监”“原RIM黑莓区MarketingVP”。但同样是因为杨柘在前东家的一些任职经历，外界对这一事件的看法恐怕先是质疑然后才是祝福，意大利菲迪亚FIDIAD418机床排屑机在小米冲击高端的这个关键时刻，杨柘的加入到底是祸是福。此外，杨柘在这些企业中的主要职责均是和市场有关，作为在业界摸爬滚打年的老兵，在任职生涯中也有一些“代表作”。

华为Mate作为华为业务中的里程碑机型，它的口“爵士人生”就是由杨柘打造。这一Slogan的价值不亚于OPPO的“充电分钟通话两小时”，它的出现奠定了华为Mate系列的高端市场形象，也为往后一举拿下高端市场埋下了伏笔。在三星任职的年时间里，杨柘成功主导推出了“心系天下”系列W臻金等商务，帮助三星成功打开高端商务市场。同时，三星在国内仍以“Anycall”品牌示人的时候，一系列机型的市场运作，也是出自杨柘之手。

此外，任至区总裁总参谋等，也是杨柘在行业内得到认可的佐证之一。然而，对魅友来说“杨柘”可不是一个悦耳的名字。回顾魅族Pro系列的失败，至今为止仍有不少魅友认为是杨柘的责任，而魅族在这两三年内销量没有起色，友认为是杨柘任职带来的“后遗症”。有关杨柘在魅族任职期间的是是非非这里就不展开了，时间会给我们。自魅族离职后曾一度有消息指杨柘到西藏卖藏药去了，从此远离机圈的纷争，如今摇身一变成为小米集团的CMO，的确令人始料未及。

“急病乱投医”还是“有的放矢”。，尤其是做实业，没有专门的CMO是一件令人非常不解的事情，但小米自上市以来，CMO一位却是空缺的。从架构图可以看到，此前负责市场事务的是小米联合创始人黎万强，但黎万强的身份并非CMO而是“品牌战略官”。二者的职务有一些相似，但不能划上等。后来随着黎万强的离职的市场高管职务也空了出来，在微博上雷军多次提到会加强方面的动作，看来聘请一位资历丰富而又有能力的CMO，早就加入到雷军的日程之中。

然而，或许是魅族这两次的任职经历中杨柘并没有拿出具有说服力的成果，友并不看好小米的这次。同样是闲赋在家的人才还有前OPPO高管沈义人，往前看还有前魅族副总李楠，他们同样有令人惊叹的天才，而他们用户欢迎。杨柘的争议点之一，是风格比较“”。无论是三星的“心系天下”华为的“爵士人生”的“胆琴心”还是魅族的“惟精惟一”，不难看出杨柘的风格更偏向中华古风文化，友心目中的“高大上”还是有点不一样。在小雷看来，对小米的目标群体来说OPPOvivo所打造的，靠颜色和线条来呈现的视听标识更符合他们的口味，所谓“高端化”的形象更多是画面和声音的表达，而非文化那种需要理解和“意会”的晦涩暗示。

实话说，此前杨柘所打造的形象，目标受众更像是岁以上的中年，而这部分群体和小米目前的受众显然是不重合的。但从“搏一搏单车变摩托”的角度来看，这一次任命也并非没有可取之处。对于小米来说，所谓“高端形象”目前还是一个伪命题，他们需要的不是改变，而是创造。杨柘的风格很可能和此前的小米形象不太相符，但在尝试之前，一切都是未知数。要知道，在华为Mate推出之前，几乎没有人会看好华为在高端市场上的，小米需要的是在高端市场占有一席之地，为了达到目的他们愿意尝试一切的。

此外，杨柘在小米集团中的职位，和在魅族中的职位权限不同。意大利菲迪亚FIDIAD418机床排屑机从任命书来看，杨柘的工作需要向雷军和卢伟冰汇报，他所负责的更多是细节上的打理和修整，大方向仍由伟决定。杨柘来了之后，卢伟冰在微博上的猛烈火会停歇吗。大概率不会。至少，杨柘来了之后小米北京总部应该不会在Logo旁边挂上“惟精惟一”或者其他什么的Slogan，小米依旧会是大家熟悉的那个小米。集齐散落的高管，能让小米如愿以偿。自上市以来小米便在“收集高管”的路上一路狂奔，先是迎来了战斗力十足的卢伟冰，然后刘江峰常程等“友商Boss”也纷纷加入，友戏称为“者联盟”。

和华为OPPO和vivo这三大巨头相比，小米确实更热衷于“招贤纳士”，的文化也有一定关系。大家都知道，年雷军和一群志同道合的伙伴在北京喝小米粥之后创立了小米，“合作伙伴”文化已经成为小米的特色之一。而从实际结果来看，后来加入的高管也确实为小米带来了瞩目的成绩。卢伟冰加入小米后扛起了区总裁红米品牌总经理的职责，带领红米攻城略地，较好地完成了“贯彻性价比”和“对标荣耀”两大核心目标。如今小米能够腾出手来冲击高端，也是因为红米较好地保障了“大后方”，光是凭这一点，就足以说明“收集高管”攻势是成功的。

至于另一位高管常程的价值暂时还无法体现，但不难看出今年小米的产品节奏确实掌握得不错，小米系列产品的定价也十分成功，这背后或许也有常程的一份贡献。如今小米的高端化战略已经进入到关键阶段，甚至已经到了就差“临门一脚”的程度。如今小米的产品线构成已经十分清晰，红米主打性价比，小米数字系列做普惠中高端机型，而MIX系列，则是小米的看家旗舰，是高端产品线的全部希望。根据目前的信息，小米MIX系列新机在硬件配置上已经很难挑出毛病，“超乎意料”的高功率快充亿像素的传感器符合市场主流的高刷新屏幕和处理器等，小米MIX新机已经尽可能给到。

但现在的问题是，小米MIX新机到底要以一个什么样的面貌示人，它从前期的预热到后期的发布开售，是否足够有“高端感”。谁也不知道。正因为如此，杨柘的到来才有了价值，如果杨柘可以为小米的产品带来某些别样的意义，甚至令人有耳目一新的感觉，那么这次高层任命，也就值了。对小米来说，光

靠一句Slogan一个周期的宣传物料升级，肯定无法让小米跨越到高端市场并站稳阵脚，但至少他们需要从现在开始累积开始沉淀。近我在后台收到许多学生朋友关于找工作方面的疑问，集中回答一下。

先从大环境说起。因为众所周知的原因，今年情况比较特殊。整个招聘市场都地很严重，尤其是一些中基层岗位。许多企业今年的招聘计划直接冻结，不裁人就不错了。我有一些在大企业做HR的朋友告诉我，一整条业务线被全部砍掉，从上面的业务总管到下面的执行人员无一幸免。工作多年的老员工，一裁就是十几个人，一夜之间一层楼搬空的情况都有。受影响的如餐饮旅游零售，疫情过后账面上的钱只能维持两三个月。后停业的停业，关门的关门，有的干脆直接退出市场。