

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ

16—18 июня 2016

**ЮЭТИН ЦЗЯ, ОСНОВАТЕЛЬ, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР, LEECO GLOBAL HOLDINGS LTD**

ЭКОСИСТЕМА БУДУЩЕГО

17 июня 2016 г., 12:00—13:15

Павильон G, Конференц-зал G6

Санкт-Петербург, Россия

2016

Модератор:

Джулия Чаттерлей, Телеведущая, CNBC

J. Chatterley:

Welcome to everybody who is watching this; we have also got our studio audience, who I would like to welcome as well.

We are going to be talking about ecosystems of the future: what does that mean; what do they look like? You are first going to watch a presentation from our special guest here, who is Jia Yueting. He is the Chairman, Chief Executive Officer of LeEco Global Holdings.

So I am going to let him do a presentation now, on just what 'ecosystems of the future' means, and then we are going to sit down and have a broader discussion about it.

Sir, thank you so much, and take it away.

Юэтин Цзя:

Для меня большая честь приехать в Петербург и участвовать в этом Форуме вместе с бизнесменами и лидерами, приехавшими со всего мира.

Я хотел бы рассказать о будущем эком мире. Надеюсь, что наша компания сможет внести свой вклад в строительство эком мира в России. Я один из создателей интернет-индустрии Китая, и за 10 лет мы сделали многое. Мы рисковали, экспериментировали и создали уникальную, не имеющую аналогов бизнес-модель интернет-экономики: мы называем ее «экологической моделью». Вчера на церемонии открытия наш руководитель, отвечающий за Россию и Восточную Европу, господин Сюй Си Цзин, уже рассказал о наших взглядах на эко-экономику, и сегодня я хотел бы продолжить разговор в этом направлении.

Сейчас мы идем вслед за традиционными отраслями, но видим, что мировому экономическому росту недостает энергии и силы. В чем же причина этого? Мы полагаем, в недостатке возможностей для инноваций. Почему же недостаточно мощны инновации? В основном потому что в эпоху традиционных отраслей и при нынешней системе разделения труда возникает масса торговых барьеров. Кроме того, традиционное

разделение труда создает огромные препятствия для инноваций. Через свои поиски и инновации мы стараемся устранить всякого рода препятствия и барьеры. Мы стараемся заниматься инновациями и устранять недостатки, и непрерывно создаем новые инновационные ценности и новый опыт.

Ядром эко-экономики являются в первую очередь эко-инновации, и все это опирается на Интернет, на обработку информации. Только так можно шаг за шагом изменить традиционные отрасли. Кроме того, необходимо реструктуризировать распределение стоимости в производственной цепочке, только так мы сможем создать новую целостную систему производственных отношений. Все это связано с интернет-экономикой. Мне кажется, что наступающая новая эра станет новым веком, который будет стимулировать развитие именно интернет-экономики, и она станет стимулом для экономики в целом. Надо сказать, что Интернет является основой для развития экономики. В глобальном масштабе он способствует открытости и устранению барьеров.

Через непрерывные инновации и устранение барьеров мы создаем новые ценности, и это отражает формат экономики будущего. Надо сказать, что эко-экономика будет способствовать развитию глобальной экономики в трех направлениях. Во-первых, это изменение модели традиционных отраслей, во-вторых, это реструктуризация стоимости и, наконец, в-третьих, это совместное пользование всеми ресурсами. Мы должны непрерывно создавать новые опыты, новые ценности.

Далее я хотел бы остановиться на интернетизации традиционных отраслей. Мы вступаем в новую интернет-эпоху, когда вертикальная интеграция интернет-отрасли становится необходимым условием дальнейшего развития. Приводя к изменению всех традиционных отраслей, она раскрепощает наши творческие инновационные возможности. Вот почему нам по силам изменить электронную и автомобильную отрасли: вскоре вы увидите, как будут возникать совершенно новые услуги и продукты.

У нас есть определенная философия развития экономики. Мы стараемся осуществлять горизонтальную открытость, вертикальную интеграцию, соединяем платформы, контент, терминалы и приложения. Все это складывается и в несколько важных компонентов.

Мы меняем информационные технологии, меняем Интернет, ведем поиск, стараемся преобразовывать контент. В Интернете сегодня довольно много бесплатного контента, и мы все больше к этому стремимся. Кроме того, наступает эпоха пользования настоящим лицензионным, а не пиратским контентом.

Мы преобразовываем традиционное телевидение Китая. Мы создали новые платформы для вещания и стали сегодня главным каналом для трансляций в Китае. По такой же модели мы развиваемся и в других направлениях. В настоящее время мы пытаемся создать глобальную экономическую систему. Наш канал «Экоспорт» получил исключительные права на вещание спортивных событий в Китае, и мы предоставляем зрителям совершенно новые, беспрецедентные возможности и услуги.

Кроме того, мы работаем и в области производства мобильных телефонов и смартфонов. В апреле мы запустили новые телефоны (на это нам потребовался буквально один год) и уже продали более 10 миллионов телефонов LeEco. Могу сообщить вам очень важную новость: мы только что подписали договор с новым акционером — Coolpad. Мы привлечем эту компанию в интернет-индустрию, индустрию производства смартфонов, и мы думаем, что наши ежемесячные продажи превысят уровень в пять миллионов штук. Тогда мы станем по-своему уникальным, одним из четырех крупнейших китайских производителей смартфонов — компанией, которая будет производить больше всех телефонов. Мы хотим, чтобы Интернет изменил облик индустрии производства смартфонов, придал ей совершенно новый вид и показал новые пути развития.

В области производства автомобилей мы тоже провели немало работы. Мы надеемся, что, благодаря новой теории эко-экономики и интернет-технологиям, мы изменим эту столетнюю отрасль. Но самое главное, мы сможем исправить недостатки. Мы сможем не только создать совершенный интеллектуальный интернет-автомобиль, но и воспользоваться общими ресурсами и достижениями и найти новый путь развития автомобильной промышленности в глобальном масштабе.

Россия очень богата природными ресурсами, и мы надеемся, что через сотрудничество с ней мы сможем по-настоящему стимулировать развитие эко-экономики и экономики России. Конечно, в России традиционные отрасли тоже сталкиваются с вызовами дальнейшего развития, и здесь еще недостаточно развит Интернет. Мы предполагаем изменить традиционные отрасли экономики России с помощью Интернета. Для этого мы найдем здесь партнеров, постараемся с ними интегрироваться и совместно продвигать развитие всей интернет-отрасли.

Теперь относительно обновлений в распределении межотраслевой стоимости. Здесь Интернет тоже станет узловым моментом, который приведет к изменениям. Между отраслями действительно должно произойти перераспределение стоимости, и наша компания LeEco приобрела очень хороший опыт в этом отношении, — опыт межотраслевого взаимодействия. Мы производим автомобили, смартфоны, занимаемся телевидением. Мы вывели на рынок четыре новых продукта. Таким образом, у нас есть представление о целостном развитии экономики, и мы формируем целостную производственную систему. Это уникальный опыт развития экономики и бизнеса. Мы считаем, что наша машина — не просто интернет-машина: она действительно вобрала в себя множество межотраслевых достижений и инноваций. Один автомобиль может воплотить в себе идеалы эко-экономики и основные принципы, самый разнообразный опыт разных отраслей. Наши автомобили — это хороший пример межотраслевых

инноваций и опыт, который демонстрирует, насколько хорошим может быть продукт.

Далее я хотел бы показать вам видеоролик о наших автомобилях, о компании LeSEE, где новый продукт произвели сразу семь отраслей. Если мы хотим разрушить границы между Интернетом и различными отраслями, чтобы этот смартфон стал водителем автомобиля, мы сейчас проведем эксперимент. Здесь нет никаких кнопок: как вы видите, просто экран. Он открылся автоматически. Сейчас приложение ищет автомобиль. Автомобиль найден. Он находится в выставочном зале. Мы выполнили заказ. Шофер по фамилии Дин принял заказ. Автомобиль въезжает.

Мы надеемся, что через эту информацию вы увидите, каково будущее автомобиля, как с помощью телефона можно управлять автомобилем. Итак, пожалуйста, LeSEE, вернитесь на свое место. Автомобиль начинает движение без водителя.

Далее, мы хотели бы с помощью теории экономики устранить границы между странами и регионами, способствовать глобализации, интеграции, обновлению. Надо сказать, что обновление, глобализация требуют устранения всяческих препятствий, требуют общего использования ресурсов. Также мы должны преодолеть границы в Интернете и в культуре: только так мы сможем создать совершенно новые ценности — эко-ценности, чтобы наши потребители и клиенты могли получить совершенно новый опыт.

Автомобили — очень хороший пример внедрения инноваций в глобальном масштабе. Наш автомобиль действительно глобальный. Мы наняли более тысячи специалистов из традиционных автомобильных отраслей, в том числе специалистов из IT-индустрии. Кроме того, мы привлекли немало специалистов из области культуры, из самых разных отраслей, с разным опытом, которые могли бы вместе создать новый, совершенно прорывной проект. Мы уверены, что наш автомобиль

сможет создать совершенно новые ценности для мировой автомобильной индустрии и подарить ей абсолютно новый продукт.

Что касается евроазиатской интеграции и концепции «Один пояс и один путь» — «Новый Шелковый путь», в этом отношении и мы также будем укреплять взаимодействие между Китаем и Россией, чтобы наладить сотрудничество в сфере инноваций между этими двумя большими странами. Мы будем стараться работать вместе. Мы надеемся, что и экономика, и понятие о ней в России получат распространение и будут воплощены в жизнь, поэтому мы будем постоянно привносить в Россию новые инновации. Надеюсь, что благодаря нашим усилиям Россия вступит в новую эко-эпоху. С помощью нашей новой эко-экономки мы будем способствовать преобразованию экономики России, чтобы она ожила, чтобы были разрушены различные барьеры и границы между Россией и миром, возникли новые ценности и опыты. Мы создали специальную компанию LeREE, которая отвечает за нашу работу в России и Восточной Европе. На первом этапе мы готовы вложить от 500 миллионов до одного миллиарда долларов. Мы надеемся, что за три года целевой доход превысит два миллиарда долларов, и ожидаем более 50 миллионов пользователей. Это будет локализованная компания, интегрированная с нами и со всем миром.

Мы хотим наслаждаться миром, жить в этом мире сообща со всеми присутствующими. Спасибо!

J. Chatterley:

So I want to start by talking to you about the idea of this ecosystem where you go from combining a platform, content, device, and an application. Some would argue, perhaps, that you are over-reaching, you are trying to do too much. Why do you think this is the future, and why is this important?

Юэтин Цзя:

Платформа LeSEE формировалась постепенно. Она появилась на базе интернет-видеоплатформ. С помощью интернет-платформы и видео мы создали некую платформу, которая занималась распространением и видео, и телевидения. Поскольку тогда не было хорошего ПО, которое бы нам подходило, мы постепенно начали производить собственное программное обеспечение. Так развивалась наша компания. Используя собственные разработки, мы занимались производством телевизоров, воплощая в своей работе инновации. Таким образом в нашей компании образовалось много межотраслевого производства и появились инновационные продукты. Наше LeSEE-телевидение отличается от традиционного. На минимальном уровне мы используем различные интернет- и облачные платформы и привлекаем технические инновации, чтобы продвигать свой продукт. С помощью Интернета можно добиться многого, и в этом будет задействовано все больше и больше отраслей. Прямой отклик будет сильным.

J. Chatterley:

But at the heart of your business is content, and it is not just about how people consume content via the Internet; it is actually about how you control the consumption of that content, so whether it is a phone, whether it is a car, the LeSEE, as you were just saying there, it is about controlling the consumption of that content, too, is it not?

Юэтин Цзя:

Мы сами осуществляем все этапы — от производства контента и его распространения до доставки потребителю. Обычно это делают самые разные предприятия, но с помощью Интернета все можно объединить. Мы осуществляем изменение контент-индустрии. Мы видим, что все больше и больше устройств подключены к Интернету, и благодаря большому количеству потребителей и пользователей мы активно развиваем и свои устройства, и Интернет. Мы привносим интернет-

технологии в видеоиндустрию. Только используя самые передовые технологии, сегодня можно предоставить потребителям передовой опыт и услуги. Сейчас все меняется, и становится видно, что все больше и больше людей, использующих сеть, предпочитают пользоваться интернет-сервисами, а не традиционными услугами.

J. Chatterley:

So I have seen with your announcement over LeSEE, the electric vehicle, that you are muscling in on Tesla's space. How do you feel about that? Because beyond building a car, actually, the way I see this, the overall product is very different. Do you see Tesla as a competitor?

Юэтин Цзя:

У нас принципиальное отличие от традиционного автомобиля: мы привносим в него идеи эко-экономики, эко-среды и создаем совершенно новую среду. Создавая суперкары, мы не просто меняем само понятие автомобиля: это интеллектуальный, смарт-автомобиль, интегрированный с интернет-средой. Пользователи получают совершенно новый опыт и ощущения. Например, в компании Tesla просто превратили традиционный бензиновый автомобиль в электромобиль, а мы сделали гораздо больше. Мы надеемся вступить с помощью этого автомобиля в новую интернет-эпоху. В будущем автомобиль станет не только средством передвижения: он сможет коренным образом изменить наше перемещение из точки А в точку Б. Это совершенно новое ощущение, полученное с помощью интернет-технологий. Если максимально использовать в автомобилестроении интернет-технологии, интегрировать их туда, это приведет к коренным переменам в автомобильной индустрии.

J. Chatterley:

So what happens if I want to buy a Tesla, though? Will, at some point in the future, LeEco content be available in a Tesla car? Could they somehow get access to your content? Do you envisage that? Or do have to buy a LeSEE car in order to get access to your content and your ecosystem?

Юэтин Цзя:

Да, у нас есть еще две особенности. Первая — мы избегаем закрытости и преодолеваем все границы. Вторая — мы открыты, поэтому все среды, все программы, которые мы создаем, открыты. Наши облачные технологии, интернет-платформы могут быть использованы другими компаниями. Мы можем с ними сотрудничать — включая, конечно, и компанию Tesla.

Однако главное отличие заключается в том, что при традиционном разделении труда у компаний имеются разный опыт и разные интересы, но продукты других компаний сильно отличаются от наших.

J. Chatterley:

You have also talked about expansion plans in the US, whether it is your ability to sell mobile phones in the US – and I will come back to that – but do you actually see yourselves as a competitor to Netflix, just in terms of the content that they provide? Why would a US consumer, for example, want your content?

Юэтин Цзя:

Америка и наша стратегия в отношении Америки: американский рынок — один из наших приоритетов. В ближайшие полгода мы планируем осуществить вход в Америку. Согласно нашей эко-модели, мы постараемся строить бизнес в соответствии с американскими правилами. Мы к ним адаптируемся, нам в этом помогают прекрасные американские партнеры. Мы сотрудничаем с Netflix, совместно разрабатываем терминалы, участвуем в разработке автомобилей, в работе с

потребителями, и это способствует повышению качества обслуживания. Мы надеемся создать контент специально для Америки, максимально отвечающий потребностям именно американского потребителя.

J. Chatterley:

You have told us in the past that Apple is outdated, that their innovation is behind the curve. How do you see yourselves competing, just in terms of handsets, in America? Why would people buy your handset? Is it because it is cheaper? Is it because the content that you provide is going to be better? Why would someone anywhere in the world (but we will stick with America) buy your handset rather than Apple, particularly given the penetration that they have now in that market?

Юэтин Цзя:

Apple — это великая компания, но мы считаем, что она принадлежит прошлому веку, а сейчас наступает новая эпоха. Безусловно, это один из создателей рынка, но техническая среда меняется, а Apple следует одной модели уже около 30 лет. Эта компания уже 30 лет на рынке, где происходят огромные изменения, и мы полагаем, что в новую, вторую интернет-эпоху мы не должны ориентироваться на закрытую модель, которой следуют в Apple. Мы исповедуем открытость, мы должны искать новые глобальные модели для следующей эпохи развития Интернета. Прежде всего надо разрушить барьеры между предприятиями, приложениями, устранить монополизм. Только устранение границ обеспечит потребителям лучшие услуги.

Уже сегодня мы видим, что ситуация в отрасли существенно отличается от той, что была десять лет назад. Скорость изменений и объем работы нарастают. Мы считаем необходимым провести полное обновление всей индустрии и соответствовать спросу и потребностям потребителей. Кроме того, мы считаем, что главное в будущих интернет-технологиях — это объединение искусственного интеллекта и произведений человека.

Это будет новая эпоха в индустрии. Сегодня Apple продолжает находиться на рынке, сохраняет свои позиции, никто не может опрокинуть эту компанию и занять ее место. Однако мы надеемся, что, благодаря сотрудничеству с Coolpad и, в частности, использованию передовых моделей, внедрению новых продуктов, мы превзойдем Apple по соотношению «цена — качество». Возможно, потребителю эко-телефонов следующей эпохи уже не придется платить за устройство — только за контент.

J. Chatterley:

How long before you disrupt them? Before you are better than them in America? How long will that take?

Юэтин Цзя:

Очень быстро — гораздо быстрее, чем вы думаете. Поэтому мы надеемся во второй половине этого года официально вступить на американский рынок и предложить американским потребителям совершенно новый эко-опыт, новые услуги более высокого качества. Мы надеемся, что американские потребители нас примут.

J. Chatterley:

How long? How long before you can really disrupt the dominance that the likes of Apple have or Google have in a way as well with their Android platform? How long will it take you? One year, two years, five years? That is a long time, actually, in technology terms, innovation terms.

Юэтин Цзя:

Инновационная модель у нас уже существует, и мы ее постоянно развиваем. Мы считаем, что уже вступили в новый этап развития Интернета. Мы призываем как можно больше предприятий включиться в эту работу, чтобы использовать новые модели, новые технологии.

Важно, чтобы предприятия осмелились бросить вызов традиционным отраслям. Все больше и больше людей осмеливаются и делают совершенно новый бизнес. Меняется представление об эпохе, о бизнесе. Это происходит очень быстро, и я верю, что через два-три года мы увидим настоящую эпоху новых смартфонов, которая перевернет все наши представления и ситуацию на рынке. Мы надеемся стать одним из титанов — лидеров этого нового рынка.

J. Chatterley:

So I can see some challenges, and you mentioned one in particular, which was regulations. And there is another aspect, I think, as well, which is privacy: data privacy.

We cannot escape the fact that there will be concerns in the West about the fact that you are a Chinese company. It would be a Chinese handset. You would potentially be giving your data to a Chinese company, and that could possibly mean that the Chinese Government, then, has access to that data.

How do you convince people actually about their concerns regarding privacy and you? Do you have to share data with the government? Do they automatically have access? Because the West feels very differently, I think, about privacy than perhaps China does.

Юэтин Цзя:

Мы уделяем очень большое внимание вопросу защиты личных сведений. Это принципиальный вопрос. Не мы одни занимаем такую позицию в этой индустрии. Мы будем строго блюсти интересы потребителей, хранить их данные от любого посягательства. Мы используем много технических средств, чтобы строго охранять все процессы и хранить в тайне личные данные пользователей. Это вопрос как самих аппаратов, так и программного обеспечения.

J. Chatterley:

So in the case of Apple, again, and the FBI, do you think it is right that Apple push back and say, “No, we are not sharing our information with the FBI. This phone and the information on it have to be sacrosanct”? Do you agree with that?

Юэтин Цзя:

Я считаю, что отношения компании Apple с американским правительством касаются всего мирового интернет-сообщества. Естественно, для нас на первом месте потребитель, но политика во всех странах разная, законы разные. Однако глобальная компания в любом случае должна уважать законы страны, в которой работает. При работе в Америке мы тоже будем строго соблюдать американские законы и в то же время учиться у Apple тому, что связано с охраной личных данных.

J. Chatterley:

So you stand with Apple on this point?

Юэтин Цзя:

У нас много общего.

J. Chatterley:

So I spoke to Eric Schmidt, Alphabet’s Chairman, recently, and he said actually those kinds of privacy angles where data are concerned can be a bit of a limitation, particularly where artificial intelligence is concerned, because you are kind of stuck with the information, then, a sort of lesser extent of information, and actually that hampers you, particularly where artificial intelligence is concerned.

Do you agree with that? Is there a balance here, actually, with the use of data, to the benefit of the consumer, actually?

Юэтин Цзя:

Технологии обработки информации у нашей интернет-компании гораздо выше, чем у традиционных отраслей, и мы гарантируем, что потребитель будет доволен. Мы надеемся, что он не заметит больших изменений: необходимо соблюсти баланс. В этом отношении у нас имеется определенный опыт, и мы постараемся найти равновесие между функциональностью и защитой информации потребителей. Тем не менее основной предпосылкой является то, что мы обязаны соблюдать законодательство стран, в которых работаем.

J. Chatterley:

You know, I think there is a perception out there that the Internet and all the information that you have access to on the Internet is free. But do you not think that the price you pay for Internet actually is your data? That is your payment, and that is basically the way it should be, so if you do not want something out there, then do not make your information accessible?

Юэтин Цзя:

На самом деле способы совершения платежей и защита персональных данных друг другу не противоречат. Многие платежные компании достигли хороших результатов в защите данных клиентов при осуществлении платежей. Мне кажется, что больших проблем здесь нет.

J. Chatterley:

Can I ask you about Donald Trump? Because a future world where Donald Trump is President of America – and you are laughing already, which is an interesting response already – could have implications for a Chinese company looking, the way you are, at investing and developing and growing in the US. Would it change anything about your future plans if we had President Donald Trump in America?

Юэтин Цзя:

Дональд Трамп — очень интересный человек. Однако мы говорим о будущем экономики, бизнеса и технологии. Мы не касаемся политики, и я, честно говоря, никогда особенно ею не интересовался. Могу вам сказать, что в нашем бизнесе мы будем строго соблюдать законы Америки и непрерывно совершенствовать наши услуги, осуществлять инновации, чтобы американские потребители были довольны независимо от того, кто станет президентом США. Мне кажется, что развитие нашего бизнеса в Америке не будет сильно зависеть от того, кто окажется в Белом доме.

J. Chatterley:

And you think he is smart enough to put innovation first? And technology first, in fact?

Юэтин Цзя:

Я верю: кто бы ни стал президентом США, он осознает важность инноваций. Это источник роста мировой экономики. Мы знаем, что сейчас американская экономика тоже несколько страдает. Недостаточный рост американской экономики — в некоторой степени результат недостатка инноваций. Между отраслями сформировались четкие границы и барьеры, которые нужно преодолеть. Наибольшая инновация будет состоять в устранении барьеров и границ. Только при условии межотраслевых инноваций мы сможем продвинуться вперед, найти новые источники роста, создать новые ценности. Компания, которая сможет создать новые модели развития, обязательно преуспеет — вне зависимости от правительства.

J. Chatterley:

Who do you see as your biggest competition in America? I look at the body of businesses there, and I guess Amazon would be the closest to trying to

branch out in as many areas as possible. Would you agree with that? That is the big competition?

Юэтин Цзя:

Нет, мы все-таки создаем новые отрасли, новые направления деятельности, идем разными путями, исповедуя одну и ту же модель инноваций. Однако наша модель развития — открытая. Я часто повторяю, что наша компания во многом первая в мире. Мы являемся лучшим партнером для всего мира, потому что мы открыты. Наша принципиальная позиция — устранение барьеров и границ, это наш дух. Благодаря открытости производства мы можем сотрудничать, например, с компанией TCL. Вместе мы создали новые продукты, новые телевизоры. По нашей продукции вы можете видеть, что мы открыты и готовы к сотрудничеству, мы лучший партнер для многих предприятий, мы приносим новые ценности и опыт, используя в нашем открытом сотрудничестве интернет-технологии.

J. Chatterley:

I want to ask your expertise about valuations in the tech sector, because it seems that you do not go a day without hearing some concern about over-inflated valuations, that when some of these companies potentially come to IPO, that the perceived valuation of the company will not be there.

I look at a recent deal, Microsoft buying LinkedIn, and they paid over USD 26 billion, or intend to. I look at the turnover of that company and I look at the profits of that company, and I go, “Wow, that looks like a pretty high price tag,” and before we get excited, I wonder whether some part of that valuation is about data and recognizing the importance of data.

Would you agree with that, or do you just think they are over-paying?

Юэтин Цзя:

Основная стоимость интернет-компаний и софтверных компаний тесно взаимосвязана. Контент тесно связан с интернет-технологиями. Однако очень важны и отношения с рынком, и то, насколько быстро приспосабливаются сами предприятия, насколько часто они совершают прорывы в своей отрасли. Это может способствовать увеличению их стоимости. Поэтому, когда мы говорим о 26 миллиардах долларов, заплаченных за LinkedIn, мы должны понимать, что эта компания может стоить этих денег. Но надо сказать, что у руководства Microsoft есть свои стратегические соображения. Может, они и правы.

J. Chatterley:

So there is a lot of speculation about what will happen with Twitter, as well. How does Twitter monetize better, grow its user base? What is your advice for Twitter, and do you think it would make sense for the likes of Facebook, let us say, maybe, to acquire Twitter?

Юэтин Цзя:

Twitter — это способ выражения своих мыслей, не более того. Мы еще не до конца понимаем, какой будет новая эра развития Интернета, но мне кажется, что модель Facebook, WhatsApp и других действительно ориентируется на потребителя, связана с ним. Они связывают потребителей со всего мира. Это очень важно, этим они сильны, это добавляет компании стоимость.

J. Chatterley:

It does not help them to make money, though. How do they make money better, more?

Юэтин Цзя:

В настоящее время в отрасли происходит распределение труда. Конечно, кто-то зарабатывает больше, а кто-то меньше. Кто-то — на

рекламе. И тут реклама вступает в противоречие с интересами потребителя, пользователя. Все это приводит к некоторым сложностям. Надо реструктурировать распределение стоимости в межотраслевой цепочке. Нужно создавать новую стоимость, новые источники стоимости. Для этого нужно, чтобы в производственные цепочки включились новые компании с новыми идеями.

J. Chatterley:

I want to circle back, as we conclude this session, to something that you said about a lack of growth, and actually, in order to foster better growth, we need greater innovation. Because I think a lot of the debate that has happened here at this Forum has been about a lack of growth globally, and actually, despite all the ammunition, the quantitative easing, the low or negative rates that we see, actually we are not seeing strong enough growth.

How do individual countries and collectively, globally we foster innovation and allow that somehow to translate into stronger growth? How do we do that? Where do governments start; where do businesses start?

Юэтин Цзя:

Прежде всего, инновации сами по себе тоже меняются: они уже не те, что были прежде, — технические инновации, индустриальные инновации, бизнес-инновации. Однако односторонних инноваций уже недостаточно. Экономический рост нуждается в инновациях именно эко-экономики, которые включили бы в себя самые разные стороны инноваций: и технические, и экономические. Только это может придать инновациям ценность и способствовать экономическому росту. Таково мое понимание инноваций. Здесь очень важна правительственная поддержка законопроектов, политики. Государство может ее обеспечить.

J. Chatterley:

Sir, thank you so much; fantastic to talk to you. Some great points there, and I apologize once again for the Donald Trump questions! Thank you.