

智能电视零售额渗透率将超九成

北京商报讯(记者 金朝力 石飞月)今年智能电视市场零售额预计同比微增。3月9日,第七届“中国家电发展高峰论坛”发布的数据显示,2017年智能电视的零售额同比预计增长5.7%,零售额规模达到1445亿元,预计智能电视的零售额渗透率将达到93%。

对于电视产品来说,和传统非智能电视相比,智能电视增加了很多新功能,如在线视频平台、体感游戏、应用商店等。产业观察家洪仕斌表示,近年来智能家电市场规模不断壮大,2017智能家电生态将会成为行业的主流。根据论坛发布的数据显示,除了智能电视,2017年智能白电的零售额同比预计增长60.1%,零售额规模达到709亿元,预计智能白电的零售额渗透率将达到23.9%。

在家电业转型升级过程中,智能化已经成为中高端产品的重要属性和卖点。中怡康调查数据显示,消费者在选购高端家电产品时,更加注重“智能操控”、“节能环保”、“除菌保鲜”、“外观时尚”等卖点,其中洗衣机产品“智能操控”卖点关注度接近40%,彩电“智能操作系统”卖点关注度超过50%。

然而,智能家电产品在提高人们生活品质的同时也隐藏着巨大的安全隐患。去年央视“3·15”晚会上,智能设备遭“劫持”的问题已被曝光。同时,2016年还陆续出现了黑客攻击电网设施,出现多个国家和地区大规模停电事件,相关机构统计数据显 示,超过70%的物联网设备曾遭遇过安全问题。

洪仕斌认为,从整个行业的发展来看,互联互通只是一个基础,整个智能家电的发展方向将从硬件转向软件,家电企业应该从消费者的实际需求出发,实现数据全面兼容,打破信息孤岛,共同为用户提供有价值的智慧家庭解决方案,共同推动智慧家电产业的发展。

ofo发布新车 寻求低运维成本模式

北京商报讯(记者 姜红)合作成功终于揭开神秘面纱。3月9日,ofo与700Bike联合发布新一代共享单车ofo Curve,并推出“低运维成本模式”。据了解,ofo Curve在多方面进行了重新设计和优化,整车制造设计也结合了人体工学和视觉美感,提升了用户在城市中的骑行体验。另外,ofo Curve配备了收纳车筐,方便用户放置随身包。

有调查称,目前,共享单车行业普遍存在着一定的损耗率,单车也都需要日常修理维护,“免维护”在共享单车行业已经被证明是不可行的,行业各家企业也都放弃“免运维”思路,将目标转向寻求更加“低运维”的产品。在低运维方面,ofo Curve通过配置优化和多个独家专利设计,解决了行业最常见的运维难题。ofo Curve采用高强度铝合金车架,100%解决现有共享单车生锈问题;采用弹簧导轮拉链条,实时拉紧链条,有效防止链条脱落、异响问题,将链条脱落7%的行业概率降低至0;采用KMC高强度防锈链条,抗拉强度超过国家标准55%以上,500小时以上盐雾试验无生锈;车架一体骨骼式护链罩,保护链条不受到撞击,将护链罩变形63%的概率降至0;鼓刹制动,不受天气影响,将刹车磨损损失灵15.3%的行业概率降至0,比普通钳刹寿命高出2倍;高强度车筐,由2倍直径的铝管焊接而成,不易变形,承载力更高,将车筐损坏4%的行业概率降至1%;PU实心内胎+耐磨外胎,永不爆胎,将充气轮胎破损50%的行业概率降至0。

戴威表示:“新一代共享单车ofo Curve在行业首次实现了在最大化用户体验的同时,最小化综合运维成本的目标,这是ofo和用户的双赢。”700Bike创始人张向东表示:“700Bike始终是新一代消费品品牌,致力于为用户带来更具设计美学、高品质与优质用户体验的产品和服务。此次,700Bike作为ofo的产品合作伙伴,希望能从产品角度帮助ofo提高用户体验,提升运维效率,找到用户体验和城市运营的最佳平衡。”

去年11月,700Bike成为第一家接入ofo“城市大共享”计划的自行车品牌。此前,戴维就透露ofo将争取与更多来自国内外自行车领域厂商合作,业内猜测ofo将为陆续加深更多领域的合作打下市场基础。

海尔转型家电品牌集群发展

北京商报讯(记者 金朝力)完成对美国GE家电业务收购后,海尔将正式转型家电品牌集群发展。3月8日,海尔首次向全球发布旗下六大家电品牌的全球化策略,包括海尔、美国GE Appliances、新西兰Fisher & Paykel、日本AQUA、卡萨帝、统帅六大品牌。这也标志着海尔完成了从“白电品牌”到“家电品牌集群”的布局。

海尔全新全球化战略包括两个方面,一方面 是海尔从单一品牌的全球化到多品牌全球化,另一方面由单一品牌覆盖全球每一个本土市场,到多品牌协同满足全球每一个本土市场不同需求的跃升。至此,海尔成为全球惟一个拥有品牌最多、产品最全的“世界第一家电品牌集群”。北京商报记者从海尔方面获悉,海尔将最晚于2017年夏季之前将GE品牌带入中国市场,首批产品以燃气灶及周边服务为主。首批产品将进入北京、上海、广州、青岛、成都五大城市专业厨房消费群。

据悉,海尔此次品牌全球化的本质是“人单合一”模式的国际化。目前“人单合一”模式已出口到日本的三洋电器、新西兰的Fisher & Paykel,2016年又开始在美国的GE Appliances复制。业内人士分析,海尔通过全球六大家电品牌的协同,将打破家电行业全球技术互通的壁垒,带动行业良性发展。随着品牌协同的深入推进,海尔将构建起了世界最大的家电产业集群,实现对全球市场与社群的覆盖。

智能手机再曝存恶意病毒隐患

北京商报讯(记者 陈维)虽然近年来主打安全的智能手机并不少,但一直以来,手机病毒并没有影响大范围的用户使用,不过这一情况正在有所改变。3月9日消息,维基解密公布8761份文件和档案披露了从手机到电视,许多设备成为美国中央情报局(CIA)锁定的目标,甚至还披露一些关于中情局所使用的黑客工具包。

维基解密表示,目前CIA正在使用病毒或恶意软件,“花大力气,感染和控制”微软Windows用户。采取的方法是零时差攻击、利用未被信任CD上的受感染软件、USB记忆棒上的恶意软件,以及在图像文件中隐藏着数据的系统。在谷歌的Android移动操作系统上也发现了类似工具包,这意味着世界上约九成智能手机有可能被跟踪。

对此,三星方面表示,“保护消费者的隐私和设备的安全性是三星的首要任务。公司已注意到所提及的报告,正在紧急调查此事。”微软方面也表示正在调查。

谷歌信息安全和隐私主管希瑟·阿德金斯在一份声明中说,“公司已经审查了这些文件,并认为Chrome和Android的安全更新和保护已经阻止用户避开这些所谓的漏洞。公司的分析正在进行中,未来将实施任何必要的保护措施。公司将安全视为重中之重,将继续投资于防御体系建设。”

人工智能从故事到应用有多远



首次写进《政府工作报告》的人工智能

再次成为关注的焦点。3月9日,在全国政协十二届五次会议的记者会上,全国政协委员、百度公司董事长兼首席执行官李彦宏再次对人工智能的重要作用发表观点。

同时,两会期间,包括格力电器董事长董明珠、娃哈哈集团董事长宗庆后都表示公司未来将发力智能制造。不过,除上述力挺“人工智能派”外,互联网、制造业领域仍有众多企业大佬对当下人工智能的发展提出了不同观点,人工智能到底为何物?为什么不同企业对待人工智能的态度不同?它将给国内企业带来哪些机遇,都给“老戏新唱”人工智能带来了诸多疑问。

人工智能“老戏新唱”

“人工智能是智能家居的重要组成部分,但它只是一个工具,并不是人。”智能家居公司深圳欧瑞博电子有限公司CEO王雄辉对北京商报记者表示。

人工智能近两年炙手可热,今年两会期间几乎逢人必谈。然而,人工智能并不是新概念,它诞生于1956年,迄今已有60年的历史。然而直到现在,大部分消费者对于人工智能仍是一知半解。王雄辉进一步阐述,人们对人工智能的误解主要是不理解,人工智能主要来源于数据,通过大数据来重新塑造传统的制造业。

资料显示,人工智能英文缩写为AI,是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。作为计算机科学的一个分支,它企图了解智能的实质,并生产以一种新的能以人类智能相似的方式做出反应的智能机器,该领域的研究包括机器人、语言识别、图像识别、自然语言处理和专家系统等。

产业观察家洪仕斌表示,人工智能的范围十分广泛,由不同的领域组成,如机器学习、计算机视觉等等组成,总的说来,人工智能研究的一个主要目标是使机器能够胜任一些通常需要人类智能才能完成的复杂工作。但不同的时代、不同的人对这种“复杂工作”的理解是不同的。

具体到应用层面,人工智能出现在包括目前备受关注的智能家居等多个领域。例如,通过产品与产品之间的联系以及对外界的感知,智能空调可以感知到室内空气温度过低或者过高自动开启或关闭,类似的还有远程操控电热水器、电饭煲等等,这些正在通过手机端成为现实。

在工业制造领域,人工智能也往往和智能制造关联在一起。北京商报记者

在3月9日开幕的AWE(中国家电及消费电子博览会)上看到,目前包括海尔、美的、格力等企业,都在大力推进人工智能制造。格力电器董事长董明珠表示,将大力发展装备制造业,争取到2020年,全面实现无人化生产。

另外,在医疗领域,刚刚推出首款医生实名机器人的万物语连CEO马英杰在接受北京商报记者采访时表示,医生实名机器人就是一款工具型产品,集合了人工智能、认知物联网、大数据、云计算等互联网3.0核心技术,以“机器人”的形式,提供对话、看护功能和设备辅助方案,帮助医生完成院前和院后90%以上的重复性强、可替代的工作。

国内领军企业侧重不一

对于人工智能,中国领军企业也存在不同的看法,同时,各个领域在大力推广人工智能的过程中也出现了种种问题。

在互联网领域,以腾讯、阿里巴巴、百度为首的巨头都对人工智能表现出非常积极的态度。腾讯集团副总裁、人工智能实验室负责人姚星曾表示,腾讯有自己的AI部门,目前有30多个科学家,90%以上的人都是博士学历,来自哈佛、麻省理工、哥伦比亚大学等高校,腾讯专注机器学习、自然语言处理、语音识别和计算机视觉四个方向的基础研究,紧密围绕内容、社交、游戏三个核心应用场景展开,并将人工智能工具以API形式开放出去,推动行业健康发展。

阿里巴巴则从2015年开始就在积极应用人工智能。2015年7月,阿里巴巴便发布了人工智能购物助理虚拟机器人“阿里小蜜”,而支付宝热线也早已实现了智能语音客服。去年,阿里云还与杭州市政府合作了“城市大脑”,运用人工智能、大数据技术逐步解决交通拥堵的问题。

重点关注

Special focus

“限迁”解禁 二手车电商争食蛋糕

在瓜子、优信拍、人人车等二手车电商纷纷完成巨额融资后,部分二手车电商开始争夺二手车“限迁”政策解禁后带来的巨大商机。3月9日,安卡网络正式在新三板挂牌,为旗下华夏二手车网等二手车交易平台提供资本新渠道。业内人士认为,二手车“限迁”放开后,为二手车电商带来更多机会,但二手车认证环节的标准缺失,仍是二手车电商需要补齐的核心竞争力短板。

借资本力量混战

3月9日,全国中小企业股份转让系统公告显示,杭州安卡网络技术股份有限公司(以下简称“安卡网络”)的挂牌申请获得批准,并于今日正式在新三板挂牌。公告显示,安卡网络以华夏二手车网、App终端、微信公众号、微博等为媒介,为二手车经销商进行车源、品牌的推广。

在“互联网+”概念的推动下,目前二手车电商已经成为资本追逐的新热点。据了解,2003年,华夏二手车网正式成立,2007年成立杭州安卡网络正式公司化运营,今年获得新三板挂牌函。该公司以华夏二手车网为依托,为客户提供二手车网络推广服务、峰会推广服务、二手车增值服务及二手车撮合交易业务。

然而,二手车电商在 market 中的日子并不如意,因此需要更多资金实现增量。据统计,去年国内二手车平台在整体交易中的份额仅为12%,多数二手车平台处于亏损状态,而安卡网络选择采用新三板上市的方式,在激烈竞争中胜出。

据悉,此前在安卡网络申请新三板挂牌的同时,淘车无忧、唯车电商两家主营二手车业务的电商也在谋求挂牌,以获得更多资本。数据显示,目前仅安卡网络扭亏为盈,在去年上半年实现盈利10万元,而其他两家公司的净利润均下滑严重。其中,2015年,淘车无忧营收2151.08万元,同比增长3倍,但亏损额增加1375.37万元;2015年,唯车电商营收1599.72万元,亏损额增加545.48万元。

业内人士表示,对于处在“烧钱”阶段的二手车电商来说,更多资本的注入无疑是一剂良方,但市场需求的增加,以及自身竞争力的提升才是扭亏的关键。

“限迁”解禁盘活市场

事实上,业内普遍认为,随着二手车“限迁”政策的解禁,更多车源的加入,为安卡网络等二手车电商提供更多机会。

2011年,北京开始实施二手车外迁补贴政策,大量老旧二手车迁出北京,迁入全国各地。此后,全国各

地纷纷出台政策,限制排放过低的二手车迁入本地。

日前,国家出台政策,要求除国家明确的大气污染防治重点区域(京津冀、长三角、珠三角)之外,全国各地取消二手车“限迁”政策。车源的增加使二手车市场规模进一步增加。中国汽车流通协会副秘书长沈荣曾表示,预计在2020年,我国二手车交易量将赶上新车交易量,并达到1:1的状态,届时每年将有至少3000万辆二手车完成流通,按照每辆车5万元计算,交易金额将达1.5万亿元。

目前,二手车电商已经涉足从个人到经销商之间二手车交易的各领域。其中,优信拍等二手车电商专注“C2B”模式,瓜子等二手车电商专注“C2C”模式,而本次在新三板挂牌的安卡网络则专注“B2B”模式。安卡网络方面表示:“根据自身的资金和线下运营能力,目前选择先做to B,当我们的资金和线下运营能力具备的时候他们也会做to C。”

汽车行业专家颜景辉表示,此前实施“限迁”政策时,线下二手车经销商未搭建全国性网络的弊端,开始让二手车电商找到发展机会,全国性资源的覆盖和交易,使之成为未来二手车交易的主流。

评估标准待出台

二手车电商为个人和经销商搭建的车源平台,为国内二手车交易提供了便利,但信用体系不完善、价格混乱、流通体系不健全和购车支持缺失等问题也随之显现。

以二手车电商“B2C”和“C2B”模式为例,由于信用体系不完善以及价格混乱,时常出现消费者购买二手车时,出现不试驾车辆、评估人员隐瞒车辆真实车况,以及未发现车辆行驶里程“动手脚”的现象。同时,由于车辆评估人员多由二手车电商平台提供,人员的专业水平参差不齐,并未有专门机构对评估人员进行资格认证,二手车的评估体系也未正式建立。

值得一提的是,二手车电商的“B2B”模式也并非高枕无忧。通常,很多人认为二手车经销商具有一定市场和评估经验,从二手车电商平台上购车具有先天优势。但颜景辉表示,与个人消费者相同,经销商在二手车电商平台上看到的信息与消费者一致,同时根据网络的特性,经销商也未必能到异地逐一评估车辆,因此信用体系是否完善成为重要一环,而这也是二手车电商平台核心竞争力的体现。

颜景辉建议,二手车电商平台应该尽快引入第三方评估机构,行业也要尽快建立二手车评估体系,出具有公信力的二手车评估标准,以消除二手车电商在发展中带来的诚信危机。

北京商报记者 刘洋

前正在编制人工智能的专项规划,同时还在研究论证人工智能重大项目的立项工作。在战略新兴产业规划中,人工智能也成为重要发展方向。

在本次《政府工作报告》中也明确提出,加快培育壮大新兴产业,全面实施战略性新兴产业发展规划,加快新材料、人工智能、集成电路、生物制药、第五代移动通信等技术研发和转化,做大做强产业集群。首次将“人工智能”写入《政府工作报告》。

在本次AWE上,也成为国内诸多企业展示智能化的平台。国内智能控制器上市公司拓邦推出以T-Smart一站式智能家电解决方案为核心的“智能+”战略。拓邦总经理武永强表示,家电智能化已经从智能控制时代向智能物联时代迈进。以前为实现家电智能化升级,家电企业花费了太多精力在云平台对接、模块对接、App开发等纯技术领域,分散了其在客户需求把握、市场行情分析等自身应关注的领域投入,导致产品创新力不足,不能紧跟市场需求,家电企业需要有一站式服务解决家电智能化升级中的所有技术问题。

“如果说以前人工智能是散兵游勇,那以后就是被纳入编制的正规军了。”达泰资本创始人叶卫刚表示。他希望政府能通过市场化的方式来支持这个产业的创新和发展,在税收、政府采购和上市融资等方面提供支持 and 政策。赛迪研究院预计,到2018年,全球人工智能市场规模将达到2697.3亿元,增长率达到17%。

“作为一名人工智能技术从业人员,为政府面对新产业的应对和快速反应感到吃惊。”桑蜀石信息首席研究员沈虹杉表示,“毕竟到目前为止,人工智能的发展一直饱受苛责,有时候也会被打上‘骗子’的标签,但必须强调的是,人工智能已经在金融、教育、医疗等很多行业有了很多成熟的运用。”

有业内专家指出,人工智能必须通过应用落到不同产业,才能释放其巨大潜能,最终为经济带来增长动能。人工智能这种新技术结合教育、医疗、社管、客服、家居、穿戴设备、机器人、电子商务等各行各业,对传统行业都带来很大的冲击性,促进了各领域产业的蓬勃发展。

洪仕斌指出,人工智能发展一大核心在于大数据,而这一领域我国已经有了大量的积累,并不输其他发达国家。如果利用好这些数据,我国各个领域的相关企业,是有望搭上人工智能翅膀,实现弯道超车的。

北京商报记者 金朝力 姜红

沃天乐茶叶查出“杀虫剂”下架

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)3月9日,湖北省食药监局发布2017年第9期食品安全监督抽检信息公告显示,本次公布包括粮食加工品、酒类、茶叶及相关制品和饮料共4大类别合计47批次。抽样检验项目合格样品43批次,不合格样品4批次。其中,饮料不合格2批次,茶叶及相关制品不合格2批次。其中,永旺(湖北)商业有限公司销售的武汉沃天乐茶业有限公司生产的铁观音(茶叶)和韵香铁观音(茶叶),氟戊菊酯检出值分别为0.413mg/kg和3.38mg/kg,标准规定为不得检出。

据了解,“氟戊菊酯”是一种中等毒性杀虫剂,对眼睛有中度刺激,没有致突变、致畸和致癌作用。2002年6月5日发布的农业部公告第199号规定,“氟戊菊酯”不得用于茶树上。专家认为,茶叶中被检出“氟戊菊酯”原因很多,有可能是农药迁移性污染或种植环境中的施用残留;长期饮用农药超标的茶叶,虽然不会导致急性中毒,但对人体健康有一定的潜在性风险。

对抽检中发现的不合格产品,湖北省食药监局已要求武汉和荆州食药监管部门按照《中华人民共和国食品安全法》的规定,督促生产经营者立即封存、下架和召回不合格产品,并对不合格产品的生产经营者进一步调查处理,查明生产不合格产品的批次、数量和原因,制定整改措施。

华润三九去年净利降4.11%

北京商报讯(记者 孙麒麟 王潇立)3月9日,华润旗下的重要子公司之一华润三九公布了2016年年报。财报显示,华润三九2016年总营收89.8亿元,比上年增长13.69%;归属上市公司股东的净利润11.98亿元,比上年下降4.11%。华润三九方面解释称,净利润下降的原因主要是2015年四季度因出售广东三九脑科医院而获得约1.28亿元的投资收益,剔除该影响因素,2016年度净利润同比增长6.77%。

报告期内,华润三九的自我诊疗业务实现营业收入46.89亿元,同比增长7.06%,其中感冒品类、儿科品类实现了较快增长。而处方药业务实现营业收入37.95亿元,同比增长达到24.97%,但主要是来自于2016年收购的两家公司的“助攻”。

据了解,2015年8月,华润三九通过子公司以13亿元拿下了众益股份100%的股权,在抗感染业务线实现快速增长。2016年7月,华润三九花18.9亿元买下了昆明圣火药业100%股权,获得了包括“理血王”牌血塞通软胶囊在内的心脑血管领域口服剂型产品,与公司现有的参附注射液等品种形成互补。

虽然新加入的成员给公司带来了不错的增长,但华润三九在处方药领域还是面临一定的压力,如招标采购政策带来的处方药降价压力。针对这一趋势,华润三九的应对措施包括:补充新产品以及提升现有产品的产品力来提高市场竞争力。