

新机场北线高速 北京段) 开工

北京商报讯(记者 蒋梦惟 林子)12月13日,北京商报记者从北京市交通委获悉,即日起,新机场北线高速公路 北京段)项目正式开工建设。据了解,新机场北线高速公路 北京段)西起京冀界 涿州),东至京冀界 廊坊),路线全长约25公里,设计速度120公里/小时,双向8车道,全线设主线桥22座、互通立交4座,主线收费站、管理区和服务区各2处。该项目分中段、东延段及西延段三段分别建设、分期开通,目前先实施中段 京开高速至京台高速),路线长度约14公里,计划于2018年底主线建成;剩余东延段和西延段11公里同步推进前期工作,计划于2019年全线贯通。

据悉,新机场北线高速公路 北京段)是通过公开招标建设的PPP项目,由中国铁建联合体作为社会出资人。这条高速公路是北京市围绕新机场构建 五纵两横”交通网中连通东西方向的重要公路干道。

北京新机场的 五纵两横”综合交通主干网络中,除已在去年建成通车的京台高速之外,其他都是新建道路或者改扩建道路。其中,“五纵”中有将于年底完工的京开高速公路、2018年通车的新机场高速公路,也有2019年完工的京雄城际铁路和轨道交通新机场线一期,而 两横”就是新机场北线高速公路和城际铁路联络线一期,都预计在2019年建成。

按照规划,新机场北线高速公路 北京段)将用最短的距离实现三大南北主动脉的东西互通,并同时连接京港澳高速、首都地区环线高速等重要交通线路,实现与北京中心城区、天津、保定、廊坊等城市以及雄安新区的快速连接,形成集航空、高铁、城际、地铁、公路等多种交通方式为一体的 环首都一小时”综合交通运输体系。

· 商讯 ·

去产能全年目标提前完成

北京商报讯(记者 钱瑜 鲁佳乐)据人民日报12月13日消息,2017年,我国钢铁、煤炭、煤电行业去产能同时推进,均提前超额完成了全年目标。经过彻底清理排查,上半年我国共取缔、关停 地条钢”生产企业600多家,涉及产能约1.4亿吨。

地条钢以废旧钢铁为原材料,由工频、中频感应电炉冶炼,劣质低质,在生产过程中造成大量污染,被用于建筑时会埋下安全隐患,还对市场带来 劣币驱逐良币”的负面影响。2017年,这一长期扰乱钢铁市场的 鸦片”,在去产能的高压态势之下,终于被彻底清零。据国家统计局新闻发言人刘爱华介绍,到10月,1.4亿吨 地条钢”产能已经出清。

钢铁方面,全年去产能目标为5000万吨,至8月底已经提前完成。这使得市场的供需均衡定价体系得以恢复,竞争回归良性,价格恢复上涨。煤电方面,今年要淘汰、停建、缓建煤电产能5000万千瓦以上。前三季度,全国已淘汰关停落后煤电机组约240万千瓦,加上停缓建产能,完成了全年目标。煤炭方面,今年煤炭去产能目标为1.5亿吨,到10月已经提前完成。

花王儿童牙刷再度被召回

北京商报讯(记者 钱瑜 郭秀娟)12月13日,记者从国家质量监督检验检疫总局 以下简称 国家质检总局”)获悉,厦门市熊宝贝商贸有限公司向国家质检总局申请召回部分进口KAQ 花王)品牌儿童牙刷。召回原因该儿童牙刷刷毛磨毛不合格,在使用中可能会对儿童口腔健康造成伤害,存在安全隐患。此次召回范围内产品的适用年龄段为7-12岁,条形码为4901301245397,进口日期为2016年12月21日,原产国为日本。据统计,中国内地地区受影响的产品数量共计144支。

值得注意的是,这已经不是花王儿童牙刷第一次被召回。今年9月,大连荣乾国际贸易有限公司向国家质检总局提交了召回计划,召回部分进口KAQ 花王)品牌儿童牙刷共计3960支。上述牙刷产品适用年龄段为3-8岁和7-12岁,生产日期和生产序列号分别为2017年1月23日、2016年10月14日和UK210197、UK212876,原产国为日本,召回原因同样为牙刷刷毛磨毛不合格。

资料显示,花王集团业务以日化用品的研发、制造和销售为主,目前在中国市场销售的品类包括健康护理用品、衣物护理用品、护肤品和化妆品。

久事25%战略入股五星体育

北京商报讯(记者 钱瑜 刘之爽)地方体育电视台开始转型。12月12日下午,上海文广广播电视台集团有限公司与上海久事 集团)有限公司正式建立战略合作关系,上海久事体育产业发展 集团)有限公司和上海久事投资管理有限公司以增资方式入股五星体育传媒有限公司,成为五星体育的第二大股东。

此次合作达成后,双方将各自资源注入五星体育,推进体育事业和产业的快速落地与发展。有消息称,五星体育原有注册资本5000万元,此次战略融资久事增资扩股至6667万股。投资后,久事体育和久事投资占五星体育总股份的25%。五星体育和久事体育将共同围绕 打造上海城市名片、构建一流赛事之都、高效利用集群赛事、塑造精品场馆运营、凸显上海体育特色”等一系列目标,搭建更高层次的资源整合平台,加速实现体育全产业链的深度布局,推动上海从“体育大市”向 体育强市”发展。五星体育将体育文化传播、产业运营管理的经验和优势与久事体育在场馆运营、赛事组织的资源和能力相结合,将会有效构建“内容创意+渠道传播+赛事组织+场馆运营+产业拓展”的完整产业生态闭环,形成上海特有的紧密高效的经营新模式。

BAT展开造车竞赛

BAT投资造车企业一览

	车和家	蔚来汽车	威马汽车
	小鹏汽车		
	蔚来汽车	威马汽车	

荣威系列产品上成功搭载并实现量产,荣威RX3、RX5、i6等车型借此实现了良好销量。而在近期,阿里巴巴还与东风雪铁龙、福特汽车等企业建立了战略合作关系。在可预见的将来,AliOS系统将在更多品牌的车型上实现量产。

BAT资本角逐

实际上,无论传统车企还是互联网造车企业,汽车制造无疑是重资产行业,与已经搭建造车体系的传统车企相比,此前无造车经验的互联网企业更需要资金作为基础。而看到新能源车市场的未来前景,众多资金开始涌入互联网造车领域。

百度于2014年就开始搞自动驾驶,并在随后成立了自动驾驶事业部与智能驾驶事业部,推出阿波罗平台,要做自动驾驶领域的安卓;阿里巴巴在2014年就与上汽达成合作要一起搞互联网汽车;腾讯在2016年与和谐汽车及富士康一起成立了和谐富腾,开始孵化新造车公司。

目前,除了阿里巴巴之外,百度和腾讯也都在汽车领域有所投资。此前,腾讯曾两次领投新造车企业蔚来汽车,百度也投资了蔚来汽车和威马汽车。其中,蔚来汽车首款量产SUV蔚来ES8将于12月17日正式上市,威马汽车也在日前召开了新品发布会。至此,BAT在新造车领域都已完成布局。

据悉,百度 造车”的做法是长远布局,是一个庞大的生态。Apollo公布了

三年开放路线图,每个季度都有一次迭代升级,将在2020年底实现高速和城市道路全路网自动驾驶;Apollo与不同汽车大厂合作也都有明确计划。

阿里巴巴不做自动驾驶,而是 互联网汽车”。结合语音技术、人脸识别等提升用户驾乘体验,同时加载丰富的第三方服务,比如阿里系的支付、娱乐、地图、生活等服务,马云说未来汽车80%与交通无关也出于这个思路。

在投资的同时,腾讯仍然在尝试新的造车方式,比如与广汽在车联网服务、智能驾驶、云平台、大数据、汽车生态圈、智能网联汽车营销和宣传等领域开展业务合作,但具体合作内容还不清晰。

业内人士认为,腾讯直接投资大量成熟或者有潜力的公司;阿里巴巴的布局更 明智”,通过跟车企成立合资公司,让车联网解决方案率先搭载在上汽的车上动起来;百度的布局则更加长远,在布局车联网的同时押注自动驾驶这个终极未来,3家之中只有百度在公司层面将自动驾驶当成与金融、信息流并列的战略级业务。

资质难题仍待解

企业纷纷拿出样车以及资本的追捧,使互联网造车前景一片大好,但是新能源汽车的造车资质落地,仍然成为互联网造车企业亟待迈过的坎。

中国汽车工业协会的数据显示,去年我国新能源车产销量分别为51.7万辆

和50.7万辆,同比增长51.7%和53%。而根据国家相关规划,到2020年,新能源车产销将达到500万辆。硕大的新能源车市场蛋糕,引得互联网造车企业纷纷进入其中。2015年至2017年上半年,国内就有超过200个新能源汽车整车生产项目落地,涉及投资金额超万亿元人民币。然而,虽然蛋糕很大,但截至目前,还没有一家互联网造车新势力获得生产资质。

不过,在生产制造方面,新造车企业也分为两种方式,一种是拿下生产资质自建生产线,另外一种是先寻找其他有资质的汽车企业代工生产。前者如已经拿到电动乘用车生产资质的十几家新造车企业;后者如蔚来、小鹏汽车、电咖,与江淮、海马、东南等传统车企合作代工生产。

目前,走在前列的互联网造车企业均选择与传统汽车企业合作的方式造车。为争夺首款车上市的进度,选择与传统车企合作已成为互联网造车新势力短期内缩短上市时间的捷径。

BAT入局车载系统,从表面上看会影响到后装车机厂商与第三方车联网公司并对一级供应商形成直接竞争,影响汽车产业格局,但从全局来看,BAT的入局将帮助整个汽车产业提升发展水平,其中最直观的一点就是用户能够买到用起来更加顺畅的操作系统。

汽车市场专家颜景辉表示,BAT进入造车领域,可以更好地将传统制造业和互联网进行融合,有助于智能网联化推进转型升级落地,非常有现实性,也有较大的发展前景和空间。

有业内人士认为,目前颁发的新能源车生产资质仍未涉及到全新的造车企业,资金实力、生产规模以及产品成熟程度,是考量一家企业是否具备新能源车生产能力的重要标准,而互联网造车企业的不确定性,成为生产资质受阻的原因之一。

北京商报记者 蓝朝晖 高春艳/文 王飞/制表

重点关注

Special focus

传统渠道承压 旺旺参战自动售卖

北京商报讯(记者 钱瑜 王子扬)当农夫山泉、娃哈哈提早在自动售货机市场跑马圈地后,旺旺也坐不住了。12月13日,有消息称,旺旺已成立自动售货机运营中心,推出旺旺智能售货机,预计今年将于全国各地拓展上千台机器,包含交通枢纽、医院、学校、游乐园景区、工厂园区等。旺旺表示,基于 新零售时代”来临,通过智能系统和云平台的运用,为传统自动售货机注入新技术,研发具有 自助零售、物联网硬件监控、进销存业务、互联网管理、大数据分析”的智能售货机及管理系统。

据了解,在货道陈列方面,售货机中的产品80%为旺旺热销商品,20%可自选旺旺推广新品,产品售价由旺旺集团自动售货机运营中心针对不同场景制定建议零售价。目前支持微信、支付宝、现金等主流支付方式,其他第三方支付陆续开通中。

近年来,无人售货机成为食品企业青睐的销

售渠道。截至2015年,全国自动售货机投放量约为15万台,在五年间翻了15倍。在美国,自动售货机和便利店的数量比例为30:1。若自动售货机的发展达到美国水平,届时全国自动售货机总数将接近138万台。

除旺旺外,还有不少企业已经开始布局。2015年以农夫山泉为首的品牌企业先下手为强,率先在全国范围布局。据了解,截至2015年8月底,农夫山泉所属自动售货机规模突破5000台,农夫山泉董事长钟 氏此前谈到的目标是截止到2016年底,共计投放3万台。娃哈哈去年就有在线下“三年铺10万台、十年铺100万台自动售货机”的计划,预计投入金额为20亿元,主要通过去年成立的宗盛科技来实施。截至目前,宗盛科技已经铺设了5000多台娃哈哈终端自动售货机,此前,宗盛科技也投资过杭州一家自动售货机制造公司。

加码自动售货机无可厚非,但也并不意味着

这一渠道能够一帆风顺。此前北京商报曾报道,知名自动售货机企业友宝每台机器售卖商品所获的日营收仅平均67元,参照友宝官网公布的近3万元高额自动售货机费用,加盟商加盟友宝一年收回成本并不现实。同时,若按照友宝官网日均500万笔交易的宣传计算,友宝客单价仅0.5元,若按照友宝官网公布的每件商品价格约2.5-3元计算,友宝依旧是赔钱卖货。

业内人士指出,在传统渠道承压的情况下,食品饮料企业挖掘新的销售渠道已经成为一个趋势,可以减少对传统渠道的依赖,如果成功,也可以为企业带来一定的营收。但目前包括农夫山泉、娃哈哈等企业都已入局,旺旺此时切入到该行业,面临着农夫山泉、娃哈哈等企业的市场争夺。未来自动售货机市场的竞争将会更加激烈,如果企业想要突出重围,还需要在用户交互以及产品特色上下功夫。

谷歌欲借AI重返中国

将会负责中心的研究工作,也会统筹Google Cloud AI、Google Brain以及中国本土团队的工作。据她介绍,Google中国AI中心将从北京开始,是由一小群最优秀的AI研究院组成。

事实上,谷歌在北京设立AI中心的计划早就有迹可循。在今年5月的GMIS大会上,李佳就表示谷歌正在国内招聘AI人才。根据谷歌此前发布的官方招聘信息显示,正在为北京团队招募机器学习相关岗位,其中包括:机器学习研究员、机器学习技术主管、云端机器学习产品经理,以及机器学习软件工程师等。11月28日,在日本举行的Google亚太地区媒体开放日活动上,Google Brain联合创始人J eff Dean更是在采访中表示,谷歌最近在

中国组建AI团队,主要招募地区在北京和上海两个城市。

有声音指出,在中国落地AI中心,主要是由于谷歌的担忧。谷歌母公司Alphabet的董事长埃里克·施密特曾表示,在开发尖端人工智能技术的竞赛中,美国面临落后的风险。他预计,美国在该领域的领先地位将持续 在未来五年”,而中国 很快就会赶上”。

对此,易观智能组分析师王京京表示认同,她称,中国人工智能产业的发展已经得到了国家和政府层面的重视和支持,未来中国一定会成为全球AI产业的中坚力量和重要市场。

在王京京看来,谷歌设立AI中国中心会加剧国内AI领域的人才竞争,也会加剧国内AI领域的市场竞争。她

进一步说,AI研究的核心就在于顶尖人才,本身国内AI领域顶尖人才就非常有限,BAT和AI创业公司的人才争抢已经十分激烈了,谷歌的到来只会加剧人才的竞争。

“谷歌素来以 给钱多、压力小”而著称,再加上本身平台也很大,可以说对AI技术人才有相当大的吸引力。”王京京如是说。此外,谷歌在中国建立AI中心不会只像官方宣称的那样做一些基础技术研究,而是希望以人才和研究为突破口,打开中国市场,从谷歌目前发布的招聘信息可以看出,谷歌在中国AI市场是有产品和业务布局的。所以未来一定会参与到国内AI领域的市场竞争中去,这种竞争很可能覆盖企业级和消费级两个市场”。