

全国人大代表、格力电器董事长董明珠
芯片一定会继续做下去

北京商报讯(记者 石飞月)3月3日,全国人大代表、格力电器董事长董明珠在两会人大代表团驻地接受采访时表示,格力2015年就开始涉足芯片,而且一定会努力搞下去”。但搞芯片不可能一步登天;千里之行,始于足下”。

早前,董明珠曾公开表示,将斥资500亿元投入到芯片制造当中,而且强调在研发上钱不是问题,重要的是看有没有信心与决心。她还指出,争取在2019年格力空调全部用上自己的芯片。

去年8月,格力电器成立一家名为珠海零边界集成电路有限公司的企业,经营范围为半导体、集成电路、芯片、电子元器件、电子产品的设计与销售等。这家企业也是格力电器专门研发芯片的全资子公司。

随着人工智能家电的兴起,家电市场对芯片的需求大幅增加,但全球空调高端芯片还是依靠进口“格力一年在芯片采购上就要花大约40亿元,这些芯片大部分依靠进口。”董明珠曾透露。

在产经观察家、钉科技总编辑丁少将看来,格力造芯片并非没有成功的可能“格力在空调整整机市场有显著优势,对相关芯片技术的需求理解会更深,参考三星、华为来看,有利于构建产业链综合优势;格力的利润和现金流都足够,有较好的资金储备,能自我造血,介入资金需求量的芯片业相对更容易。”

在接受采访时,董明珠还谈到了人工智能的发展。她认为,随着技术的升级,人工智能的出现是很客观的变化。现在是大数据时代,生产指导、管理、技术研发、产品都需要大数据“制造体系里人工已经发生根本性变化,人力效率翻了一倍都不止,作为一个企业来讲,需要有前景也需要有布局。”

全国人大代表、腾讯董事会主席兼CEO马化腾
加快发展产业互联网

北京商报讯(记者 魏蔚)3月3日,全国人大代表、腾讯董事会主席兼CEO马化腾提交7份书面建议,涉及产业互联网、基础科学研究、科技伦理、粤港澳大湾区、未成年人网络保护、就业、生态环保等热点问题。马化腾认为,发展产业互联网,将为实体经济高质量发展提供历史机遇和技术条件,对实体经济产生全方位、深层次、革命性的影响。

过去20年,我国消费互联网蓬勃发展,深刻改变了人们的生活和学习方式。随着“互联网+”的深入推进,互联网加速与农业、工业、建筑业和服务业深度融合,产业互联网踏步而来,将深刻改变生产方式,传统企业将成为真正的主角。

马化腾认为,发展产业互联网,将为实体经济高质量发展提供历史机遇和技术条件,对实体经济产生全方位、深层次、革命性的影响。在此过程中,互联网公司不是与传统企业赛跑竞争,而是作为传统企业的“数字化助手”,做好连接器、工具箱和生态共建者,帮助实体产业在各自的赛道上成长为世界冠军。

在《关于加快发展产业互联网 促进实体经济高质量发展的建议》中,马化腾建议,大力推进信息基础设施建设,夯实产业互联网的发展基础,加快5G和IPv6全面商用部署;促进云计算创新发展,鼓励各类云平台加快发展,加速实体经济数字化转型。

他还提出,应做好产业互联网安全保障,建立政府、企业、服务机构等多方协同联动的安全治理机制;积极开展国际交流合作,推动建设开放型世界经济。此外,马化腾还建议加强关键核心技术 with 基础科学研究,建设“创新型国家”,并提出应特别重视科学研究与应用中的伦理问题。

全国政协委员、360集团董事长周鸿祎
统一大数据共建 网络安全大脑”

北京商报讯(记者 魏蔚)在3月3日开幕的全国政协十三届二次会议上,全国政协委员、360集团董事长周鸿祎“透露:我今年的提案会关注网络安全。当前中国面临的网络攻击威胁,只有通过统一大数据来感知网络中未知的攻击才能解决。”

周鸿祎表示,人工智能、物联网、5G通信技术的迅速应用与普及,让我们的经济、社会、生产、生活越来越多地运行在网络上,全球进入万物互联时代。从网络安全角度来看;“万物均要互联,一切皆可编程”,这意味着物理世界和虚拟世界已经打通,网络空间的攻击将会穿透虚拟空间,直接映射到物理世界。加之物联网的发展,联网的智能设备增长可达多百亿计,每个智能设备都可能成为攻击的切入点。

但目前的网络安全观念和防御体系并不能应对未来的安全问题。周鸿祎曾坦言:“我们的网络安全防御有一个很大的问题,就是各个单位基本上是各自为战,大家都只掌握自己的局部信息,也只关心局部的安全问题”。但随着网络攻击越来越复杂、越来越隐蔽,如果仅仅从一个单位内部来看网络攻击,就像“盲人摸象”,很难准确识别,更难有效防御。

周鸿祎3月3日在接受媒体采访时表示,希望国家能够把运营商、国家的科研单位以及国企和民间的网络安全研究单位联合起来,共建网络安全大脑,实现网络安全大脑联防联控,形成网络安全整体合力。网络安全大脑将从国家、城市、家庭三个层面来解决未来的网络安全问题。

面对网络安全的“超竞争”态势,周鸿祎表示,希望在政府、企业、运营商等的广泛参与下,多方协同努力,将“安全大脑”打造成国之重器。

接连降价 特斯拉焦虑中寻突围



降价走量

3月1日,特斯拉全系车型在华再次大幅降价。特斯拉中国官网显示,Model 3降幅为2.6万-4.4万元,Model S降幅为1.13万-27.75万元,Model X降幅为17.45万-34.11万元。其中,Model X P100D降幅高达34.11万元。

北京商报记者发现,2018年11月以来,特斯拉产品在华已多轮降价。其中,仅Model 3车型便经历两轮降价,Model 3长续航电池双电机全轮驱动版和Model 3 Performance高性能全轮驱动版两款车型,最初官方指导价分别高达58.8万元和69.8万元。

值得注意的是,特斯拉年报显示,2018年,中国作为特斯拉第二大消费市场,销售收入较2017年有所下降,2018年中国地区的收入为17.57亿美元,同比下降15.4%。

除在中国市场打出“降价牌”,特斯拉还宣布开始正式在美国市场发售承诺已久的3.5万美元标准版Model 3。该车拥有220英里续航,最高车速130英里/小时,并且0-60英里/小时加速时间为5.6秒。此前,Model 3车型的起售价为4.4万美元。

作为特斯拉首款大众化车型,Model 3对特斯拉至关重要。2018年

四季度,特斯拉电动车交付总量为9.09万辆。其中,仅Model 3车型交付量便达6.33万辆,环比增长15%。

2016年,在Model 3车型发布之初,特斯拉承诺该车型起售价为3.5万美元。但在Model 3投产后,特斯拉却一直没有实现该承诺。特斯拉CEO马斯克曾表示,如果特斯拉过早推出售价更便宜的车型,公司将会“死亡”,部分原因是特斯拉需要投入大量资金才能实现承诺。

成本之考

“现阶段最重要的问题,是要把特斯拉的价格降下来,”马斯克曾表示,“我们的车还是卖得太贵了,如果能够造出人人都能买得起的电动车,肯定大家都想买。”

但事实是,低价意味着利润空间的缩小。自成立起,“烧钱”就一直是最令特斯拉头疼的难题。2019年1月,特斯拉公布2018年四季度财报。财报显示,公司GAAP净利润为1.39亿美元。虽然实现首次连续季度盈利,但特斯拉四季度业绩依旧低于华尔街预期。

对此,特斯拉相关负责人表示,公司营收受多方面压力影响,包括税率补贴下降导致的销售收入减少,中国零部件进口关税的上涨,Model S、Model X和价格更低的中端车型

Model 3在中国价格下调。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,虽然特斯拉对旗下在售车型再次进行降价,但相对于宝马、奔驰等B级豪华车,Model 3的价格仍然偏高,消费群体仍会选择欧系豪华车。Model 3降到30万元以下才是最合适的价格。

有心无力是特斯拉的现状。目前严峻的政策环境,并不利于马斯克在2019年实现这一目标。2018年底,美国政府表示,向特斯拉购买者提供的税务抵免,从2019年1月1日起降低至3750美元,并在2019年底前逐渐停止提供。受此影响,2018年四季度,特斯拉在美月销量突破3万辆,但2019年1月销量下降至8000辆,2月继续下滑。

在销量和成本压力下,曾表示再不裁员的马斯克也频频食言。2018年6月,特斯拉宣布裁员9%。彼时,马斯克在一份内部备忘录中称:“特斯拉现在做出了这个艰难的决定,将来,我们就再也不用这样做了(裁员)。”

不过,进入2019年,特斯拉又启动了裁员计划。2019年1月,特斯拉宣布,作为削减成本计划的一部分,公司将裁员约7%。马斯克称,特斯拉的处境太艰难,除了裁员别无他法。

2月初,马斯克曾表示,现在Model 3的成本约为3.5万美元,但该

Special focus

牵手腾讯跨界文旅 联通深化混改提速

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇 刘宇阳)3月1日,在中国智慧文旅产业峰会上,中国联通与腾讯公司联合宣布,由双方共同出资成立的云景文旅科技有限公司(以下简称“云景文旅”)正式成立并落地贵阳。

据了解,云景文旅将以深化发展产品应用为核心,构建智慧文旅产品体系,形成建设+运营的全闭环服务。目前,云景文旅已依托中国联通数据生态链,与文化和旅游部信息中心、12301国家智慧旅游公共服务平台进行产业数据合作洽谈。

中国联通相关负责人称,云景文旅是中国联通混合所有制改革的又一新成果。未来,公司将立足贵州、辐射全国,聚焦全域旅游、大数据与人工智能、文旅营销服务三大领域,打造覆盖旅游管理部门、涉旅企业及旅行者的智慧文旅系列产品,实现对旅游管理、旅游营销、旅游服务的智慧支撑。

事实上,这不是中国联通与腾讯近期的唯一合作。2月27日,中国联通与腾讯车联宣布达成战略合作,将推出腾讯车联网“王卡”,并将发布车联

网产品解决方案,共同打造车联网服务生态。

在国内三大通信运营商中,中国联通是最早启动混改进程的一家。2016年9月,中国联通启动混改试点,并在随后陆续引入包括腾讯、百度、京东、阿里巴巴等在内的多家战略投资者。

官方数据显示,截至2018年8月,中国联通与腾讯等互联网企业合作打造的融合营销新模式累计完成收入232.4亿元;2018年三季度,中国联通利润同比增长95.9%,收入增速从混改前的-5.3%提升到6.5%,资产负债率也从混改前的62.6%降至42.7%。

尽管发展迅速,但中国联通仍未真正“逆袭”。三大运营商近期披露的运营数据显示,2018年,中国联通的宽带用户规模和增速均明显落后于另外两家。

对此,独立电信分析师付亮表示,中国联通的混改“红利”正在逐渐疲软,原本中国联通有线宽带用户规模位居第二位,现已被挤至第三位,同时移动用户第二的位置也面临挑战。

对中国联通而言,4G时代的竞争即将落幕,5G则是实现弯道超车的关键。中国联通董事长王晓初曾坦言:“5G时代的到来是中国联通扳回一局的关键机会,中国联通绝不会再犯4G时代的错误”。

3月3日,全国政协十三届二次会议在北京召开,全国政协委员、中国联通研究院院长张云勇在人民大会堂一层中央大厅北侧举行的首场“委员通道”采访中表示,今年下半年,5G手机可以零星上市,而到了明年两会的时候,就可以大规模用上5G手机了。

值得注意的是,进入2019年后,除了常规方式,中国联通开始更多借助混改的力量布局5G。除了本次与腾讯成立合资公司,今年2月,中国联通还与网宿科技共同出资成立云际智慧科技有限公司。根据计划,云际智慧将专注于CDN(Content Delivery Network,内容分发网络)、边缘计算等领域的技术创新,为4K、8K、VR等超高清视频产业和人工智能等领域提供CDN以及边缘计算能力。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文 代小杰/图

探路折扣商城 ofo 求解盈利难题

北京商报讯(记者 魏蔚)处于漩涡中的ofo,每走一步有争议也有启发。3月2日,ofo方面针对“折扣商城”回应称,目前商城还在测试阶段。从探索变现路径的角度来看,ofo的试水值得鼓励,这也是一条在车费和广告之外新的电商盈利之路。

根据ofo规定,折扣商城中大部分商品仅能通过金币+现金的形式兑换,未退押金的用户可以通过押金兑换金币购物。

“我们约从2018年底开始准备折扣商城,这几天开始小范围做测试,也算是给用户提供的新的服务。”ofo方面在回应中表示。

业内人士更倾向于将折扣商城看作是ofo退押金的一个新方案。北京商

报记者登录ofo发现,折扣商城中的商品包括食品生鲜、酒水饮料等五类共50种商品。大部分商品可通过金币+现金的形式兑换,仅有少部分只需要金币兑换。未退押金的用户可以按照99元兑换150金币、199元兑换300金币的比例,将押金兑换成金币购物。用户则可以按照1金币=1元的比例兑换进行兑换。

根据ofo金币兑换及使用规则;“用户无法要求只将押金中的部分金额转化为金币”;“若用户将ofo押金转化为金币,会获得免押骑行权益”;“押金一旦兑换成金币,即不可撤销,用户不得要求将金币改回押金,也不得要求将金币转换成人民币或要求提现”。不过,ofo方面并未强行要求用户采用兑

换的形式退押金。

中国政法大学知识产权中心特约研究员赵占领告诉北京商报记者:“只要ofo没有强迫用户选择不涉嫌违法”。ofo方面也表示:“所有用户也都会在被充分告知的情况下拥有自主选择权”。

不管是解决押金挤兑还是对接商业化,ofo上线折扣商城的最直接作用是缓解资金压力。据报道,ofo目前仍有超1000万未退押金的用户。按最低押金额99元计算,ofo最少仍需要近10亿元支付押金退款。

共享单车的押金问题也一直是相关部门关注的重点。日前,交通运输部副部长刘小明表示,已经会同交通运输部新业态协同监管部际联席会议相关成员单位进行了认真分析和研判,督

促相关平台企业,畅通退押金的渠道,优化退押金的流程,加快线上退押金的进度,切实保护用户的合法权益。同时为加强押金管理,建立押金长效管理制度,同中国人民银行及相关部门,正研究制定《交通运输部新业态用户资金管理办法》,将会进一步细化用户押金管理。

ofo方面在回应中也多次强调推出商城是为了给用户更多服务。“从2018年下半年开始,共享单车行业问题成为社会关注的焦点,我们一直在努力研究和尝试不同的方法,尽一切可能保障用户权益。同时也是为响应近期交通运输部对共享单车行业的指示,给用户更多的选择,我们推出了这个折扣商城。”