

# 硬件,云计算下一个战场?

不光推解决方案,还要发力硬件,云计算厂商挤进另一个市场。“软硬一体”的模式,是用更新云计算基础设施的方式,降低客户使用门槛,还可以整合互联网企业的软件优势,有助于推动云计算+AI的整体商业化节奏。再往前看,开放平台、解决方案也是云计算商业化的基础,当下从软件到硬件,云计算厂商开始全面比拼。

## 硬件展露风头

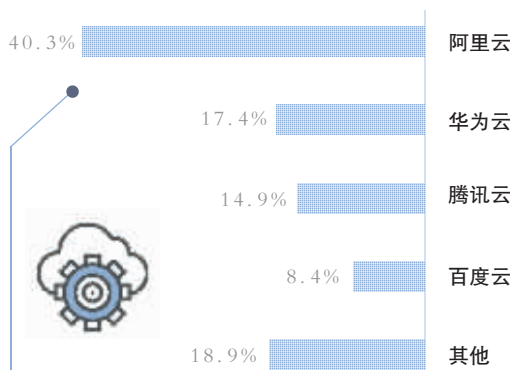
去年百度在云智峰会强调的是各类解决方案,今年在现场反复听到的是硬件。6月3日,百度副总裁侯震宇展示了百度智能云新一代自研智能网卡,还一口气推出存储品牌“百度沧海”、弹性裸金属服务器3.0、智感超清一体机等。

据了解,百度沧海存储产品体系,拥有与百度搜索日万亿级网页库、百度网盘1000亿GB存储等用户规模产品同源的能力,拥有存算一体、软硬一体、云边一体的技术,可为企业提供存储服务,解决转型升级中数据量暴增的问题。

百度太行-弹性裸金属服务器3.0是一个升级版的产品,实现了对网络卸载、PCIe设备热插拔的支持,让裸金属可以和虚拟机一样云磁盘快速启动;还接入新一代百度自研智能网卡,实现裸金属、虚拟机、容器多种算力在网络与存储上的统一。

智感超清一体机适用于互联网、媒体、监控等多场景,提供老片修复、超高清视频转换、多维智能视频处理、版权保护等。智感超清一体机可提供超高清、全智能、高性能的软硬一体化服务,支持4K/8K超高清编解码,BD265编码器2-4倍速度提升30%+码率节

中国公有云市场占有率 (2020年四季度)

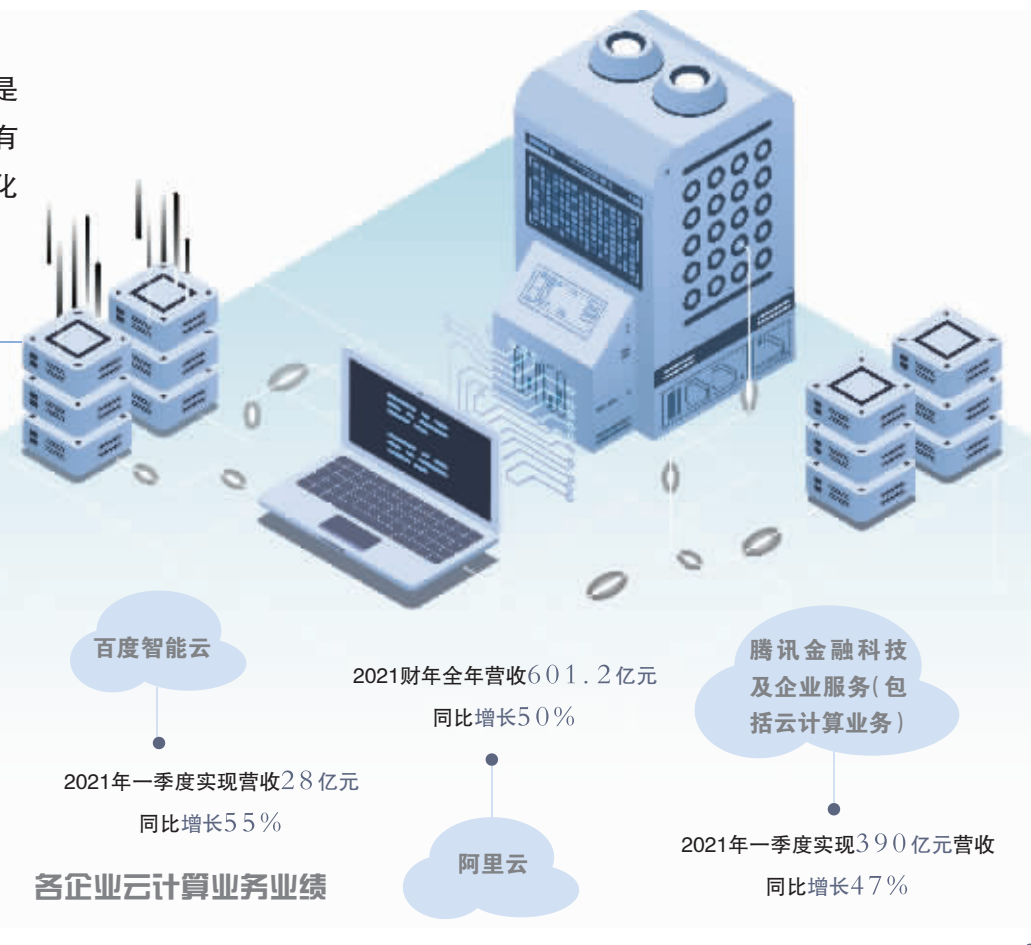


省,搭载高性能的百度昆仑芯片,融入20多种视觉AI算子。

## 瞄准基础设施

其实从2020年开始,云计算厂商们已经有了发力硬件的苗头。比如腾讯云在2020年3月发布了星星海自研服务器,并在次月成立首个硬件工程实验室“星星海实验室”。

阿里云知名度较高的硬件是2020年9月



发布的云电脑(无影)。2021年5月底,阿里云总裁张建锋宣布,无影云电脑开始启动大规模商用,且已经服务众多行业客户。目前,无影云电脑已经开发出C-Key、A系列、T系列三类终端硬件。

中生代的云计算厂商也没有和硬件“绝缘”。青云QingCloud的青立方超融合系统就是一款软硬一体产品,可向客户提供QingCloud企业云平台的软硬一体化交付,在计算、存储、网络资源的融合之上,实现

PaaS(平台即服务)、SaaS(软件即服务)等企业级应用的横向扩展。

不过,推硬件并不是所有云计算厂商的选择。京东相关人士也告诉记者,京东云没有硬件产品。

有人进入,有人观望,那能否以发布硬件与否来判断云计算厂商的实力呢?深度科技研究院院长张孝荣向北京商报记者直言:“不一定,云计算厂商推出硬件,是说明这家公司具备了云计算所需硬件的设计能力”。

至于云计算厂商推出硬件的原因,张孝荣认为:“主要是用户规模增长,产生新需求,促使产生新软件,软件发展到一定程度,需要性能更强的新硬件来实现。云计算厂商发布硬件,主要是为了降低客户的使用成本,而且大部分硬件是云计算基础设施或为基础设施服务的”。

## 商业化提速

抛开产品本身往大了说,不管是解决方案还是软硬一体化产品,目的都是让客户更好地使用云计算,让企业增加营收。

按营收额排序,阿里云长年排在行业第一,且在2020年四季度盈利。数据显示,2020年四季度阿里云营收161亿元,同比增长50%,调整后EBITA盈利2400万元,首次实现盈亏平衡。在2021财年(2020年一季度-2021年一季度),阿里云全年营收601.2亿元,比上一财年增长50%。

百度对智能云业务的成绩单也不再遮遮掩掩。百度高管在2021年一季度财报电话会议上透露,百度智能云实现营收28亿元,同比增长55%。百度预计智能云增长速度将进一步加快。

独立披露云计算业绩不是各大公司的标准动作,也不是百度的常态。在发布2020年四季度财报时,百度仅给出百度智能云增幅和年营收,四季度营收同比增长67%,年营收约130亿元。腾讯云业绩则一直被归在腾讯金融科技及企业服务板块,没有具体的营收额。为此,业内人士认为,百度云开始秀肌肉,是提速商业化的前奏,而百度的表现是行业的缩影。

北京商报记者 魏蔚

## 开始招兵买马 特斯拉向印度扩张

特斯拉或许真的要进军印度了。当地时间本周三,彭博社援引知情人士透露,特斯拉正在印度招聘领导层,以及营销主管和人力资源主管等,种种迹象表明,该公司正准备进军全球最大的新兴汽车市场之一。但是,近期问题的频发或许会成为特斯拉出海路上的“绊脚石”。

### 招募本地高管

除了彭博社披露的招聘信息,特斯拉粉丝俱乐部还在推特上表示,特斯拉已经引进了一名印度法律顾问Nitika Chhabra。

这位知情人士还说,特斯拉正密切关注莫迪总理领导的政府有关修改商品销售税的公告,该税改可能会降低购买电动汽车所需的成本。在真正进入印度市场之前,特斯拉还在等待印度生产挂钩激励计划下对电动汽车制造商的进一步激励。

报道称,印度政府近年来一直在出台各种制造业激励措施,以吸引全球的大品牌在印度生产产品,并出口到世界各地。上个月,印度内阁还批准了一项1810亿卢比(约合25亿美元)的计划,将电池存储容量提高到500千兆瓦时。

不过,报道也指出,即使有一些好处,特斯拉进军印度可能也很有挑战性。与中国不同,印度对电动汽车的热情并不高。特斯拉在上海建立了其在美国以外的第一家工厂,目前在中国的高档电动汽车销售中占据主导地位。根据数据显示,特斯拉电动汽车约占中国汽车年销量的6%,而印度的这一比例不到1%。

另一方面,特斯拉汽车昂贵的成本也被视为症结所在,昂贵的汽车远远超出了绝大多数印度人的承受能力,充电基础设施的缺乏也是大规模推出电动汽车的另一个障碍。

此前,经过数月猜测,马斯克几乎已经确认特斯拉将于明年1月进入印度市场。1月13日,马斯克曾在一篇关于特斯拉印度建厂的报道下面回应“如约而至”(as promised)。该报道称,特斯拉正在与印度几个邦进行谈

判,或将在印度开设一个办公室、一个展厅、一个研发中心以及一家工厂。

此前有消息称,特斯拉已选择了位于印度南部的卡纳塔卡邦作为其首个工厂的选址。特斯拉公司没有对此发表评论。其他知情人士当时说,这家汽车制造商已经与当地官员谈判了6个月,并正积极考虑在卡纳塔卡邦首府班加罗尔郊区组装汽车。

### 问题频发召回不断

虽然特斯拉在印度的野心已经展现,但近期频发的问题不能忽视。

特斯拉“刹车失灵”的事刚刚有些平息,特斯拉黑屏、打不开车门的事又引起了很多人的关注。5月30日,广东深圳一位特斯拉车主开车到充电站充电,结果出现车辆屏幕黑屏,被困在了车内长达15分钟,随后被热心市民破窗救出。

6月3日,针对深圳西丽车主被困车内的情况,特斯拉客户支持官方微博发布致歉声明称:“对于客户的遭遇我们非常关心和理解,同时对于未能第一时间迅速赶到现场协助客户处理,我们再次表达诚挚的歉意。”

特斯拉方面表示,客户在离开车辆后致电与我们取得了联系,工作人员随即到达了现场。现场判断车辆的情况是因为车辆12V电瓶蓄电能力下降导致。在与客户接洽并商定对车辆外接搭电后,车辆已开至服务中心进行进一步检测。

特斯拉方面解释称,特斯拉所有车型均配备有车门的物理开门机构。以Model 3和Model Y为例,物理开门机构位于前排两侧车门车窗开关的前侧,紧急情况下向上拉起即可开启车门,该功能在工作人员到达现场

后测试正常。

除了事故频发,特斯拉最近还在召回部分车辆,原因是制动钳螺栓可能松动。6月3日,国家市场监督管理总局发布公告称,特斯拉汽车(北京)有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求,向国家市场监督管理总局备案了召回计划。

决定显示,自即日起召回2019年1月12日至2019年11月20日期间生产的部分进口Model 3电动汽车,共计311辆。2019年2月2日至2019年11月20日期间生产的部分进口Model 3电动汽车,共计423辆。

而在美国本土,特斯拉也因为同样的问题将在美国召回5970辆电动汽车。这已非特斯拉电动汽车第一次召回。2019年9月,美国加利福尼亚州多名特斯拉车主向国家公路交通安全管理局提交请愿书,反映汽车突然加速问题。问题车辆涉及特斯拉Model S、Model X和Model 3车型,共计大约50万辆。

2021年1月13日,美国国家公路交通安全管理局以存在安全风险为由,要求特斯拉召回部分Model S和Model X车型,共计15.8万辆。

据了解,此次召回的车辆包括2019-2021年生产的部分Model 3,以及2020-2021年生产的部分Model Y。召回以后,特斯拉将检查刹车卡钳螺栓是否松动,必要时将更换卡钳螺栓。特斯拉称,如果紧固件松动或丢失造成车辆损坏,特斯拉将安排拖车,并送往最近的服务中心进行维修。

值得注意的是,本次召回的车辆虽然不涉及中国制造的Model 3及Model Y,但涉及少量进口Model 3车型。特斯拉中国已向相关主管部门备案,后者将于近期披露具体召回数量,备案流程走完特斯拉将启动召回工作。

特斯拉还特别强调:“这和近期特斯拉刹车问题基本没有关联,截至目前,也未收到任何因螺栓问题导致的碰撞或受伤案例。”

北京商报综合报道

## 聚焦 Focus

### 中消协发布15款空调“测评”:舒适性指标较好

你家的空调吹风是否感觉舒服?6月3日,中消协发布15款健康类空调产品比较试验报告,14款空调器样品中温度均匀度、垂直温差、温度波动三项舒适性指标较好,但吹风感差距较大,综合拉开了舒适性差距。

此次比较试验的15款样品均为壁挂式空调,涉及美的、三菱电机、日立、松下、海尔、格力、海信、奥克斯等13个品牌,购买价格从每台2000多元到8000多元不等。

如今消费者选购空调时,除了基本的温度调控功能,更多人倾向关注附加了健康理念和功能的产品,如宣称具有自清洁、除菌、新风、净化、舒适等健康功能的空调。

据了解,本次比较试验测试了空调样机的自清洁细菌和自清洁灰尘两项功能,以自洁净率的高低体现样机的自清洁效果。在15款样品中,14款样机在自清洁细菌方面,最高的自清洁率为91.5%,最低的高出20.4%。11款样机在自清洁灰尘方面,自清洁率均在80%以上,总体效果较好。

但实验过程中,有3款样机在自清洁功能启动时室外机无法运转,不能产生冷凝水,不能实现利用冷凝水自清洁灰尘的功能。

据了解,此次比较试验还对舒适性方面进行了对比,其中吹风感一项差别非常明显。

据相关负责人表示,空调吹的风是否舒服,是消费者普遍关注的,未来,空调也应具备相关功能,以达到舒适目标。从结果来看,14款空调器样品中温度均匀度、垂直温差、温度波动三项舒适性指标表现

都比较好,但吹风感差距较大,综合拉开了14款样品的舒适性差距。吹风感最高得分是5分,最低得分是1.82分。

去除室内空气里的细菌是不少空调产品的卖点,也是消费者的关注点。此次比较试验对美的、松下、海尔等5款宣称具有除菌功能的样机进行除菌率测试。检测结果除菌率最高为99.6%,最低为98.3%,除菌效果令人满意。

值得注意的是,具有净化功能的空调,关键部件是滤网或者IFD静电除尘模块。滤网应定期更换,IFD静电除尘模块应定期清洗,否则将成为室内空气污染源,产生二次污染。不同滤网的使用寿命不同,短的1-2个月,根据使用环境污染情况的不同,滤网的使用寿命会不同。

中消协相关负责人表示,本次试验所指健康类空调,是指宣称附加有一项以上健康功能(自清洁、除菌、新风、净化、舒适)的空调。15款比较试验样品均由消协工作人员以普通消费者的身份,从京东、国美、天猫等电商平台随机购买。另外,本次比较试验未对温度调控功能进行评价,主要针对相关健康功能进行评价,供消费者选购时参考。

随着健康概念深入人心,健康功能成为空调产品重要的卖点。中消协相关负责人表示,为保证市场规范发展,保护消费者知情权,选择权,消协组织建议有关行业协会和标准主管部门推动早日出台空调产品健康功能相关标准,以维护市场秩序竞争。

北京商报综合报道