

产业动态

机械工业信息研究院发布
《先进制造业定义与对策》报告

本报讯 机械工业信息研究院近日发布了《先进制造业定义与对策》研究报告。报告将我国先进制造业理解为:应用创新的技术、工艺、材料等要素,并能充分体现先进生产力发展方向的制造业总称。

具体包括三个方面:一是利用先进技术对传统制造业改造提升转型而成的先进制造业;二是新技术催生的新兴先进制造业;三是制造业服务化而出现的新业态、新模式。“需要强调的是,先进制造业的发展重点应根据市场需求和国际竞争态势而不断变化。”机械工业信息研究院研究员鞠恩民说。

报告提出,我国发展先进制造业应突出比较优势,着重关注补齐短板,着力构建良好的制度环境。“当前我国先进制造业发展仍存在创新能力不强,资源利用效率不高,与先进技术、材料、流程等要素融合程度低等问题。”鞠恩民说。

机械工业信息研究院院长李奇表示,中国制造要实现由大变强,不仅要发展一批世界级的“巨人”企业,也需要培育一批长期专注于制造业特定细分领域、能够引领该领域发展并占据市场领先地位的“隐形冠军”企业。

机械工业信息研究院对中国制造业单项冠军企业发展状况进行了基础研究。目前,我国的单项冠军企业主要集中于华东、华南地区,且在长三角、珠三角的一些地区集中产生冠军企业,形成了冠军集群,而东北、华北、西北、西南地区则较少。“未来,注重工匠精神、走专业化道路的单项冠军企业将越来越多。”李奇说。

李心萍

2020年我国高铁里程将达3万公里

本报讯 交通运输部近日制定了《交通运输服务决胜全面建成小康社会开启全面建设社会主义现代化国家新征程三年行动计划(2018-2020年)》,从深化交通运输供给侧改革、高品质建设现代交通运输体系、高层次建设交通创新体系、高要求建设交通安全体系等方面全面部署了“十三五”后三年的交通运输工作。

《计划》明确,在完善交通基础设施网络方面,着力推进综合交通基础设施建设,到2020年高速铁路里程达到3万公里,覆盖80%以上的城区常住人口100万以上的城市;高速公路总里程达到15万公里,基本覆盖城镇人口20万以上城市及地级行政中心;新增沿海港口万吨级以上深水泊位约180个;新增及改善航道约2700公里;民航运输机场基本覆盖城区常住人口20万以上的城市。基本形成以综合枢纽为节点,以高品质的快速交通网、高效率的普通干线网、广覆盖的基础服务网为主体的更高质量互联互通的交通基础设施网络。

《计划》提出,在服务国家重大战略方面,将加快推进京津冀交通一体化进程,构建多层次、全覆盖的综合交通网络,形成京津冀中心城区与新城、卫星城之间“1小时通勤圈”,京津保唐“1小时交通圈”;加强对雄安新区和冬奥会保障,高起点规划、高标准建设雄安新区交通基础设施。

根据《计划》,在推动运输服务转型升级方面,我国将推进跨运输方式的客运联程系统建设,推动航空与城市轨道交通、高铁等方式“一票到底”和“行李直挂”。统筹铁路、公路、航空运输组织、线路衔接、服务产品协调发展,提供高品质城际客运服务。推动城市轨道交通和城市快速公交系统合理发展,因地制宜推进城市公交线路向镇村延伸,推进交通运输与旅游融合发展。

刘志强

浙江理工大学人工智能研究院成立

本报讯 浙江理工大学人工智能研究院成立大会近日举行。中国工程院院士柴天佑和浙江理工大学校长陈文兴一起揭牌。

随着“脑计划”“人工智能2.0”“智能制造和机器人”等科技创新2030战略的提出,我国人工智能领域的研究和技术发展进入了一个新的阶段。浙江理工大学信息学院在近年来的发展中也已经初具规模,面对新一代人工智能发展的机遇,高校要引领我国人工智能领域科技创新、人才培养和技术应用示范,为我国人工智能总体实力的提升和发展添砖加瓦。

此次成立人工智能研究院,正是为响应国家新时代人工智能发展的号召,顺应国家新一代科技革命的重大需求,在学科建设、人才培养方面进行的积极布局 and 探索。接下来,人工智能研究院将面向国际科学技术前沿,重点围绕学校特色学科方向,依托信息学院,进一步推动人工智能相关学科的发展,促进跨学科智能技术及其应用。

浙江理工大学人工智能研究院将密切关注国家人工智能战略,面向国家人工智能技术和应用的研究前沿,通过用人聘人机制、科研机制体制、人才培养模式和组织运行方式的改革,推进学科交叉协同创新研究,并培养人工智能领域的卓越拔尖人才。接下来,研究院将重点开展服装个性化定制、智能穿戴、水下智能机器人、以及大数据与智能软件等方面的研究,力争建成国内一流、特色鲜明的人工智能研究院。朱燕

深挖场景应用
智能家居或迎来新时代

▶ 本报记者 崔彩凤摄影报道



断调整软件,升级系统,同时还要推动硬件升级。提高用户体验。”

许楠认为,目前用户对智能家居的接受度良好,但是市场还待进一步打开,即使有优质产品入市,也不会马上积累起大量的用户。“京东、阿里巴巴等巨头,以及像我们这样的创业公司其实更多的还是在共同教育这一市场。”

不过,在许楠看来,今年是家庭机器人的元年,智能家居也将迎来转机。流量会逐渐从手机转向家庭机器人、智能音箱等智能家居产品。“类似于智能手机最初期,各种应用开始上线手机App一样,未来会有很多家庭场景下的应用搭载在智能家居产品上面。”

语音让交互更便捷
智能家居或将迎来新时代

根据Strategy Analytics的研究显示,2018年增长最快的智能家居产品类别将是智能音箱,如亚马逊的Alexa和谷歌的Google Home等,增长率将达到109%。

智能音箱以其天然的语音交互优势成为现阶段智能家居控制中心。“智能家居其实很多年前就已经出现了。之所以没有发展起来的原因就是因为手机操控。手机操控在远程控制场景中比较方便,但是在家庭应用场景下就显得鸡肋了。家庭应用

场景下,语音交互是最为便捷的操控方式。”许楠表示。

不过,在业内人士看来,语音交互只是智能家居发展的第一步,其真正的价值在于智能化的应用体验。

继今年3月与合作伙伴小鱼在家共同推出智能家居产品“小度在家”之后,百度近日再推自有品牌“小度智能音箱”。据了解,小度智能音箱具有AI功能。百度智能家居团队总经理景鲲称,这款智能音箱能“在使用30天后个性化”,“你(智能音箱)用得越多,它就越了解你。”

作为中国第一台为家庭而生的智能管家机器人,慷宝也采用了最新的AI技术及语音识别技术,不仅具备远场5米的拾音能力,还能清晰识别语音指令。目前,慷宝正在强化语音控制智能家居的能力,用户在家就可以通过语音控制近400种不同型号的智能家电。慷宝管家机器人围绕人们日常关心的“大健康”“大生活”“大教育”三大刚需场景,全方位满足每一位家庭成员的日常智能生活所需。无论是在线医生视频、在线英语教学、听音乐、看电影、玩游戏、多方视频会议,还是实时呼叫物业进行报事报修等多项生活服务,都可以通过慷宝实现。

在未来规划中,慷宝真正要实现的是全屋智能、场景无感化。比如在主人离家的时候,可以设置安防模式。当有陌生人进来

的时候,系统会自动报警;当主人回来的时候,机器人会自动识别,并为主人开门。

业内人士表示,设备价格的下降,引人入胜的用户应用和服务、用户体验的改善以及技术快速发展都将驱动智能家居需求的增长。而经过探索期对消费者的普及,消费者认知提升,2018年之后,智能家居会从探索期过渡到启动期,加之部分玩家受困于资本或技术,会逐渐退出市场或转型,留下的厂商将探索较为清晰的盈利模式。

开放合作 共推行业发展

日益增多的智能家居产品需要有统一的人口及平台对所有的智能家居产品进行管理,而人口与平台的选择将决定用户对其智能硬件的选择,科技巨头看重的便是智能家居生态,以及在智能家居场景下数以万计的用户数据,以及不同场景下的流量入口。

目前,智能家居系统正逐步建立,其中智能家居平台占据优势地位:以京东、阿里为代表的互联网巨头,通过京东alpha平台、阿里智能等平台接入智能硬件产品,已初步搭建起智能家居平台,其智能音箱产品可通过平台对其他智能家居产品进行控制,其他智能音箱厂商也可通过接入现有的智能家居平台实现家居控制。

科技巨头们抢夺的人口及平台其实对智能家居的推广起着极大的促进作用。不过,易观国际分析认为,目前智能家居在国内推广还有一定的难度。首先,消费者消费意识薄弱。智能硬件产品质量参差不齐,用户仍抱观望态度。其次,语音交互技术仍需完善。在多线程、方言等方面,人机交互远远达不到自然流畅的状态,用户体验有待提高。再次,产业资源,缺乏有效整合。绝大部分市场从业者产业链单一,占据技术、内容等优势,无法形成全产业链布局,更多服务和应用需要进一步集成、整合。最后,智能家居连接标准未统一。智能家居系统正处于发展阶段,互联标准尚未统一,产品仍是信息孤岛。

“我们总在讲竞争,其实智能家居从业者之间应该是一个合作共赢的关系。智能家居的市场很大,但是局面并没有打开,这就需要从业者开放合作,共同建立生态环境,推动行业发展,其实目前我们和其它厂商也正是朝着这个方向努力的。”对此,许楠表示。

二手车电商:“烧钱”难持久 盈利靠内功

▶ 梁睿

6月份以来,二手车电商的融资新闻不断。继优信二手车在月初宣布赴美IPO之后,6月6日收车平台车置宝传出完成8亿元D轮融资的消息。在此之前,瓜子二手车于3月份宣布获得8亿美元C轮融资,人人车于4月份宣布获得3亿美元新一轮投资。

短短两三个月间,几十亿元涌入同一领域,这在资本市场上比较罕见。但回头来看,这样的场景,并非首次出现在二手车电商领域。去年初,二手车电商就已经掀起过一轮融资潮。从数据上看,自2015年始,二手车电商平台融资额便开始走高。据不完全统计,2015年至今,全行业融资金额近300亿元。

融资背后竞争加剧

为何这些二手车电商平台融资如此饥渴?融来的钱又去了哪里?

一位业内人士表示,这些钱除了设立分支机构和信息系统建设外,基本上去向有二:一是大力广告营销,二是补贴用户。二手车行业的营销战火在2015年点燃,势头经久未减。无论是电视、网络的视频广告,还是楼宇、地铁里的平面广告,优信与瓜子二手车两家的广告总是相伴相随。此后,在有限的市场空间里,其他各家企业也纷纷加入战团。

艾瑞市场咨询的数据显示,2015年,二手车电商广告投放总额超过8亿元,2016年的这一数字已经达到12亿元。从此次赴美申请上市的优信公布的财报看,其2016年、2017年以及2018年一季度在销售和营销上的投入分

别为7.94亿元、22.03亿元以及6.33亿元,分别占同期总收入的96.2%、112.9%以及97.5%。

营销的另一个途径便是补贴用户,上述业内人士表示,二手车主卖车时,价格仍是首要考虑因素。由于竞争的存在,一些平台为了拉拢客户,私下给车主比别的平台更高的报价以吸引客户。

此外,为了打消二手车主的顾虑,提前锁定车源。有的二手车电商平台还推出了保卖服务。卖家车主可以通过平台的线下保卖店寄售二手车,同时快速获得至少50%的预付车款,平台承诺收到车之后14天内结清尾款。“但保卖业务的实质是将车辆价格下跌风险转移到平台,实质也是一种补贴用户的行为,带有较大的风险性。例如汽车进口关税下调后,特定车型的价格下降过快,开展保卖业务的平台可能形成亏损。”上述业内人士表示。

“想先耗死对方的预期,也成为各大二手车电商密集推广品牌的重要原因。”上述业内人士分析,另一个原因则是资本方的压力,那些想要继续获得融资的二手车平台,即使已经面临较大的亏损,也要不停地打广告推销自己。

“烧钱”难持久 苦练内功是关键

二手车平台大手笔砸钱营销,能否实现快速做大做强呢?一位互联网业内专家表示,“广告铺天盖地,巨额补贴用户,形成用户规模再收割利润”,一直是不少互联网企业取得成功的经验。这些取得成功的企业其用户的交易行为都有高频小额的特点,用户一旦形成交易习惯,轻易不会改变。这意味着经过一段时间的广告投放和补贴后,这些

平台的用户规模即使在不投放广告和补贴的情况下都会维持一个稳定的数字,从而由“烧钱”走向“盈利”。

但二手车交易则不同,其特点恰恰是高频低频时间长,个人用户买卖二手车的次数毕竟有限,能否通过广告和补贴培养用户习惯,也是稳定的用户规模尚待观察。

“资本在二手车电商上的投入已到了中后期,企业的融资机会越来越小,想要获得更多资本青睐,必须提高效率,解决自身的盈利难问题。”车置宝创始人兼CEO黄乐表示,二手车电商行业的新一轮洗牌明年就会到来,苦练内功、提升效率才是二手车电商的成功之道。

黄乐表示,作为专注于全国收车的网站,今年一季度车置宝的成交量和净利润同比增长近400%,其核心竞争力在数据积累、数字化管理和服务流程方面均有提升,由于数字化程度高,二手车买卖需要的咨询服务、呼叫中心、上门检测等线下服务的人员配置相对较少,成本较低。加上有标准的检测报告,买卖双方不用见面,扩大交易范围,降低成本提高效率。

自身效率的提升也让车置宝不断被资本看好,车置宝A轮融资前只在南京布局,随后在苏州、无锡、深圳等区域性布局,B轮融资后开始全国性布局,从4个城市扩张到15个城市。C轮融资完成后,车置宝在不烧钱的情况下实现规模扩张,D轮融资又超募近2亿元。

“2017年中国二手车交易量为1200多万台,今年有望达到1500多万台,但通过网络平台成交的二手车数量仅占一成多。二手车电商的空间还很大。”黄乐表示,但要吃到市场蛋糕,光靠营销手段是不够的,需要在提升自身服务能力上苦下功夫。