

业界传真

北京医疗器械开启“代工”模式
中关村企业获首张许可证

本报讯 近日,富泰京精密电子(北京)有限公司获得了北京市药品监督管理局颁发的医疗器械生产许可证,将为同是中关村企业的博邦芳舟批量生产无创血糖仪。

这是《北京市医疗器械注册人制度试点工作实施方案》实施后的“首张”医疗器械生产许可证,标志着医疗器械注册人制度试点工作下的“注册+生产”模式在北京市正式落地。

据了解,注册人制度是指医疗器械注册申请人提出申请,其样品委托受托人生产并获得《医疗器械注册证》后,成为注册人;注册人委托受托人生产产品并以注册人名义上市,对医疗器械全生命周期产品质量承担相应法律责任的制度。

对于承担此次试点任务,富泰京相关负责人表示,将严格按照《医疗器械生产质量管理规范》的要求组织生产,确保产品可追溯,并接受注册人的监督管理;遵守质量协议的约定,按照《医疗器械不良事件监测和再评价管理办法》的要求,及时向上级监督管理部门报告,同时告知注册人,确保各项工作顺利开展。

林海

北京信息化和工业化融合服务联盟智慧管理专委会成立

本报讯 (记者 戈清平) 在近日举办的中国企业数字化转型管理峰会暨北京信息化和工业化融合服务联盟智慧管理专委会成立大会上,北京信息化和工业化融合服务联盟智慧管理专委会宣告成立。

据悉,北京信息化和工业化融合服务联盟智慧管理专委会由中国人民大学商学院作为会长单位牵头发起创建,首批加入的15家成员单位基本涵盖数字化转型和智能化管理的重要领域。智慧管理专业委员会以“产、学、研、用”一体化为目标,搭建基于数字技术的智慧管理理论与实践创新平台;最佳实践的分享、交流、行业推广与落地平台;为数字化转型升级构建人才培养与培训平台;为企业数字化转型提供顶层设计和系统解决方案,为国家和地方产业政策的制定提供决策建议;努力成为国内一流,具有国际影响力的数字化转型升级智库。目前联盟已经发起成立智慧管理、个性化定制、工业大数据等11个专业委员会和2个CIO工作委员会。下一步,联盟将积极对接政府做好支撑、对接行业做好服务、对接企业做好桥梁,为企业数字化转型和产业发展助力。

华为联合多家企业发布《5G人才发展新思想白皮书》

本报讯 (记者 戈清平) 近日,华为携手中国信息通信研究院和电信运营商、行业多家产业伙伴在线发布《5G人才发展新思想白皮书》。

《白皮书》提出,5G与云计算、大数据、人工智能、物联网等新技术的深度融合,将成为全球经济增长的新引擎。

根据信通院估算,截至今年一季度,全球已有39个国家/地区的5家运营商宣称开始提供5G业务,全球5G用户总数超过6000万,中国用户超过5000万。数据显示,2019年全球5G运营商的移动业务收入总和占全球移动业务收入市场的比例高达62.3%。

不过,《白皮书》提到企业在发展5G的同时也面临诸多挑战。例如企业管理层对5G认知不足、企业需做好转型5G的准备、企业面临人才培养和招聘难题、客户对5G需求及认识不足等问题。

关于5G人才的发展问题,《白皮书》提出,为适应5G+泛行业生态环境的需要,5G+人才发展需要系统化的方法和工具来管理。从评估员工技能转向考核员工的胜任力,这需要组织构建人才资格认证体系。在5G+人才使用方面,一方面要突出个人的意愿,同时采用团队优选相结合,即双向选择模式,促进员工的能力非常规、自驱动学习提升。

“双11”大战正酣 电商新业态呈现新活力

► 本报记者 戈清平

电商梦不死的腾讯在今年“双11”之际敲响战鼓,不仅推出“智慧零售”小程序、“小鹅拼拼”小程序,旗下腾讯微视还推出了“鹅选优品直播节”系列电商直播活动,高调加入这场声势浩大的电商狂欢节。

与往年不同,今年的“双11”大战从10月份就开始打响,这是后疫情时代我国最大的一场电商狂欢节。随着腾讯的加入,整个市场呈现传统电商、社交电商、直播电商、小程序等各种业态厮杀混战的局面,或将把此次电商狂欢节推向新的高峰。

腾讯高调入局“双11”

今年10月中旬,腾讯推出了“智慧零售”小程序。用户只要在10月20日到11月11日期间,进入“智慧零售”小程序主会场即可参与活动,而且在每天4个整点时间段都会有免费抢商品的活动。

据悉,此次活动由腾讯智慧零售、腾讯广告、微信搜一搜三方联手打造,吸引了美妆、服饰、食品等27个行业知名品牌积极参与。

腾讯微视也在今年“双11”期间推出“鹅选优品直播节”系列电商直播活动,通过合作全国数十家知名广播电台,大力推广直播电商。

对于此次腾讯高调入局“双11”,深圳市思其晟公司CEO伍岱麒认为,腾讯搭乘“双11”的“东风”进入电商领域,会与京东、淘宝、拼多多乃至抖音、快手等形成竞争,但也会促使整个电商产业“蛋糕”越做越大,推动传统零售业变革。

中国人民大学助理教授王鹏则表示,参考以往腾讯做电商的经历,虽然此次腾讯非常高调,但效果并不会很大。在他看来,这次“双11”腾讯的加入,主要还是检验其打造的流量、小程序、支付、QQ圈广告、视频号等矩阵形成的商业闭环是否具有更大优势。

各种业态厮杀混战

实际上,腾讯携各种新业态加入“双11”大战,正反映出今年“双11”大战的不同。

伍岱麒表示,与往年阿里巴巴、京东等传统电商唱主角不同,今年各种社交电商平台也推出了很多新的玩法。比如,“小鹅拼拼”小程序看似只是一个小程序,其内部不仅有“小鹅拼拼,来自朋友推荐”的社交推荐享折扣等玩法,

还将互动图文推到公众号中,并与B站账号官方同步联动快手,推出各种视频来推广商品。

一位参与腾讯“智慧零售”小程序的某品牌商相关负责人表示:“如今,私域业态愈发受到零售商的重视,很多品牌已经完成以微信小程序商城为主要交易载体、线上线下相结合的私域业态的构建。”

微信的官方数据显示,小程序用户日活已超过4亿;2020年1—8月,小程序实物商品GMV同比增长115%,品牌商家自营GMV同比增长210%。仅2019年,小程序交易额已经突破8000亿元。

除此之外,直播电商已成为电商领域的一种全新业态,让今年的“双11”更加热闹。

“直播电商由商家或者达人发起,更集中在多个品牌间,属于主动性推荐和销售,对用户产生购买冲击性较大,是目前电商领域最火热的形态。”伍岱麒说。

新场景“八仙过海” 激发经济新活力

那么,今年的“双11”大战,是传统电商的舞台,还是社交电商、小程序、直播电商等新场景的新天地?

微电铺SaaS平台创始人、直播精灵创始人杨航洲表示,今年的“双11”已不再是单个场景的比拼,而是各种场景的合纵联合的比拼。在他看来,目前腾讯拥有公众号、小程序、朋友圈广告及新势力视频号等产品矩阵,可实现互通互联,从电商的玩法和打法来讲,腾讯做电商有更多的玩法和手段。

“同时,微信主打的电商模式以去中心化为主,联合大品牌,KA大客户为主,中小商户为共同发展的电商模式未来有更大的可能性和创新空间。”杨航洲表示。

不过,全球芯智库联席总干事、浙江工商大学教授杨轶清则认为,腾讯重返电商战场其“醉翁之意不在酒”,在于合纵联合,为腾讯系京东、拼多多构筑对抗淘宝、天猫的战略攻防。

“现阶段,淘宝、天猫仍是电商领域最大的平台,再加上阿里系金融、云计算、大数据和物流等系统加持,任何单体的电商平台都无法撼动淘宝、天猫的整体优势。而京东、拼多多、美团等腾讯系电商转化腾讯的流量和人口优势还不够充分,还有很大潜力。他们的整体协同优势,还有待进一步激发。”杨轶

清表示,此次腾讯入局“双11”一方面是通过广告等直接变现一部分流量,但主要是为京东、拼多多等提供战略协同。

此外,直播电商也在此次“双11”期间呈现出旺盛的生命力。记者观察到,不管是抖音、快手还是淘宝等直播平台,其交易额都随着各类主播的呐喊声节节攀高。

近日,权威咨询机构毕马威发布的《迈向万亿市场的直播电商》预计,今年直播电商整体规模将进入“万亿时代”,达到10500亿元,直播在电商市场的渗透率将达到8.6%。

“不管是哪种新场景,都对当前促进经济发展有重要作用。”伍岱麒认为,通过“双11”等各类电商活动来搞活经济是当前政府着力推动的事情,而且政府也在通过电商尤其是直播电商扶贫,这些都会对经济产生深远的影响。

“光棍节”变“双节棍” 再掀网购消费巨浪

► 本报记者 李洋

随着“双11”的到来,网络购物再掀巨浪。

“双11”首轮成果显示:从11月1日0点开始,天猫“双11”第一波售卖到当日1时51分,其成交额已突破1亿元;京东超市11月1日前10分钟成交额同比增长超700%;11月2日,线下市场苏宁家乐福、苏宁百货的进店客流均超过百万,苏宁电器门店的客流也同比增长145%。

“双节棍”提前到来

其实,今年“双11”最大的变化在于消费节奏的变化。

各个电商平台从10月21日就开始了各种预售活动。天猫的“双11”分为两波,消费者可以在11月1—3日、11月11日两个销售期分波购买。淘宝总裁蒋凡称,今年的天猫“双11”全球狂欢季代号为“双节棍”。

10月23日,拼多多上线“双11”大促活动。活动期间,拼多多将以零预付、零定金、无套路的全网最低价直售方式,真金白银击穿底价。

“作为疫情之后最大的消费季,拼多多用这样一场购物盛宴点燃消费者购物热情,增强千万商家的信心。”拼多多副总裁陈秋表示,除去一如既往的“无套路、无惧比价”方式外,今年



图片来源:苏宁集团

“光棍节”变“双节棍” 再掀网购消费巨浪

► 本报记者 李洋

“双11”,拼多多将会引入更多线下工厂、商家、农民参与其中,给各企业提供辗转腾挪的空间,也给消费者更多选择,进一步激发国内市场活力和有效需求。

直播带货是亮点

由于疫情影响,直播带货在今年上半年成为商家去库存的救命稻草。今年“双11”期间,各大电商平台除了延续与各大卫视的合作之外,明星、企业董事长、总裁也来到直播间带货,这将成为平台标配。

据了解,天猫“双11”将有400位总裁来到淘宝直播间,同时还会有300位明星前来助阵;京东方面则会有超300位明星直播、500多场总裁创意直播;苏宁“双11”期间,罗永浩、贾乃亮、欧豪、王祖蓝等大牌明星也将加入。

此外,各大直播镜头还将对准田间地头、车间厂房,市长、县长、乡长们也将走进直播间。在“产地直供”直播方面,苏宁拼购将组织近1000场直播带货活动,采用“村播”+“厂播”+“店播”的方式,通过源头直采,产地直卖、工厂直造,为消费者推介超10万款小家电、生鲜、美妆、服饰等爆款。

“今年受疫情影响,直播带货已成为各个平台新的增长点。”深度科技研究院

院长张孝荣在接受记者采访时说。

同时,他提醒广大消费者:“通过直播带货方式,理论上可以快速推动销售业绩的短期增长,但要注意的是不要为了刷单而刷单,更要注意商品质量和宣传是否吻合,商品承诺的服务是否会打折,不能埋下商业欺诈的隐患。”

回归理性成消费新风尚

此次疫情期间,以网络购物和网上服务为代表的新型消费展现出强大生命力,逐渐成为我国经济发展新动能。

商务部10月29日发布的最新数据显示,前三季度,我国实物网上零售额增长率达到15.3%,占到了社会零售总额的1/4。

与此同时,具有新特征的消费行为日渐走进人们的生活。北京商业经济学会会长王成荣说,当前新消费最大的特点就是理性消费、健康消费、品质消费以及个性化消费。同时,海外消费回流,海浪式消费不会再次出现,时尚消费受到抑制。而这种新特征在今年的“双11”表现尤为明显。

不过,对于消费者的热情,各地政府也提醒消费者保持清醒的头脑,避免囤货,做到理性消费。

紫金山实验室发布 内生安全云平台“莲花哪吒”

本报讯 近日,紫金山实验室发布全球首创内生安全云平台“莲花哪吒”,标志着我国开辟的网络空间内生安全新领域进入应用创新的新阶段。

据了解,“莲花哪吒”是在我国科学家独创的网络空间内生安全新理论指导下产生的最新成果。在解决漏洞、后门等网络安全本源问题上具有独特优势,其自主研发的系列设备和系统,经过多轮全球众测和数百万次网络攻击考验,始终保持“金身不破”。

据了解,今年相关科研团队在厚植内生安全产业生态方面取得了新的重大突破,成功研制了全球首款内生安全以以太网交换芯片,创建了集软件代码开发、异构化编译、多样化执行体生成等功能力于一体的内生安全软件开发环境,推出了领域通用的系列标准化拟态括号基础组件,包括高性能业务分发器、智能多模裁决器、自适应反馈控制器等。

随着基础产业生态的不断完善,紫金山实验室研制了全球首款全栈异构的“莲花哪吒”高性能服务器,在硬件处理器和软件操作系统层面,均支持国产自主研发和国际通用产品的混合配置,可有效保障产业链供应链安全,增强我国网络信息领域应对国际风险挑战的能力。

研发团队人员介绍说,这些系统上线就好比为内生安全提供了一个“DIY”功能,让多个“讲方言、说土话”的异构系统讲“普通话”,让“非标件”变成“标准件”,让用户更灵活、便捷地配置异构资源,有效解决异构冗余系统综合调度难、应用门槛偏高等难题,推动内生安全技术走出实验室、走近千家万户。

中国工程院院士、网络空间内生安全技术与产业联盟专家委员会主任鄂江兴表示,经历了一年多的全球黑客的挑战,证明了它至今依然岿然不动,也说明了内生安全理论是有效的。“我们走的内生安全发展道路是一条新道路,这条路有可能从根本上改变网络空间安全的一个基本态势。”

邵凌 黄蒙 夏敬栋