

车联网重塑汽车行业商业模式

■本报记者 李惠钰

“全球最大汽车市场”与“全球最大移动互联网市场”的邂逅,使得中国成为一块天然且肥沃的车联网土壤。

中国移动中移德电网络科技有限公司技术总监阴启明预测,国内车联网市场在2020年将至少拥有千亿元级的市场空间。他指出,到2020年,中国车联网渗透率有望突破20%,2020年我国汽车总规模将突破2亿辆。

然而,在角逐巨大市场的同时,问题也接踵而至。无线网络的覆盖、海量信息介入下的性能保证、提供令人满意的售中和售后以及用户信息安全及隐私保护等,都是未来布局车联网需要解决的问题。

4S店模式被颠覆

“在智能手机成为当今最重要的移动终端之后,下一个重要的移动终端将是汽车。”长城会副总裁周景龙7月22日在2015中国互联网大会上预言,不久的将来,汽车在造、卖、用、养、换等全生命周期的各个环节,都会因为移动及智能化的普及和冲击而发生大变革。

阿里上汽互联网汽车合资公司首席产品官蔡明进一步解释了车联网如何在这五个环节搭载出未来汽车的新生态:制造环节将从过去的批量生产向个性化定制发展,从闭门造车向用户参与发展,从建设设备向造服务发展;在卖车环节,传统的营销方式会让客户越来越无感,互联网营销则更加灵活和更具渗透性,从而满足用户需求,简化中间环节,优化获得成本;在使用环节,通过互联网为汽车安装与其“强大行动力”匹配的大脑,让用车变得更加智能、便捷;在养护环节,将改变目前信息混乱、手续烦琐、一刀切的现状,让养车变得更加方便、合理;在换车环节,二手车的买卖会更加透明化、合理化,车主不必担心被宰。

“目前种种问题的产生,都是因为人们生活在一个‘信息孤岛’中,这个问题最终只能通过互联网来解决。互联网将把复杂信息整合,将信息孤岛打破,形成一个完整的场景。”蔡明说。

在车联网的冲击下,4S店也无法再独善其身。作为国机汽车股份有限公司副总经理,方竹深刻体会到今年汽车行业的日子特别不好过。“传统汽车行业增速严重下滑,车厂产能扩张过快,造成产能过剩,新车盈利能力严重不足,车厂把产能传递给4S店,也使得经销商的库存量较大。”

方竹称,4S店模式固定资产投入巨大,汽车厂商强势垄断销售、售后各个环节,特别是以BAT(百度、腾讯、阿里巴巴)为代表的“野蛮人”跨界进入汽车行业,都给传统汽车行业带来巨大挑战。

互联网大会热议互联网金融健康发展

本报讯7月22日,在2015中国互联网大会——中国互联网高层年会上,有超过1/3的演讲者来自互联网金融领域,围绕互联网金融健康发展展开了讨论。

近日,央行联合十个部委发布了《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》(以下简称《指导意见》),有人称其为“互联网金融监管规则落地,互联网金融将告别‘野蛮生长’”。

此前,互联网金融,尤其是P2P理财时有平台“跑路”的消息传出,混乱的市场局面让用户承担了“高风险、高收益”,对互联网金融产生“又爱又怕”的心理。

据悉,《指导意见》历经近三年才落地。其亮点是,明确了互联网金融监管思路,依法监管、适度监管、分类监管、协作监管、创新监管等五个原则。

金融工场董事长魏薇分析:“在最新的《指导意见》中,监管层已把互联网金融范畴进行了进一步扩充。除了原有的P2P、众筹外,又增加了网络贷款、网络小贷、网络银行、网络保险等越来越多的生态模式,并将之纳入到互联网金融的范畴当中。”

宜信宜人贷总经理方以涵指出,无论是相关监管政策出台,还是依靠行业自律、行业协会等,最重要的还是要立足平台,做好基本功,用户才能放心地去选择P2P资产。他告诫用户,要投资P2P产品,应先考虑该平台的资产配置、平台是否正规等。

易道贷CEO康文建议,在行业发展处于瓶颈之际,监管层出台了发展指导意见,大致为发展指明了方向,但监管细则还可以更加具体一些,例如对于信息披露内容的要求,可以更具一些。

互联网金融的本质还是金融,人人贷董事长杨一夫表示,其核心还是识别和解决信息不对称以及资金流动过程中的风险问题,并且管理这种风险。互联网金融的未来会向服务与产品倾斜,最终目的是通过更好的金融产品让生活变得更加方便。(李勤 李惠钰)



爱卡汽车是一家专门为用户提供汽车全生命周期的信息和资讯的公司,其平台及互动内容事业部总经理王堃表示,用户去4S店买车,车上贴着油耗的标签,而那只是在理想状态下测出来的数据,而他们通过连续不断地开车测试对油耗作出综合的评定,无限地逼近真实用车的油耗数据,从而满足用户对于真实油耗的需求。

传统汽车行业的商业模式将被车联网重构,这在业内已经成为共识。方竹认为,技术变革将推动商业模式的变革,生产关系必须要适应生产力。现在很多车厂都在探索自己的O2O模式,而4S店将被逐渐分解为以销售为主的“2S”和以售后为主的“2S”。未来,4S店将向着2S+2S+O2O的模式发展。

如何构建高效系统

在中国,由于大众对车联网普遍支持态度,布局车联网就具有得天独厚的优势。阴启明给出一组中德对比数据:对于是否接受付费式车联网服务,74%德国受访者接受,中国的这一比例高达94%;德国消费者平均愿意为每辆车支付车联网费用为200欧元/年,而中国消费者甚至愿意花费500欧元/年。

除此之外,中国布局车联网的优势还在于,中国驾驶者在通勤路上有平均30分钟需要打发;中国驾驶者每年在汽车上的花费(保险、维修)约为3500元,且来源固定。阴启明预计,2015年,中国车联网渗透率将突破10%,而到2020年,渗透率有望突破20%,车联网将至少拥有千亿元级的市场空间。

公司

英特尔的机器人梦想

■本报见习记者 李勤

在合肥刚刚结束的2015机器人世界杯中型组决赛中,北京信息科技大学水之队以4:1的成绩战胜了荷兰埃因霍温理工大学代表队,获得了中型组世界冠军。去年,因为守门员机器人的全景视觉模块无法判断足球在高处的运动轨迹,北信科水之队被对手抓住弱点,与冠军宝座失之交臂。

水之队带队老师王雪雁在7月20日半决赛赛场上向《中国科学报》记者介绍,今年,他们重点突破了守门员机器人在全景视觉模块上的技术壁垒,采用了英特尔实感3D摄像头的全景视觉模块,使守门员机器人感知性能提高了50%-80%,保证了守门员机器人对高空落下的球体做出更加敏锐的反应。

当时,王雪雁站在比赛场上非常有信心,她认为在改进后,水之队能够取得更好的成绩。果不其然,在决赛中,水之队拿回了上一年失掉的“冠军”。

欲构建生态系统

7月21日,在2015机器人世界杯产业峰会主题演讲及随后的媒体访问中,英特尔公司机器人创新中心总经理、物联网事业部副总裁倪健安,英特尔中国物联网事业部总经理陈伟、英特尔中国研究院院长吴甘沙等人对机器人产业,尤其是中国机器人市场表现出浓厚的兴趣及信心。

英特尔相关人士也告诉记者,此次赞助机器人大会也是为了倡导加强产业协同合作,携手机器人产业生态系统加速智能创新。

不过,被问及英特尔是否会打造一款机器人时,陈伟表示,短时间内垂直完整的机器人并不在英特尔的考虑范围内,但是英特尔将发挥原有优势,促进机器人生态系统建设,希望以计算代替复杂的机械操作,降低机器人的硬件成本,促使越来越多的机器人进入市场。

英特尔认为,其架构在加速智能机器人创新方面具有显著优势,能够赋予机器人更强大

如何才能构建高效的车联网系统?首要任务就是要解决传统信息系统的弊端。

“传统信息系统的方式可以称之为烟囱式,有前端和后端,通过管道相连来提供相应的增值业务能力。”在阴启明看来,这种方式存在四大问题:接口非常复杂,每新增一个系统,接口复杂度就会呈几何级的增长;每做一个新应用系统,核心功能就要重复投入,开发效率低且成本高;数据相互隔绝,难以关联和继承;规模越大,软硬件的瓶颈就越明显。

对此,阴启明认为,车联网平台的概念,其实就是把原来系统的应用领域差异化的部分上浮,把供应部分下沉,在用户和应用之间增加了一个可供整个系统所有者去掌控和运用的一个工具。通过乐高式组件,避免了底层通用的这些功能进行重复建设。它的硬件和软件都是通过集群叠加的方式来完成,一旦出现瓶颈,可以通过复制节点的方式轻松解决。

方竹则觉得,2015年是汽车服务的重构元年。未来ERP(企业资源计划)内部管理平台、基于移动互联、移动CRM(客户关系管理)具备车联网功能的全生命平台和电商平台,一定会坚定不移地走向融合,这三大平台的融合将会带来传统汽车行业商业模式的巨大变化。

安全或成软肋

从目前车联网的发展趋势来看,提供更

“在角逐巨大市场的同时,问题也接踵而至。无线网络的覆盖、海量信息介入下的性能保证、提供令人满意的售中和售后以及用户信息安全及隐私保护等,都是未来布局车联网需要解决的问题。

图片来源:mt.sohu.com



多的连接已经成为车辆智能化的一个重要标志。但随着更多车辆接口的开放和更多接入方式的引入,也引发了车主对数据隐私的担忧。

有专家表示,在车与车、车与人通信时,既需要支持点对点、点对多点通信方式,同时又需要支持多种通信技术,并能根据不同的通信距离采用不同通信技术,在这种情况下开展即时通信、社交等应用会传递车辆告警、车牌、位置、驾驶员和媒体娱乐等公开和私密信息。

“车主在享受汽车智能化带来便捷和舒适的同时,这些信息安全问题已经慢慢在潜伏和集聚。”上述专家说。

另外,在车联网时代,智能汽车还面临着被黑客入侵的风险,一旦被入侵或将导致非常严重的后果。

“一旦汽车上网之后,可能被远程入侵,而不需要接近汽车在其内部做手脚。而且,一辆汽车被黑,通过互联网的放大,很有可能造成几十万辆车同时被黑。”阴启明坦言,车联网没有百分之百的安全性,黑客可能会以各种手段对车联网进行攻击。在他看来,车联网信息安全亟须保护,汽车信息安全将成为网络安全的新战场。

除了安全性或将成为车联网软肋外,阴启明还表示,车联网在可用性上也将面临海量接入下性能的保证、无线网络覆盖和性能、令人满意的售中和售后等多重挑战。

简讯

阿里云搭建“淘宝式”云市场

本报讯日前,阿里云在分享日上正式发布云市场,SAS、叠云、驻云、海商等逾百家软件商已签约入驻,预计年内将达到400余家。云市场提供“淘宝式”的软件应用和服务交易平台,用户可以一站式解决云应用和服务的购买、部署和维护。

目前,全球最大软件公司之一的SAS,已签约入驻云市场,向用户提供线上的软件应用销售、交付和运维。此前,软件服务商主要通过线下销售网络售卖软件和服务,交付和运维均需要遍布全国的服务网络支持,运营成本较高,并且运维响应速度较慢。现在,SAS在线上即可对接用户,完成销售、交付和运维,节省人力,提高效率。

云市场上,驻云科技提供了云服务器一键安装、开源软件镜像、云服务器运维和故障处理服务。用户不需了解复杂的技术,通过购买相应的应用和服务,几分钟内即可完成云服务器的部署和运维。叠云则在云市场上,在线提供桌面云的解决方案。

“越来越多的软件商从‘卖光盘、卖授权’的模式,转向基于云计算的‘即开即用、按需付费’模式。”阿里云业务总经理刘松透露,国内外软件服务商均在尝试不同的云上模式,其中不少正与阿里云接洽,预计年内入驻云市场的软件服务商将达400余家。(彭科峰)

掌宝科技发布搜巴新媒体应用

本报讯近日,由重庆掌宝科技有限公司主办、北京掌宝科技有限公司承办、中国传媒大学新媒体研究院协办的2015搜巴新媒体项目发布会在北京举行。中国传媒大学新媒体研究院院长赵子忠、重庆掌宝科技有限公司董事长董因勇等出席本次发布会。

“互联网+”带来行业重新洗牌的机会,从传统媒体到互联网再到移动互联网媒体,广告投放进入大轰炸状态。掌宝科技创始人董因勇正是看准这个机遇,以一款名为搜巴App植入式弹窗广告技术切入广告市场,搜巴App应运而生。

据介绍,在不改变用户习惯的基础上,搜巴首创植入式弹窗广告模式,以用户打接电话的刚性需求作为入口,通过用户免费获益来增强用户黏性,追踪用户消费路径,从而实现商家最精准营销及广告投放需求。搜巴新媒体商业模式表现为:广告主向搜巴购买广告积分;用户看广告得积分;用户通过积分兑换商品、线下消费等。(彭科峰)

CFM向中国商飞交付首台LEAP-1C发动机

本报讯7月22日,记者获悉,民用飞机发动机供应商CFM国际公司和中国商用飞机有限责任公司(中国商飞)举行仪式,宣布将首台CFM LEAP-1C发动机交付给飞机制造商。这台发动机将安装在首架C919飞机上,为飞机的下线和首飞作准备。

据悉,中国商飞于2009年12月选择了LEAP-1C发动机作为其150座级C919飞机的唯一西方产发动机,自此,LEAP发动机项目正式启动。该发动机采用了行业首创的全集成推进系统(IPS)。CFM提供发动机以及由赛公司开发的短舱和反推装置。这些部件,包括由中国商飞提供的吊挂,被设计为相互连接的整体系统,将实现更佳的气动设计原理,重量更轻、更易于维护。(潘玉)



现场展出的Robo1 Bunnyman机器人,应用了英特尔实感技术。

“要实现这种认知能力,计算能力就会要求越高。”倪健安表示,这也是英特尔在未来将继续加强投资的领域,以计算提高机器人自身能力。

而在视觉上,英特尔实感3D摄像头本身带有一个传统的2D摄像头和一个3D景深摄像头,如此一来,全景视觉模块就能够全方位扫描感知区域中出现的物体。他希望,能够借助3D视角,辅以强大的计算,来改进机器人的认知能力。

“想象一下,与机器人的对话,以非常自然的方式进行命令和控制,这是一个虚拟化的自然语言的处理。另外一方面,也是一种以对话理解的方式进行互动。”谈到语言技术,倪健安畅想道。

至于驱动,他则认为机器人必须实现实时性能,即实时响应和精细化控制。倪健安表示,英特尔在当前适用于机器人的商用版驱动器上已进行了大量投资。

“伺机而动”

据了解,除了承办2015机器人世界杯产业峰会,英特尔还独家赞助了在本次机器人世界杯上首次举办的“服务机器人精确测试挑战赛及研讨会”。挑战赛及研讨会致力于推动自主机器人性能的量度测定,并降低服务机器人成本。

在主题演讲中,倪健安强调,“我们需要抓住的机会就是在服务方面”。

“从中美两国的角度来看,服务机器人的

发展将会进一步走向创新的时代,加速这两个国家各个行业的变革。”倪健安进一步强调,“在中国的机器人市场,我们十分关注生态系统的建设,其中服务、教育、工业是关注的三大核心。”

在中国,工业机器人有比较稳健的发展。陈伟指出,“最难判断的是服务机器人”。服务机器人将为应用所引导,目前很难判断是单一应用还是负载多项的应用服务机器人可以占领市场。

而吴甘沙指出,在未来机器人芯片的竞争中,肯定是“八仙过海、各显神通”,也有可能既竞争又合作,也可能在一个机器人身上集中多家芯片。

因此,英特尔给出的策略是“谨慎地随机应变”。“会关注这个市场,根据市场大小决定怎样定制芯片技术,支持机器人的应用,而不是做出芯片后再找适合的应用。”陈伟说。

陈伟解释,英特尔最近的几次收购表现出其对通用芯片和个性化芯片兼容性的思考,如何彻底锁定某些个性化的芯片设计并大量投产,关键还在于市场的发展及成熟。