新动力

中兴通讯建立智慧健康养老云平台

类似中兴健康的同类平台能激活健康养老产业链，为从事养老相关产业的机构、企业或个人提供更多机会

本报讯 记者沈则瑾报道：在日前举办的中国国际养老、辅具及康复医疗博览会上，中兴通讯旗下的中兴健康科技有限公司带来了全球首个智慧健康养老云平台及一系列相关智能终端，开拓了养老产业的新思路。

建立以居家为基础、社区为依托、机构为支撑的养老服务体系迫在眉睫。2014年成立的中兴健康以上海为试点基地，在健康领域进行了战略布局，希望用信息科技助推健康产业升级，结合专业化服务、数据平台、云计算等，为政府、企业和个人提供一站式健康服务解决方案。

以一款首次推出的基于云端算法和传感器的老人行为监护系统为例，该系统采用非侵入式的红外、门窗磁等传感器监控，在发现异常情况后可及时通过中兴健康的后端云平台将报警信息推送到子女的手机app。特别是该系统采用了领先的自学习算法，通过一段时间监测还可以掌握老人行为规律，并在老人行为发生变化的时候给子女报警。

中兴健康从成立起就在海内外进行了初步布局。去年11月，与荷兰国家应用科学研究组织及阿尔梅勒市经济发展局达成战略合作，建立了i-health健康云平台，与瑞典OKEWAY一道协助康复医院建立CARF体系，优化服务流程。中兴健康开展的“长者照护之家”试点，以O2O的方式整合线上和线下资源，围绕社区，打造“迷你养老院”，发展社区托养机构，满足老年人就近养老服务需求。

据中兴通讯股份有限公司执行董事、中兴健康科技有限公司董事长何士友介绍，中兴健康已与上海浦东新区民政局合作，牵头成立了“浦东新区科技助老服务促进会”，打造科技助老平台，建立老年照护服务需求评估系统。

我国健康养老产业还处于初步发展时期，多数政府机构或企业各自为战，缺乏一个开放共融的平台。有关专家指出，类似中兴智慧健康养老云平台这样的平台，能够激活整个健康养老产业链，为从事养老相关产业的机构、企业或个人提供更多机会，整合社会各方力量，共同破解人口老龄化难题。

汽车与互联网正迈向深度融合——2015上海车展传递出的这个强烈信号，是互联网企业和传统汽车企业纷纷发力的创新热点。互联网汽车将给汽车产业带来哪些改变——

互联网企业造车谋“超车”

本报记者 陈 静

汽车领域成了最近阿里巴巴集团持续发力的新领域。4月8日，阿里巴巴集团宣布成立阿里汽车事业部，整合资源向车主提供“看、选、买、用、卖”的全链路汽车电商O2O一站式服务。4月17日，上海通用汽车和阿里汽车事业部宣布将在汽车大数据营销、汽车金融、原厂售后O2O业务和二手车置换等四大领域展开全方位创新合作。而此前，3月12日，阿里巴巴与上海汽车集团宣布共同出资10亿元设立“互联网汽车基金”，并组建合资公司，首款互联网汽车产品有望于2016年上市。目前，包括宝马、捷豹路虎、凯迪拉克、大众、别克、雪弗兰、丰田、本田、日产、现代、福特、奇瑞、吉利等近50家主流车企已与阿里汽车合作。

除了阿里，还有更多互联网企业加速投入到“造车”热潮中。百度CEO李彦宏透露，百度正在研发“无人驾驶”汽车，并在去年9月和宝马签署合作协议；乐视与北汽联手打造的电动化、智能化、互联网化“三化汽车”也在加紧研发；易到用车、腾讯等互联网公司也都争相拥抱“互联网+汽车”。工业和信息化部部长苗圩表示，鼓励互联网公司开发电动汽车，因为它们拥有为汽车行业创造新生产模式的潜力。一时间，汽车行业成为互联网企业蜂拥而入的新“风口”。

据预测，智能汽车未来市场规模有望突破1500亿元，如果加上汽车售后服务以及正在兴起的车联网，相关市场规模将有望突破万亿。

互联网汽车瞄准生态系统

乐视董事长贾跃亭曾表示，用互联网改造传统汽车制造产业，实施互联网智能电动汽车战略，将是我国汽车工业赶超世界的最佳契机。然而，互联网汽车到底什么样？

来自阿里集团的说法是，阿里巴巴集团的电商、金融、数字娱乐、地图、通讯、YunOS等业务，都将整合到互联网汽车项目中，并通过其云计算和大数据能力为互联网汽车装上“大脑”。上海汽车集团信息系统部执行总监张新权表示：“上汽与阿里巴巴共同打造的互联网汽车将会把汽车的全生命周期同用户的体验、需求结合，把汽车变成互联网上的一个结点，同用户的互联网生活圈打通。”这就意味着，就像互联网手机和互联网电视一样，汽车行业与互联网企业的合作同样瞄准的是生态系统。汽车成为了又一个网络终端和入口。

这种期待事出有因。一方面，在汽车驾驶的过程中，平时作为移动互联网入口的手机几乎很难发挥作用；另一方面，汽车本身的移动性让它更容易与线下各传统行业结合，特别是通过物联网技术。阿里巴巴集团首席技术官王坚表示，互联网汽车在改善人与车交流方式的同时，将会向车与车、车与路、车与基础设施的交流方向迈进，人、车、路和基础设施的四维交互成为趋势。一位汽车行业资深从业人员告诉记者：“将来你可以直接用语音问汽车，‘我想吃粤菜，去哪家合适？’你的汽车可以直接根据目前位置、实时路况，甚至目标餐厅附近停车位的状况为你作出选择。”

汽车企业对互联网的期待还集中在流量和用户数据方面。阿里巴巴公关部负责人表示，上汽拥有的庞大的车辆用户信息资源将与阿里掌握的海量交易类、社交类互联网用户数据产生融合。互联网分析人士洪波表示，互联网企业的平台和大数据技术将改变传统汽车行业的研发、设计和营销，同时催生出新的第三方服务模式。

突破概念尚需时日

不过，并非所有汽车企业都对进入互联网充满信心。尽管比亚迪自己也在开发包括智能车联、智能驾驶和智能安全等方面的“互联网+”功能，但其董事局主席王传福却坦言：“互联网造车只是一个概念和炒作而已。”

业内人士表示，互联网对传统产业的改造，根本上来自于“云”（云计算和大数据基础设备）、“网”（互联网和物联网）、“端”（直接服务个人的设备）这三驾马车的齐头并进，而汽车作为“端”的一部分，其本身在产品上的推进并不足以改变整张“大网”运行的效率和深度。

浙江吉利控股集团有限公司董事长李书福就表示，汽车的互联网化，关键是要解决汽车和道路信息化、交通智能化更好组合的问题，而这必须要从汽车技术本身向外延展。

百度深度学习研究院副院长余凯也表示，尽管百度大脑可以实现人与汽车的语言互动、车辆定位和驾驶辅助，但百度的“自动驾驶计划”依然需要10年左右时间。“政府监管和道路设施的网络建设是亟需解决的难题。”

相比手机和家电，消费者对汽车的安全可靠有更高要求，这也抬高了互联网企业进入的门槛。

中国汽车工程学会理事长付于武认为，在相当长的一段时间内，互联网企业与汽车企业之间仍是协同关系。“汽车产品正在向电动化、智能化和轻量化转变，互联网企业对消费者需求把握更及时和准确，传统汽车企业则有较强的技术支撑体系，必须发挥各自的优势，享受协同创新的红利。”

电商竞相发力农村市场

本报记者 祝 伟

在一二线城市消费市场渐趋饱和的情况下，农村市场正成为企业竞争的“蓝海”。日前召开的国务院常务会议明确要求，加大对农村电子商务发展的支持力度。不少电商企业纷纷推出渠道下沉战略。

继去年电商集体下乡“刷墙”之后，近日京东集团农村电商战略再次提速。日前，京东宣布，定位于农村大家电“营销、配送、安装、维修”一站式服务的“京东帮”服务店进展迅速，目前已覆盖全国28个省市自治区的152个地级市、432个县，日均开店量达到3家。“‘京东帮’服务店将主要结合商品、主干道物流、宣传、移动入口的下沉，希望系统解决家电下乡‘最后一公里’的难题。”“京东帮”项目负责人张明对记者表示。

电商竞相发力农村市场，正是看中了农村亟待释放的巨大消费潜力。据阿里研究院预测，到2016年，全国农村网购市场规模有望增长到4600亿元，成为网购市场的新增长点。然而，尽管农村市场潜力巨大，但电商下乡之路却并不平坦。受物流渠道、订单密度等方面的限制，农村地区普遍存在商品配送慢、服务差、价格贵等问题，消费者很难享受到同城市一样的购物体验。为了抢占农村市场，打通工业品下乡的通道，阿里巴巴此前宣布启动“千县万村”计划，苏宁也表示将通过升级原有代购点、新建县级服务站等方式下探三四线市场。

从去年11月开始，“京东帮”服务店开始布局国内乡村，帮助县乡地区从事家电销售业务的传统经销商“触网”。京东采取与当地经销商合作的模式运作，主要承载京东的自营家电业务，依托这些经销商的本地化优势，通过品牌宣传、乡村推广、代客下单等形式，为农村消费者提供配送、安装、维修、保养、置换等全套家电一站式服务解决方案，提升了广大农民的购物体验。

同时，对于县乡地区的传统供应商和服务商来说，“触网”之后，它们无需在农村市场投入和布局，便可以直接对接京东服务网络，从而扩大了自身的经营规模和营业收入，可谓实现了双赢。“根据京东大数据平台的监测，‘京东帮’服务店拉动订单增长较之开店前环比超过105%，这其中农村市场的贡献率超过60%。”张明说。

京东仓储物流部负责人朱政经告诉记者，对于此类服务店，京东每年还将以新开1000家店左右的速度推进，2年内完成“一县一店”的目标。此外，“京东帮”服务店将会陆续增加移动仓库、O2O体验中心、自提点等功能，通过一县一店的“京东帮”服务体系建设，快速完成全国农村市场的网络覆盖。

今年的中央一号文件提出，支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电商平台建设，开展电商进农村综合示范点。中国电子商务研究中心研究员莫岱青认为，电商下乡是大势所趋，关键在于激活农村市场消费潜力。应抓住“互联网+”的政策机遇，通过线上线下的融合，将电商自身的品牌优势和本地经销商的渠道优势结合起来。“目前主要是推动工业品下乡，未来还应促进农产品进城，让电商下乡成为实现消费公平、缩短城乡差距的重要实践。”莫岱青说。

指尖新经济

互联网开启家居产业新模式

本报记者 周明阳

“数联网”是互联网、物联网的升级版，采用数字化的方式实现人、事、物的多维度联接，“互联网+”将成为产业链生态的“联接器”

互联网的发展改变了众多行业的传统商业模式，家居行业也同样面临着巨大挑战。从商家角度看，高成本困扰着家居建材装饰业的终端运营；从消费者角度看，业主装修房子劳心劳力。中国家居行业缺少一个可以让房产商、建材厂家、家具建材商场、装修企业、家居设计师、客户等实现共通共享的应用服务平台。在此背景下，日前数联中国正式发布了“数联网+液态商业”新模式。

数联中国董事长周建中表示，数联中国开创的“数联网”是互联网、物联网的升级版，采用数字化的方式实现人、事、物的多维度联接，“互联网+”将成为一切产业链生态的“联接器”。数联中国总裁杨茗杰介绍，数联中国的数联网平台由数据三维化、空间虚拟化、屏幕玻璃化三大核心技术组成。他向人们展示了数联网模式下的家居生态圈。

一张法式风格的绒面沙发，通过专业的扫描仪最多只需要5分钟就可以变成三维立体模型，可以在电脑屏幕上随意放大、缩小、旋转，每个细节都可以逼真重现，还能通过软件，随意变换沙发的材质、颜色及其他细节的设计。目前在数联中国的平台数据库中，类似的数字化商品已经超过10万个。通过商品信息的数字化采集、应用，不仅能帮助传统企业打通线上线下的数据基础，还大大降低了企业库存等成本，甚至有望实现“零库存”。

家居领域是数联中国空间虚拟化的“突破口”。通过这个平台，消费者不仅可以看到针对不同空间、不同风格的高精度三维设计效果图，图中搭配的任意一款商品也都可以直接点击链接到更多的场景、应用，最终实现成套设计、购买以及个性化的定制设计服务。

随处可见的玻璃是“数联网”另一个强有力的法宝。依托与瑞典理工大学研发团队合作的光电技术，附有一层特殊膜的玻璃可变为具有显示功能的屏幕。杨茗杰说：“玻璃屏幕化，将会改变陈列展示的方式，以适应数字化时代的要求；改变互动导购的方式，以适应体验经济的要求；改变营销传播的方式，以适应自媒体的要求；改变销售渠道的形态，以适应云商时代的要求。这将形成新的‘液态商业’模式。”

全通教育布局“互联网+智慧教育”

本报讯 记者庞彩霞报道：据一季报显示，在沪深两市上势如黑马的“全通教育”，今年一季度营业总收入为4911.44万元，比上年同期增长30.24%。广东全通教育股份有限公司副总裁杨帆表示，全通教育将围绕公司战略和行业布局积极进行产业整合，以全课网为核心，打造“互联网+智慧教育”。

作为中国教育第一股，全通教育专注于中国基础教育领域的互联网应用和信息服务运营。去年，全通教育积极拓展全国服务区域，通过与各地教育主管部门共建智慧教育新模式、与基础运营商深度合作、以O2O模式服务垂直行业应用、为老师提供互联网应用工具和服务等多种路径，打通面向教师、学生和家长入口，持续获取用户流量，实现了跨越式增长。2014年，公司实现总营收1.93亿元，同比增长11.8%，实现净利润4487.74万元，同比增长6.87%。其中，在线教育平台全课网业务营收同比增长约70%。

杨帆表示，全课网是全通教育“互联网+智慧教育”战略布局的核心。截至4月21日，已有近2418所学校、约4.2万名老师、超过181万名学生、超过378万名家长在使用该平台。未来，全通教育将围绕家长、学生、教师的不同需求，打造产品矩阵，以全课网为载体，可实现“按需定制”的一站式解决方案。

据杨帆透露，全通教育还将通过外延并购、整合产业链，进一步布局“互联网+智慧教育”，继续扩大其竞争优势。

中国制造2025智能工业创新联盟成立

本报讯 记者孙潜彤报道：日前，沈阳机床、神州数码、清华电子商务交易技术国家工程实验室、工信部电子工业标准化研究院、西安交通大学、同济大学、上海理工大学、许昌远东传动轴公司、襄阳汽车轴承公司等共同成立“中国制造2025智能工业创新联盟”。联盟成员将围绕单元智能技术、行业应用技术、信息管理技术、数据交互标准和规范、电子商务、智能化工厂、智慧城市、数字金融等领域开展相关研究和实践验证。

沈阳机床集团还与神州数码、光大金控共同成立创慧投资管理有限公司和智能云科信息科技有限公司，探索装备制造行业“互联网+”的经营模式。同时，通过创新商业模式、推动智能产品升级，实现从工业制造商向智能制造全面解决方案提供商的战略转型。

本版编辑 来 洁 梁剑箫