

新闻眼

全国首个跨境电商产业联盟成立

本报浙江金华5月31日电 记者肖尔亚报道:日前,商务部外贸发展局、中国电子商务协会、浙江省商务厅和金华市人民政府联合主办的2015全球跨境电子商务大会在浙江金华召开,会上成立了全国首个“跨境电商产业联盟”。

跨境电商,解决的是商品间的跨境流动。而目前发达的互联网技术让世界各国的厂商可以直接面对全球的消费者,高效的通关流程更让商品更快速抵达消费者手中。据商务部预测,2016年中国跨境电商进出口额将增长至6.5万亿元,年增速超30%,跨境电商很可能成为下一个产业爆发点。

中国最大跨国电子商务交易平台大龙网集团副总裁刘挺翔在会上表示,跨境电商是“买全球、卖全球”,通过“互联网+”的方式做外贸,“实际上,我们要做的事情就是通过互联网让外贸电商化,以及让电商外贸化,两者缺一不可。”

为了解决跨境交易中的语言问题,大龙网针对商业专业术语做了一个70国语言的APP,支持各地方言和语音、文字等,供广大商户免费下载;为了解决物流问题,大龙网开发了“云库房”,平台合作商家只需将产品发送至云库房仓储中心,当顾客下订单时,便能进行收货、分拣、质检、打码、仓储、配送等一系列服务,并满足客户的定制化需求。以大龙网在乌克兰首都基辅建设的乌克兰云库房为例,中俄原本需要60-90天的货运时间被缩短到最短3天至5天。

相比出口电商,进口电商近年来的发展势头更被国内消费者关注。京东集团副总裁李振广表示,过去5年,整个跨境电商的进口业务以及复合增长率在100%以上,预计在未来3到5年时间,跨境电商会达到万亿元规模。

中国联通启动4G业务转售

本报北京5月31日讯 记者崔国强报道:中国联通日前携手虚拟运营合作伙伴在北京召开“合作共赢、创新发展——中国联通4G转售启动暨试点工作推进会”。据中国联通监管事务部总经理周仁杰介绍,中国联通将在7月向虚拟运营商开放4G网络服务,为转售企业的用户提供更加快捷、方便的上网体验,为合作伙伴加深自身产业与新兴信息技术的融合、进行业务形态的创新提供更为广阔的空间。中国联通将对3G、4G转售实行一体化资费,用户升级4G无需换卡换号,与中国联通合作的虚拟运营商可灵活设计和包装4G产品,自主为用户开通4G业务。

中国联通将从7月起推出多项业务举措激励转售业务进一步发展,包括下调国内数据流量业务基准价格、对国内数据流量进行持续促销、为不同类型虚拟运营商量身定制差异化的业务优惠政策、丰富转售业务的合作模式、开放模组套餐转售等,为合作伙伴提供更多的选择和创新的可能。合作伙伴可结合自身发展需要自主选择,推动转售业务的快速、规模发展。

首个先进制造业出口示范区获批

本报上海5月31日电 记者刘松栢报道:国家质检总局日前在上海宣布,上海浦东金桥先进制造业出口产品质量安全示范区正式获得国家质检总局批准。这是上海地区首个“国家级出口工业产品质量安全示范区”,也是全国首个以“先进制造业”命名的示范区。

与此同时,上海国检局发布了支持金桥先进制造业发展的10条检验监管便利化措施,在贸易便利化、打造先进制造业和助推区域发展等3个方面,着力为金桥开发区营造更加优越的综合发展环境。这些措施包括对示范区企业出口商品免于监督抽查、对示范区企业实行检验检疫无纸化通关、对示范区内政府协议装运前检验工作实施验证监管等。

金桥开发区拥有上海规模最大、技术水平最高的工业产业集群,区内汽车、电子信息、智能装备制造等支柱产业迅速发展。据预计,示范区至少40家企业将享受免验和相关配套政策,涉及金额50亿美元,进出口检验检疫时间可缩短50%。

本版编辑 韩叙 李景

智能硬件:热度有余 创新不足

本报记者 陈静

透视

如今,包括可穿戴设备和智能家庭产品等在内的智能硬件已经成为物联网产业中最活跃的部分。然而,在一片“莺歌燕舞”中,资本市场却保持了谨慎的观望情绪。专家表示,智能硬件产业发展迅猛,但仍存隐忧,产品创意雷同、用户体验不好是硬伤。未来,应在差异化发展、简单操作、互联互通等方面发力



防丢、来电通知,说到底就是缺乏颠覆性的功能。”

从品类来看,目前智能硬件产品品类相当集中:智能手环、智能手表、智能插座、智能摄像头几乎占据了90%以上的智能硬件产品份额,厂商在同质化竞争的“红海”中苦苦搏杀。

为何智能硬件产品如此集中?投资机构志成资本CEO冯玉麟坦言,目前只有这些品类能解决一些实际问题,其他智能硬件往往只能提出问题而不能解决问题,“比如很多检测空气质量的智能硬件产品并没有净化功能。这就让智能商品无法获得用户的‘刚需’,用户黏性差。”神奇工场CEO陈旭东认为,智能硬件产品还需要解决方便操作的问题,“现在用户通常要面对复杂的操作,普通用户并非都能快速上手。”

在阿里巴巴智能云产品经理杜海涛看来,智能硬件单品未来的发展依然要回到产品本身,“并不是只要能用手机控制就算是智能硬件,比如烤箱,应该让用户产品需求直接转换成代码,比如自动确定原料的品种、分量和烘烤时间。”也有专家建议,“一切产品的前提都是有用的,要能够真正解决问题,智能硬件要在‘好用’上多下功夫。”

对于智能硬件产业来说,解决问题的另一渠道是“聚沙成塔”,通过平台集中操控和数据,产生产品间的联动性和新的商业模式。

而平台建设显然不能依靠势单力孤

的硬件厂商,传统家电厂商和互联网厂商都在切入这个市场。从传统厂商来看,海尔、美的都发布了自己的智能家居系统,并争取了诸如魅族、小米等手机厂商支持,格力则干脆为了推广智能家居做起了手机。

如果说传统厂商的优势在于巨大的产品基数,那么互联网厂商入局智能硬件平台的优势则在于流量。腾讯在上月发布了从底层打通智能手机和智能硬件的TOS+;阿里巴巴则将旗下的淘宝众筹、天猫电器城和智能云组成了智能生活事业部;京东也提供了自己开放式的物联网协议。数字家庭产业与应用促进中心副秘书长冉浩表示,无论传统家电

还是互联网厂商,建平台的首要目的就是在标准上占据先机,“谁声音大,谁就能争夺到更多的加盟伙伴。”

尽管梦想很丰满,但到底不同智能硬件互联互通能产生怎样的附加值,还需要实践证明。为此,互联网厂商甚至还在尝试与房企合作。小米科技董事长雷军此前接受《经济日报》记者采访时表示,小米对智能硬件的战略是“连通一切”,“投资美的正是这一战略的延伸,未来还会通过智能家居与房企合作。”360则宣布与华远地产合作,将包括社区及家庭安全智能管理系统、家庭个性化安全服务、第三方合作产品等智能家居产品应用与华远置业的多个项目中。



@想吃鱼的喵杏仁:我的小米手环除了官方APP外,其他所有绑定软件通通不能接入,不能同步数据,希望能有所改进。

@早已看穿一切的大汪:我认为小米拉低了智能硬件的售价,让更多人以低价体验更好的智能设备,实乃国产良心产品。

@libby玩皮志:智能硬件时代,硬件做得尽量没有存在感比较好,用户要的是内容,不过,具体还得看市场反馈。

@追Design:智能硬件绝不会局限于已有的产品,智能手环已是昨天,更垂直的产品才是未来。(经济日报法人微博提供)

乳品企业携手科研机构渐成趋势

本报记者 林灿灿

走市

近日,黑龙江飞鹤乳业有限公司与中国营养学会、哈佛大学医学院等机构一起,在北京启动了“妈妈和我的1000天”中国母婴健康研究项目,旨在通过研究母婴营养和健康状况,为乳制品特别是婴幼儿配方奶粉的升级提供科学支撑。

最近一段时间以来,国内乳制品企业纷纷走向海外,牵手国际科研机构的步伐不断加快。不久前,伊利集团与欧

洲生命科学领域顶尖学府荷兰瓦赫宁根大学签署合作协议,双方就“食品安全早期预警系统”和“母乳数据库”达成了合作协议。2014年,蒙牛旗下的雅士利国际也与爱尔兰大学旗下的研发机构达成战略合作协议,双方携手推进婴幼儿、孕妇营养方面,以及婴幼儿成长等领域的研究开发工作。

国内乳制品企业纷纷“出海”联姻国外院校和科研机构,是企业发展的战略需要,还是商业营销噱头?

“婴幼儿奶粉生产并不是简单的食品工业,需要有非常专业的技术和科研

基础做支撑。”专家说,飞鹤乳业与哈佛医学院合作,成功搭建了产学研相结合的研发平台,并启动“妈妈和我的1000天”。此举主要目的是将产品研发向纵深推进,使基础性研究在企业长期发展战略中的价值得到更加充分的体现。

飞鹤乳业总裁蔡方良介绍说,经过多年努力,飞鹤乳业的全产业链体系已趋于完善和成熟,国内乳制品行业也进入转型升级新阶段。因此,飞鹤乳业有必要将发展重心从继续完善产业链布局转向全面提升企业核心竞争力。

“总的来看,我国乳制品行业正处在

从跟风模仿向创新发展加速转变的阶段。乳制品企业联姻科研机构的意愿明显比以往强烈得多。”长期关注乳制品行业的资深乳业专家宋亮分析说,依托巨大的消费市场,我国乳制品行业已经历了20多年的快速发展。不过,在这一发展进程中,我国乳制品行业一直走模仿路线,从未在真正意义上超越洋奶粉。随着中国乳业进入新的发展阶段,乳制品企业不应再一味地追求发展的速度,必须加速调整观念,把更多精力放在追求发展质量上,不断加大技术创新的力度,缩小与进口乳品的差距。

宋亮指出,研发能力将决定企业未来发展的成败。我国乳制品企业在基础研究领域相对落后,通过与欧美国家一些先进的研发团队和机构展开深度合作,可以帮助企业提升产品的技术水平,加快推动产品创新,缩小与国外在产品工艺、质量等方面的差距,也能为企业加速向国际化迈进奠定基础。

激活中国特色的“数字经济”

浪潮集团董事长兼CEO 孙丕恕



“数字经济”,是以新一代信息技术为基础,以海量数据的互联和应用为核心,将构成社会运行基石的传统产业,通过互联网、物联网相连接,把数据资源融入产业创新和升级的各个环节,变革传统产业运行方式和价值输出模式,建构新的高效、智能、便捷的社会运行方式和生活方式的新经济形态。中国特色的“数字经济”的主旨就是,释放传统产业无穷潜能,将经济形态从要素驱动、投资规模驱动发展为主,转向以信息技术创新驱动发展为主,促进研发、生产、输出环节的提质增效全面升级。中国特色的“数字经济”,意味着从现在的“两化”融合、“多化”融合,发展成为数据“融入”一切产业,意味着对传统产业发展模式进行全面重构。

发展中国特色的“数字经济”,我们要

在已有的基础上,把握好新的天时、地利、人和三大关键方向。

天时,就是加强信息化基础设施,构建“数字经济”根本环境。关键是建立以数据应用为核心的云计算中心平台,让各个孤岛在统一的数据环境下运行。例如,“一带一路”建设不仅包括传统的交通、能源网络建设,还通过建设和运营云计算中心,推动相关国家紧密连接我国经济政治体系。

地利,就是推进政府数据开放,盘活公共数据资源,提供“数字经济”的市场环境。目前,浪潮与国内一些城市在数据整合和开放方面进行了一些成功实践。例如为青岛市政府搭建了全国首个政府数据开放平台,目前已经开放了226项政府数据;为广州市政府数据开放提供规划咨询服务,梳理开放数据目录,成为全国第

一个购买数据咨询服务的城市。

人和,就是让企业成为“数字经济”的价值主体。在中国特色的“数字经济”环境中,企业将成为数据资源的应用者和实现创新价值的主体。

不论“互联网+”、中国制造2025还是“两化”深度融合,它们都将成为发展中国特色“数字经济”的组成部分,成为我国新经济新常态下的创新力量,推动新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新,发展壮大新兴业态,构建传统产业增长点,打造中国经济结构和增长方式的升级路径。

企业家说

Advertisement for Zhongke Huiyuan's portable solar smart street lights. Text includes: 中科恒源 便携式太阳能智能路灯, 大大亮 幸福灯, 火爆招商, 投入低 风险小 市场大 创富快, 建设美丽中国 缩小城乡差距, 中科恒源科技股份有限公司, 财富热线:400-117-9559.