腾讯拥抱产业互联网——

从C端向B端“迁徙”

经济日报·中国经济网记者　陈　静

慧眼观企

“产业互联网”是过去半年多时间里腾讯公司董事会主席马化腾反复提及的一个关键词。比如，他曾表示，“产业互联网的春天才刚开始”；后来又说，“互联网下半场是产业互联网，腾讯基于此也作出了战略调整。我们提出扎根消费互联网，拥抱产业互联网，立志做各行各业的数字化产业助手”。

去年9月30日，腾讯开展了“近7年以来最大的战略转型”——在第三次组织架构调整后，成立了新的云与智慧产业事业群。这个整合了腾讯云、位置服务、安全、大数据等基础能力的事业群被视为腾讯全面拥抱产业互联网的“对外窗口”。

作为在互联网“上半场”笑傲风云的巨头，腾讯将如何用好自己在消费互联网上取得的经验，将过去面对个人用户的经验“迁徙”到为企业服务上去？在日前举办的2019腾讯全球数字生态大会上，这张巨大的产业互联网蓝图揭开了面纱。

两网融合的“超级连接”

大会上，腾讯公司微信事业群副总裁黄铁鸣讲述了这样一个故事。在屈臣氏，营业员已经开始用企业微信添加顾客微信了。在顾客的微信中，屈臣氏展现的是一个带有“企业认证”标志的专业形象。这样一来，不仅新添加的客户关系会自动同步到屈臣氏的客户管理系统中，即使员工离职，这些顾客关系也可以被顺畅地分配给其他员工。

这个故事正是腾讯拥抱产业互联网第一步的写照，即通过微信和手机QQ这样的“超级入口”，实现消费互联网与产业互联网的“超级连接”。正如腾讯公司总裁刘炽平所言：“微信和QQ平台已成为各行各业有效触达消费者的最大平台和数字连接器，这种能够有效连接起个性化需求与规模化生产力的方式将创造出很多新的商业模式。我们希望探索两张网的创新和融合。”

在腾讯公司智慧零售负责人林璟骅看来，如今正在实现的是“现有业态的客流数字化”，也就是让线下流量通过线上方式产生价值。比如，在万达广场，用户可以在多样化场景中打开微信小程序，获得推广、导购、个性化优惠等服务；在拥有VERO MODA、ONLY、杰克琼斯等服饰品牌的绫致集团，导购在线上与用户“产生连接”，林璟骅表示，“目前有20%的业绩发生在关店时间内”。

又比如，传统商超步步高集团在今年“5·20”期间利用数字化方式在长沙玩了一把“我爱你小龙虾”，一天就卖出了价值100万元的小龙虾，其中60%在线上完成。步步高集团董事长王填这样描述“客流数字化”带来的变化：“步步高的数字化会员已经达到820万，明年的目标是突破2000万。从2013年到2018年，我们的来客数受线上零售的冲击，每年下降1%至2%，但今年1月至4月来客数不降反增。这个增量来自于线上线下的融合，与腾讯的赋能分不开。”

不过，需要清醒认识到的是，客流数字化同时意味着目前对传统零售业的改造仍主要集中在营销环节，很明显，消费互联网与产业互联网的融合不能仅止于此。美团点评高级副总裁王慧文坦言，消费互联网与产业互联网之间的融合就像“火车与坦克的接轨”，营销之外的领域也需要“触网”而变。王填则表示，智慧零售更像是一种算法，可帮助企业实现可复制、可高效执行的发展策略。

无论C端B端，核心都是人

在云南省沧源佤族自治县，5000多名儿童用上了腾讯少儿编程平台“扣叮”。统计显示，截至目前，腾讯教育累计服务了1.5万多所学校、全国300多个地方的教育局以及7万多家教育机构，服务用户数超过3亿。

“以前，大家对腾讯教育的认知比较零散。去年9月份，我们进行了组织架构调整，将过去散落在6个事业群中的20个教育产品重新梳理，形成了统一的‘腾讯教育’业务板块。这个全新的业务板块可以向个人、学校、教育机构、教育管理部门提供智能连接、智能教学、智能科研和智能管理。”腾讯公司高级执行副总裁、云与智慧产业事业群总裁汤道生表示。

拥抱产业互联网意味着服务对象从个人变成了组织，“并口归集，统一指挥”是架构上必不可少的一步。不过，在C端（用户端）积攒的资源和优势中，哪些能够“迁徙”到B端（企业端）？

连接着众多用户的“超级入口”，比如拥有11亿用户的微信，显然是重要的资源。这会让B端与C端的连接门槛更低，效率更高。腾讯公司副总裁丁珂表示，在医疗领域，截至今年5月，已有超过3.8万家医疗机构拥有了自己的微信公众号或者是小程序，60%的医院为患者提供了微信生态上的各类智慧医疗服务，包括挂号、缴费、查询服务等。过去1年间，约有1.1亿用户使用了微信上的各类医疗服务，其中近2000万用户开通了微信医保支付，月活用户近500万。

此外，长期服务于个人用户“锻炼”出的技术也能“迁徙”。腾讯教育副总裁王涛举例说：“我们早先已经推出了针对个人用户的少儿英语产品ABC Mouse。其采用的人工智能技术通过服务个人用户得到大量训练，可以识别学生读英文的流畅和准确程度。这样的技术完全可以服务于学校的教学应用，为老师提供帮助。所以，不能用模式来简单切分一种技术究竟是该服务C端还是B端，我们看重的是互通性和共享性。”

说到底，无论服务C端还是B端，最终都要落实到人，也即准确把握用户需求。“过去20年间，腾讯持续服务C端用户，这意味着我们对C端用户的理解、服务经验、产品能力可以为所有合作伙伴带来价值。”腾讯公司副总裁钟翔平说。

面向未来的技术引擎

“拥抱产业互联网，不仅意味着要帮助传统产业提高效率，还要通过前沿技术赋予其转型升级的路径，这是腾讯此前没有尝试过的。”腾讯公司副总裁姚星表示，目前腾讯已建立起两大实验室矩阵，其一是人工智能实验室矩阵，包括致力于全面基础研究与应用的腾讯AI Lab（人工智能实验室）、基于视觉的腾讯优图、基于语音与自然语言理解WeChat AI等实验室；其二则是基于前沿科技的实验室矩阵，涵盖机器人、量子计算、5G、边缘计算、IoT和音视频技术等。“腾讯会在这些前沿技术上持续投入，努力打造面向未来的技术引擎，推动产业互联网进入发展快车道。”姚星说。

在人工智能方面，对一二产业在生产环节的提升最引人关注。姚星说：“比如，以前要检测生产线，首先要拍摄照片，然后再靠人力分辨合格或缺陷产品，现在我们可以把这项技术交给人工智能了。机器自动识别检测的准确率能达到90%，而且还可以节约50%的人力资源。”

更让人意外的是人工智能对农业的提升。在传统认知中，第一产业“触网”的主要形式集中于电商销售渠道。不过，这种认知已经过时了。腾讯人工智能实验室首席研究员罗迪君告诉记者，在荷兰瓦赫宁根大学举办的首届国际人工智能温室种植大赛上，腾讯人工智能竟然种起了黄瓜，而且凭借每季度24公斤/平方米的产量获得了AI策略第一名、总分第二名的好成绩。

人工智能怎么种黄瓜？“原理其实就和智能制造中的仿真技术差不多。我们建立了一个与真实温室尽量接近的仿真系统，用传感器和控制器训练人工智能，通过大量训练得到一个控制策略。然后，依靠这个策略，用人工智能控制真实温室中的传感器和控制器。在真正种植前，我们做了超过30万次实验。从产量和利润来看，人工智能已经能和人类顶级种植专家媲美了。”罗迪君表示：“目前我们正在开发更有弹性的算法，让人工智能以很低的学习成本从一种作物迁移到其他作物。”

而在腾讯量子实验室，负责人张胜誉正在忙着调研制药企业，试图将量子技术应用于化学研究与制药行业。“我们在小分子药物研究过程中引入人工智能模型，帮助传统药物研发流程升级，提高药物研发效率。此外，我们还从化学入手，开发了一个云上的计算平台。通过量子化学云平台，传统企业科学计算的门槛将大幅降低，希望未来能够催生一个基于云计算的科学计算生态。”

生意经

宁夏兴拓现代农业科技发展有限公司：

当好农民的『全职保姆』

本报记者　拓兆兵

初夏时节，位于宁夏中卫市沙坡头区柔远镇刘台村的宁夏兴拓现代农业科技发展有限公司一派繁忙景象。刚刚为一家农业合作社送完肥料回来的公司董事长拓万府说：“我们的工作就是为农民做好全套服务，努力当好农业和农民的‘全职保姆’。”

今年53岁的拓万府种过地、开过矿。2003年一次偶然的机会让他接触到化肥行业。当时市场上的化肥产品品种少、价格高，而且还经常有假货。看到这种情况，他决定转行经营农资，为农民提供平价的优质化肥。

于是，拓万府承包了中卫市永康镇农村供销社的一家小农资经销店，贷款购置了两台三轮农用运输车，并与一家大型化肥厂谈拢，以出厂价购置化肥。

“当时，其他农资店都是坐等顾客上门，只有我送货上门。”拓万府回忆说，由于质量优、价格低、服务好，他的经销店很快打开了局面。此后，他又在中卫城区建立起“农资超市样板店”和“生产资料配送中心”，实行联储联销统一配送。

2005年夏季，全国出现了大范围的化肥供应紧张局面，化肥价格猛涨。此时，手握中石油宁夏石化公司“昆仑”牌尿素中卫地区代理销售权的拓万府毅然决定“不涨价”。每天，近百吨平价尿素从他的手中流入各乡镇化肥经销点，此举也为他赢得了良好的信誉。此后不久，他便创办了全自治区第一家民营农资公司。

近年来，随着我国农业现代化的不断发展，传统农业种植方式发生了重大变革，农业经营服务模式也发生了深刻变化，科技种田和社会化分工协作成为趋势。看到这一趋势，拓万府决定投资近千万元在中卫沙坡头区宣和镇新建测土配肥车间、农民培训教室、化肥仓储库房和终端农资超市分销店，并整合了350家农资物流配送中心。此外，他还发展果农种植户112家入股，开办了中卫市兴拓农林服务专业合作社，为农民提供从播种到收获全过程的“保驾护航”服务。

2016年，公司又在柔远镇刘台村建成了中卫市兴拓现代农业社会化综合服务站，并于2017年建成宁夏首个粮食产后服务中心。其中，服务站采用“龙头企业+基地+农户+机械联盟”运营模式，粮食产后服务中心则为种粮农户提供“代清理、代烘干、代储存、代加工、代销售”的“五代”服务。至此，公司基本实现了“成为农民农业‘全职保姆’”的目标。

统计显示，目前该公司总资产达2亿元，年销售额过亿元，服务网店760多家，通过服务中心直接带动8000余户农民种植优质粮食3万亩，有力促进了宁夏平原农业升级和农民增收。企业先后被评为“自治区农业产业化重点龙头企业”“十佳农业新型经营组织”，并获得国家级“守合同重信用”称号等荣誉。

展望未来，拓万府表示：“现代农业大有可为。未来，我们要继续服务好农业和农民，推动农民增收、农业发展、农村稳定。以实际行动支持乡村振兴战略。”

深圳关区288家企业入选中国外贸出口先导指数样本

本报讯　记者杨阳腾从深圳海关获悉：来自深圳关区（含惠州）的288家企业入选中国外贸出口先导指数样本。同时，深圳关区新一轮外贸出口先导指数企业调查工作正式启动。

据了解，中国外贸出口先导指数是一个对未来2个月至3个月出口形势具有预测预警作用的综合指数。目前，该指数样本已在国家统计局备案并被纳入中国宏观经济统计体系。按照国际惯例，该指数以数值表示，数值大小与出口形势呈正相关关系。数值扩大表明我国未来2个月至3个月的出口形势趋于乐观，反之则表明出口将面临一定下行压力。

据了解，2019年为该样本企业轮换年。全国约3000家出口企业成为此轮样本企业。轮换前深圳关区样本企业为271家，本次轮换后的新一批样本企业为288家，约占全国样本总量的十分之一。

图为华菱星马汽车集团员工正在装配具有自主知识产权的电动汽车。华菱星马汽车集团位于安徽省马鞍山经济技术开发区。多年来，该集团始终坚持创新发展，新能源汽车攻关取得突破性进展，并在纯电动汽车研发领域走在行业前列。

胡智慧摄（中经视觉）

访谈

有所为，亦要有所弃

——访腾讯云与智慧产业事业群总裁汤道生

本报记者　陈　静

从去年9月30日第三次架构调整算起，腾讯云与智慧产业事业群总裁汤道生已经执掌这张产业互联网蓝图8个月了。作为腾讯拥抱产业互联网的“大管家”，他这8个月都做了什么？腾讯又发生了怎样的变化？

记者：应怎样看待“产业互联网的大幕已经拉开”这一判断？

汤道生：有一些趋势已经非常明朗了。其一，市场正在从人口红利驱动转向创新驱动阶段，传统企业发展模式已经难以为继；其二，营销模式正在从流量驱动转向口碑驱动。这意味着，企业需要可控的用户触达路径，以信息不对称来获利的商业模式一定会被价值导向模式取代；其三，新兴技术正在从概念走向落地。随着5G、物联网、人工智能等技术不断成熟，企业数字化升级早已超出了“造概念”的范畴，未来的关键在于解决实际问题。产业互联网是一个贯穿研发、生产、组装、流通、服务全周期的形态，唯有各个环节都完成数字化改造，打通价值链，才能从根本上提升效率，实现产业“进化”。

记者：如何整合腾讯散落在各个事业群的服务B端的能力？

汤道生：从定位来看，云与智慧产业事业群是腾讯拥抱产业互联网的“对外窗口”，其它事业群则是强大的“火力军团”。现在，各个业务团队都会主动找到我们，探讨如何将业务能力对外输出。尽管我们的产品可能来自腾讯的多个事业群甚至外部的合作伙伴，但最终面向企业客户的是统一界面。

此外，腾讯还成立了技术委员会，加强技术共享。技术委员会下设“开源协同”和“自研上云”项目组。半年内，我们创建了600多个内部开源项目，技术图谱上有近300个项目，并且还在不断增加。通过整合，我们可以推动腾讯技术标准化升级，从而为客户提供更高效的服务。

记者：腾讯过去主要的服务对象是个人。从服务C端到服务B端，最大的变化体现在哪里？

汤道生：以前做C端产品，可以把自己当成用户。比如，我只用打开手机自己体验一个APP，就能找到问题或者优化空间。但是B端业务不一样，我们自己不再是最终用户，大家先要与客户充分交流才有可能真正理解他们的需要。我们甚至还要与多个客户交流，以期理解行业的共性需求。

另一个显著的变化是B端的业务流程特别复杂。以前服务C端用户，链条很短，但在B端用户需求不仅多样化、个性化，还会涉及财务管理、销售激励、应收应付管理等多个领域。这些都是原来C端业务不涉及的内容，需要腾讯内部流程作出较大的改变。

记者：目前，腾讯产业互联网赋能能力主要体现在营销端，腾讯是否有计划进一步延伸发展触角，赋能更广泛的领域？

汤道生：我不认为腾讯什么都该碰。就像服务个人用户时，我们仅选择了社交和内容，其它那么多领域我们都没有做。服务B端的道理也是一样，我们要考虑自己的能力。为什么我们经常讲微信的能力是腾讯在营销层面的能力？这是因为这些本来就是我们的优势。企业客户经常向我们提出的要求大多也是有关客户触达的。但在另外一些领域，我们没有优势，即便勉强去做，对客户来说也没有什么说服力。

本版编辑　韩　叙　秦文竹