

科创之声

期待“星闪”闪耀世界

近日,华为举办秋季新品发布会,耳机、手写笔、平板电脑等多款支持星闪技术的终端产品亮相,星闪技术商用正式开启。

星闪是华为联合国内多家企业及研究机构共同研发的新一代无线短距通信技术。与目前被广泛使用的蓝牙、WiFi相比,星闪拥有更远的传输距离、更快的传输速度、更强的抗干扰能力,还在连接数和延迟等方面实现了质的飞跃。星闪支持最大4096台设备互联,远超过蓝牙的8台和WiFi的256台;星闪能做到20微秒延迟,相较WiFi和蓝牙最低延迟为10毫秒到15毫秒左右,让人类无线连接技术首次进入微秒级。可以说,在无线短距通信技术领域,星闪是遥遥领先的。

拥有强大性能基础和广阔市场前景的星闪技术,何时才能从开启商用走向大规模普及,真正闪耀世界?

新技术能否市场迭代,要看它能不能解

决现存的市场痛点,实现不可替代的应用需求。

WiFi和蓝牙两大标准均诞生于上世纪90年代,市场相对成熟,但也存在不少难以解决的痛点:两大标准互不兼容彼此割裂;历史负担重,版本多,修改更新难;非中国主导标准,曾被卡脖子;连接数少,延迟长,难以从底层响应物联网时代“万物互联”的要求。

而这些都是痛点,星闪都可以解决。星闪能够兼容蓝牙和WiFi生态,与现有设备互通,用户无需放弃现有设备即可拥有更多选择,实现平滑过渡。星闪是自主可控的技术,由中国主导,安全可靠。智能家居、智能汽车、智能制造的兴起,对无线短距通信技术的时延、可靠性、同步精度都提出了更高要求,WiFi和蓝牙难以满足这些需要,而星闪均可以满足。以智能汽车为例,车内

有数以千计的信息通信连接点位,要求极高安全性、极低延迟、强大抗干扰能力,在WiFi和蓝牙难以满足这些要求的情况下,只能采取成本高、重量大、灵活性差的有线方式进行连接。而星闪技术的优点却让它极为适配智能汽车场景,有望彻底改变汽车内部的信息通信方式,挖掘出巨大规模的市场需求。

新技术能否市场迭代,还要看它能不能团结上下游,共建产业标准和开放生态。

星闪以产业联盟形式组织芯片、仪器、终端等环节的全系统创新,体现了新的创新机制。星闪联盟于2020年9月成立,2021年重点围绕标准化、芯片和样机、测试仪表、产业生态4方面开展工作,2023年就开始星闪商用。目前,星闪联盟会员单位已超过350家,从相关高校、研究所,到芯片的设计制造厂商,再到三大运营商、终端厂商与头部车企,

实现了产业链上下游的完整覆盖。

市场上,各种通信设备互相连接,涉及不同公司的产品,生态极为复杂多样。一项新通信技术的推出,需要大量企业的加入和支持,才能流行普及,逐渐形成大家认可的产业标准。现在,星闪第一阶段研究成果已经嵌入到手机、平板、手写笔、车载电子产品等多种终端产品中,表现令人惊艳。但要想让星闪真正成为构建未来智慧连接的关键技术,350家联盟成员还远远不够,还需更多终端企业支持。



□ 本报记者 李华林

中秋、国庆佳节日期间,市场猪肉、鸡蛋、瓜果价格和供应情况怎样?经济日报记者进行了采访。

“双节期间,猪肉供给较为充足,供给量处于季节性稳定增长阶段,能够有效满足节日期间居民消费需求。”中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇说。

农业农村部监测数据显示,今年上半年,全国生猪和猪肉价格持续低位运行。近期生猪和猪肉价格开始稳中有降,近3周分别累计回落3.1%和1.7%,9月份第3周生猪和猪肉价格分别为16.68元/公斤和26.81元/公斤,分别同比下降29.9%和26.0%。

从生猪供给来看,上半年仔猪供给量呈现增长趋势,预示四季度商品猪出栏量将稳定增加,叠加上栏活重提升,猪肉供应充裕。

朱增勇表示,预计猪价受节日消费拉动,会出现短时小幅季节性上涨,但总体将以企稳为主。四季度是猪肉消费的旺季,猪肉价格处于较合理水平,能够有效推动猪肉消费需求季节性稳定增长。节后,随着消费需求回落,猪价将季节性下降,但下降幅度也不大。随着天气转凉,腌腊等消费需求将会有效支撑猪价。因此,四季度猪肉价格整体呈现季节性涨跌、窄幅波动,但今年秋冬两季平均价格将大幅低于去年同期水平。

“鸡蛋供应充足,价格不具备大幅上涨的基础。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁说。

进入9月份以后,全国鸡蛋价格高位震荡运行、涨幅收窄,符合往年9月份蛋价全年高位、涨幅缩减的波动规律。这有3方面原因:一是9月份全国在产蛋鸡存栏增速放缓,加上天气逐渐转凉,蛋鸡产蛋率和蛋重有所恢复,鸡蛋市场供应稳中有增,蛋价难以大幅上涨。二是9月中旬学校开学、食品厂加紧生产月饼,鸡蛋采购量增加明显,而且随着中秋、国庆双节临近,经销商加紧备货鸡蛋,鸡蛋季节性消费继续释放,助推了9月份蛋价小幅上涨及高位运行。三是9月份前3周,蛋鸡配合饲料均价为3.75元/公斤,比上月同期上涨1.90%,推升了蛋鸡养殖成本,也为蛋价维持高水平提供了支撑。

双节期间,鉴于全国在产蛋鸡存栏比较稳定,气候对蛋鸡生产性能的影响进一步减弱,蛋鸡产能小幅增加的可能性大,鸡蛋市场供应充足有保障。

朱宁认为,长假期间,鸡蛋价格运行比较平稳。节后,鸡蛋消费由旺转淡,蛋价将有所回落。

今秋,多地水果丰收上市,供应充足、价格较以往有所下降,对消费者来说是个好消息。

比如,苹果、梨、蜜柚、石榴、葡萄等水果供给充足,嘎啦苹果价格较去年持平略高;山东、河北的秋月梨、鸭梨和新疆库尔勒香梨大量上市,其中山东秋月梨核心产区预计增产20%,新疆库尔勒香梨预计产量达90万吨,价格承压下行;阳光玫瑰、夏黑、巨峰等葡萄品种供给充足,其中阳光玫瑰产量大增,价格屡屡跳水;四川、云南、河南等地软籽石榴大量上市,价格较去年同期明显偏低;广西蜜柚、辽宁丹东燕桃、山东青州蜜桃等许多特色水果也喜迎丰收。

水果价格7月至9月环比连续3个月下跌,跌幅不断收窄,处于季节性下跌的尾期。截至9月25日,鸭梨、巨峰葡萄、西瓜、菠萝、富士苹果的9月份日平均价格分别为6.21元/公斤、10.78元/公斤、2.3元/公斤、6.25元/公斤、9.13元/公斤,环比分别下跌10.5%、8.9%、5.7%、1.6%、1.5%;香蕉价格为5.77元/公斤,环比基本持平。

“今年秋季多地水果丰产,进口果品较多,双节期间总体呈现品种多、供应足、价格亲民的特点。”中国农业科学院农业信息研究所研究员赵俊晔说。

本报记者

黄俊毅

视点

中国新闻奖名专栏

互联网企业增长质量提升

日前,互联网企业半年报披露落下帷幕。财报显示,阿里巴巴、腾讯、百度、京东、拼多多、美团等互联网企业抓住国内宏观经济稳步复苏的契机,着力进行科技创新、优化组织结构、打造新的增长引擎等,上半年业绩大多恢复正向增长,尤其是二季度表现超出市场预期。专家表示,随着国内消费活力持续恢复,互联网企业势能或将进一步释放,下半年行业业绩有望保持稳定增长。

消费复苏拉动增长

今年以来,互联网企业稳步前行,增长质量持续向好。

营收有增长。上半年,腾讯总收入2992亿元,同比增长11%;百度营收652亿元,同比增长12.3%;拼多多实现营业收入899.18亿元,同比增长62.8%;美团营收1265.82亿元,同比增长30.2%。

净利润增速更为显著。上半年,腾讯按照非国际财务报告准则的公司权益持有人应占盈利为701亿元,同比增长31%;百度净利润110.3亿元,同比增长3倍;拼多多实现归母净利润212.09亿元,同比增长84.49%;美团经调整溢利131.51亿元,上年同期经调整净亏损15.28亿元。

分季度看,二季度,大部分互联网企业营收和利润双双实现大幅增长。阿里巴巴营收2341.6亿元,同比增长14%;净利润为330亿元,同比增长63%。腾讯实现营收1492.08亿元,同比增长11%;净利润375.48亿元,同比增长33%。京东集团营收2879亿元,同比增长7.6%;净利润86亿元,同比增长32%。百度实现营收341亿元,同比增长15%;归属百度的净利润80亿元,同比增长44%。美团实现营收680亿元,同比增长33.4%;经营利润为47.1亿元,同比扭亏为盈。

业内认为,上半年互联网企业各项业务稳定增长,主要受益于国内消费复苏。“传统消费旺季的到来,让美团各项业务均实现健康增长。”美团CEO王兴表示,随着本地生活市场呈现出稳步复苏的良好态势,美团将继续围绕“零售+科技”战略,满足用户日益多元的消费需求。

海通证券批零社服首席分析师汪立亭认为,得益于优秀的商业模式和自身组织架构、业务的持续迭代,互联网公司在当前宏观环境下显示出较强韧性,考虑到龙头公司后续的回购、分红等计划,该板块估值性价比值得重视。

“今年以来,互联网企业深挖存量用户价值,持续改善供应链水平,顺应市场需求调整组织机构,激发内生活力。”申银万国证券研究员赵令伊表示,收入端,各平台从前端流量到商家数量均有提升,增长引擎重启;利润端,各平台成长性增强,保持盈利能力,提升成本费用的投入效率,整体费用投入力度可控,并未对业绩产生明显影响,普遍利润表现超预期。

主营业务全面向好

随着外部环境的回暖和市场需求的复苏,上半年,互联网企业广告、在线营销等主业明显回暖。

腾讯二季度广告收入强劲复苏,同比增长34%至250亿元;数实经济保持稳健增长,收入同比增长15%至486.4亿元,成为腾讯亮点业务板块。

拼多多二季度在线营销及其他服务收入



为379.328亿元,同比增长50%;交易服务收入为143.5亿元,同比增长131%。“二季度,消费意愿转暖,消费者对多个产品品类的需求持续提升。”拼多多CEO陈磊表示,这一积极转变主要源于有效的宏观政策和助力消费的促销活动。

得益于持续的研发投入和坚实的科技实力,部分互联网企业实现提质增效。腾讯上半年累计研发投入311.91亿元,行业大模型解决方案在10余个行业落地,为未来增长奠定基础。二季度,腾讯金融科技和企业服务收入同比增长15%至486.4亿元,是当季业绩收入贡献最大的板块。

百度智能云、自动驾驶等业务也迎来突出进展。智能驾驶方面,百度自动驾驶出行服务平台萝卜快跑快速拓展运营规模,二季度,萝卜快跑提供了71.4万次乘车服务,同比增长149%。百度智能云二季度收入45亿元,同比增长5%。

借助构建更加开放的生态、优化组织和业务结构等,部分互联网企业实现新的业务突破。

京东自年初启动“春晓计划”等系列商家扶持举措以来,商家入驻踊跃,其中二季度新增商家数量同比增速达到417%,较一季度呈加速增长态势。京东集团首席执行官许冉表示,这一成果充分体现了京东在开放生态建设方面所作出的努力,也赋能京东以更优性价比为用户提供丰富的商品选择。

阿里巴巴3月启动了“1+6+N”组织变革,旨在最大限度激发组织活力,释放生产力。一个季度过去,阿里巴巴自我变革成效初现:淘天集团持续坚持用户为先、生态繁荣、科技驱动,季度收入同比增长12%;AI热潮带来算力需求和模型服务需求,阿里云营收利润双双上涨;线下消费回暖复苏,本地生活集团收入同比增长30%,大文娱集团收入同比增长36%等。

打造第二增长曲线

除在国内传统核心业务中深挖增量空间外,互联网企业还将目光聚焦海外,打造第二增长曲线。

二季度,腾讯海外游戏保持强劲增长,新上线自研产品正迅速打开市场,国际市场收入实现127亿元,同比增长19%,占腾讯游戏总收入的28.5%,较上季度占比有所提

升,巩固游戏板块“第二增长曲线”角色。

阿里国际商业成为业绩增长新引擎。今年以来,阿里国际数字商业集团着力支持中小企业、品牌商家服务全球买家和消费者,收获强劲增长。二季度,阿里国际数字商业集团收入同比增长41%,其中国际零售商业收入同比高速增长60%、订单同比增长约25%。

生成式AI和大语言模型的快速发展,也为互联网企业打开新的市场机会。“百度不断升级模型,生成更具创造性的回答,提高训练速度并降低推理成本,保持行业领先。文心大模型3.5得到了云客户、AI开发者和行业专家的广泛认可。”百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏表示。

展望下半年业绩,业内预期乐观。赵令

伊认为,下半年消费活力预期增强,带动互联网电商行业增长势能提高。各平台坚持增量开拓与存量运营并重,前期投入有望进一步转化为实质业绩成长,带动公司价值加速回升。

“长期来看,互联网电商行业渗透率仍有较大提升空间。”招商证券分析师丁浙川分析,相比实体零售,互联网电商能够更好地满足消费者多、快、好、省需求,可以维持高于零售大盘的增速。同时,各互联网电商平台正不断优化供应链,探索直播、即时零售等新兴商业模式,有望驱动低渗透品类进一步增长。上半年互联网企业整体盈利超预期,后续如市场需求进一步好转,预计几个头部公司全年利润仍将保持稳健增长。

求真

网红无氟牙膏安全吗

本报记者 吴佳佳

□ 研究表明,按每克牙膏含1毫克氟来计算,10天用完一管100克的牙膏并且全部吞咽,持续10年以上,才会导致一个人严重氟中毒。

□ 无氟牙膏在预防蛀牙方面不如含氟牙膏效果显著。适量的氟对于预防龋齿和强化牙齿质地能起到至关重要的作用。

近段时间,一些网红主播在各大平台大力推荐无氟牙膏,号称安全、无添加。与此同时,氟致癌、含氟牙膏导致氟斑牙等说法也流传开来,导致部分消费者开始追捧无氟牙膏。无氟牙膏真的安全吗?牙膏究竟该怎么选?记者进行了采访。

记者在北京市西城区的一家大型连锁超市看到,生活用品区货架上摆放着10多个品牌的牙膏,价格基本都在几元至几十元之间,其中,无氟牙膏主要以儿童牙膏为主。不过,部分成人草本植物牙膏成分中也不含氟,但在包装上没有明显标注。网上检索可以发现,各大知名牙膏品牌基本都在销售无氟牙膏,不少还被冠以“某某网

红主播推荐”“安全无氟”等宣传用语。

牙膏无氟就意味着无毒、安全吗?“氟是人体必需的微量元素之一,适量的氟可以减少牙齿的龋坏,同时可以促进牙齿自我修复,让轻微受损的牙齿重新坚固。”首都医科大学附属北京儿童医院顺义妇儿医院口腔科医生赵佳奇介绍,大量临床试验结果显示,长期使用游离氟离子浓度达到1000ppm至1100ppm的牙膏,能够减少群体中23%至24%的龋病。基于这些研究,世界卫生组织、世界牙科联盟以及中华口腔医学会都肯定了含氟牙膏预防龋齿的作用,也明确表明含氟牙膏的安全性和有效性。

无氟牙膏通常标注为儿童、孕妇适用。那

么,儿童和孕妇使用含氟牙膏就不安全吗?“有消费者担心因吞咽导致氟摄入过多而中毒,这是很大的误解。事实上,抛开剂量谈毒性是没有意义的。有研究表明,在非高氟地区,要导致一个人严重氟中毒,需要每天摄入氟10毫克以上且至少10年。按每克牙膏含1毫克氟来计算,需要每10天用完一管100克的牙膏并且全部吞咽,持续10年以上,这并不现实。事实上,孕期使用含氟牙膏,能够有效清洁牙齿,预防孕期出现新的龋坏牙;3岁以上儿童也可以使用含氟牙膏。”赵佳奇说。

有人担心长期使用含氟牙膏会导致氟斑牙,是真的吗?北京口腔医院主治医师薛亮介绍,目前,我国部分高氟地区出现了一些氟斑牙患者,这主要是当地饮用水含有大量氟导致的。另一个出现氟斑牙的原因是儿童在恒牙生长发育期,也就是6岁之前摄入了过量的氟。其实,正常使用含氟牙膏一般不会形成氟斑牙。同时,尚没有确切证据表明使用含氟牙膏会导致6岁以下儿童形成氟斑牙。

无氟牙膏通常以天然成分为卖点,但有些天然成分存在争议,在高浓度下同样会带来安全问题。有研究表明,无氟牙膏在预防蛀牙方面不如含氟牙膏效果显著。其实,适量的氟对于预防龋齿和强化牙齿质地能起到重要作用。专家表示,在选购口腔护理产品时,应根据自身需求,结合医生建议进行选择,特别要注意甄别网上信息的真伪。