



【精彩阅读】

金融
服务实体经济
商业银行探索差异化路径
在服务实体经济的过程中,不同类型的银行扮演着不同的角色。银行是分层的,对服务的客户也是分层的。
>>>>>6版

产业
超算产业化
“已开始,会很大”
中国已是超算大国。但中国要成为超算强国还有很长的路要走,其中应用的产业化是重中之重。
>>>>>9版

新材料
下海上天
拓普达布局钛产业链
90%以上的深海水下机器人都采用了钛合金材料,表明钛这种高新材料已经成为深海科技设备的应用趋势。
>>>>>13版

文创
751 文创园:
老厂房转身时尚设计广场
“751”这个符号,10年前还是一个名不见经传、有点土气、举步维艰的国企,今天,她已经脱胎换骨。
>>>>>17版

评论
利乐被罚6.7亿
到底冤不冤?
经过历时4年多的漫长调查,“利乐案”这一号称“中国《反垄断法》实施以来规模最大、最密集的调查行为”,尘埃落定。
>>>>>21版

【重磅推荐】



P25—P28



G01—G04

中国企业扶贫图谱

企业精准扶贫成果调查及西吉扶贫样本展示

(相关报道详见第二至第五版及T01至T04版)



王利博制图

紫竹评论

智慧互联网怎样改变生活

丁是钉

第三届世界互联网大会结束了,大咖云集的乌镇似乎并没有制造出更多激动人心的新闻。但在看似平淡的表象下,是人类对于互联网生态的习惯和依赖。
如果观察世界互联网大会的潜在成果,我们会惊奇地发现,云计算、大数据、人工智能等原本“独立”的概念,正在发生深度的融合,一个超乎人类想象的世界已经在孕育之中。
为什么越是大都市,“剩女”会越多呢?表面上看,大城市是青年人聚集的地方,美女们遇到帅哥的机会应当更多,选择的机会也会更多,似乎更容易找到合适的情侣。但事实却是相反。原因就在于一个人的时间和精力是有限的,其所接触到的人越多,平均在每个人身上的注意力就越小,真正能深入交往的人就越少。
和大都市的“剩女”现象非常相似,互联网在解决信息短缺的同时,又制造了信息过剩的新麻烦。人们要在海量的信息中,高效

地获取自己想要的信息,往往比大海捞针还要困难。随着互联网信息内容的倍增,信息过剩的新麻烦在逐渐演变成一种危机。
最直接感受海量信息威胁的是电商们。大量网上店铺的出现,直接推高了网络营销的难度和成本。最初的淘宝网,很容易就会被买家找到,生意也比较赚钱;而现在,如果不做广告、不做促销、不做活动,基本上不会有人看得到你。研究表明,当下开一个网店的成本已经超过开一个实体店铺,很多网店的老板只能是赔钱赚吆喝。
而海量信息和海量网店的存在,也让消费者经常买到自己并不想要的东西,退货既花时间又耗精力。根据网络检索到的数据,2015年双十一,淘宝天猫销售额破912亿元,但两天后的退货金额居然达到574亿元,退货率高达64%。这里面既有商家“刷单”的原因,也有“剁手族”激情式消费的问题,但更主要的因素,还是由信息不对称所造成的“误买”。
由信息不对称所产生的资源错配,造成了社会资源和成本的巨大浪费。在互联网

生态下,人们缺少的不再是信息,而是对信息的选择。只有云计算、大数据、人工智能有机结合在一起,构建成一个“智慧互联网”生态,才能够有效解决资源错配的难题。
如果把人放在更主动的状态,起始端的问题是,让能够“懂你”的人工智能设备替代你去搜索和发现。
那么,百度能够像你的朋友一样理解你的想法吗?目前百度的智力水平大概相当于4岁的儿童,智能水平最高的谷歌相当于6岁的儿童。如果未来的人工智能通过了解你的日常行为习惯,能够读懂你的“心思”,以其超过人类千百倍的搜索和计算速度,替代你去海量的信息中搜索,信息过剩就不再是一个问题。
推导到问题的终端,被搜索对象的真实全面呈现还要依赖于大数据。造成资源错配的另一个问题,是大数据的单向性。目前,商家在大数据的研究和应用上占有主导地位,通常是商家利用大数据了解消费的潜在需求,生产销售相应的产品,并有针对性地向特定消费群体推送产品信息。
(下转第九版)

调查

无人汽车竞技场:谁先撬动商业化大门?

本报记者 王星平

2015年世界互联网大会上,百度无人汽车惊艳亮相让人印象深刻。而今年的互联网大会上,百度无人汽车在城市道路上的首秀,同样吸引了全球的关注。
不过,在自动驾驶领域出风头的并不仅仅是百度。今年世界互联网大会发布的15项科技成果中,“特斯拉增强型自动辅助驾驶”赫然在列,尽管特斯拉自动驾驶技术一度引发诸多争议,但是这并没有阻止他们更加“热爱”这一行业。今年10月份,特斯拉方面宣称,公司有望在2017年底推出一辆从纽约至洛杉矶的全程无人驾驶汽车。
事实上,无人汽车早已是各大巨头深度布局的焦点。不仅技术研发在不断突破,一些厂商甚至已经透露出无人汽车商用化及量产的时间表。但是,难以突破的技术难题和昂贵的研发成本,依然是行业无法回避的痛点,这也让无人汽车这个“看起来很美”的产业,至今仍然停留在“炫酷”阶段。

巨头争相布局

作为汽车产业发展趋势之一,近年来,无人驾驶技术愈发受到各大厂商关注。从最初的纸上蓝图,到不同程度的自动驾驶技术落地实测,中外巨头都想在这一领域内抢占一片天地。
11月16日,在第三届世界互联网大会上,百度无人汽车,再次成为乌镇的亮点。大会期间,百度无人车在桐乡市夜路智能汽车和智慧交通示范区首次进行了开放城市道路运营,这是中国自主无人驾驶技术首次在开放城市道路运营。
在无人驾驶汽车领域,百度可谓布局深度,无人驾驶是百度迄今投入最大的项目。目前,百度无人汽车已经在全球拥有研发团队,其中硅谷研发团队已逾百人。在不断的技术创新和突破下,百度甚至公布了让业界震惊的时间表:2019年实现小规模商用,2021年实现大规模量产。

当然,不只是百度,蔚来汽车也在紧锣密鼓布局无人汽车领域。此前,蔚来汽车宣布,该公司取得由加州政府颁发的无人驾驶汽车测试牌照,与谷歌、特斯拉等企业一道,成为早期获得该牌照的公司。
一些传统厂商也在这一领域不断发力。据记者了解,早在2001年,中国一汽就对无人驾驶技术投入研发。而在今年互联网大会开始的前两天,福田汽车集团发布了国内首款无人驾驶卡车,并表示有望于2025年量产。据统计,目前国内自主品牌已有10家汽车厂商涉足自动驾驶领域。事实上,不仅是中国企业,在全球无人汽车都是一个各大巨头争抢的热门行业。
事实上,一些国际巨头在这一领域也早有落子。11月15日,在洛杉矶车展上,计算机芯片行业巨头英特尔宣布将布局无人驾驶汽车市场。英特尔将在未来两年内累计投资2.5亿美元用于无人驾驶汽车的研究,与传统汽车厂商宝马建立合作关系,到2021年推出真正具有自动驾驶能力的汽车。
今年8月,有外媒报道,Uber和沃尔沃将投入总计3亿美元共同研发无人驾驶汽车,并在当月于美国的匹兹堡推出一队沃尔沃汽车,允许要求乘坐无人驾驶汽车的用户使用。
而在此前,谷歌、特斯拉、奥迪、丰田、博世等世界知名厂商,都在公开场合宣称自己正在努力研发无人驾驶汽车,让汽车能够实现自主化。
2016年10月24日,一份研究机构发布的报告称,2016年全球无人驾驶汽车市场规模为40亿美元左右。同时,有分析师认为,预计2021年全球无人驾驶汽车市场规模将达到70.3亿美元左右。
技术差距尚存
根据美国汽车工程师学会制订的自动驾驶汽车分级标准,其对自动化的描述分为6个等级。
(下转第九版)