

用大数据推动共享和融合

金元浦

在2018中国国际大数据产业博览会期间举办的中国文化产业分论坛上,与会人士就建设大数据时代文化产业共生生态达成了共识。这是一个重要的成果,表明文化产业升级换代,走向了新的高质量发展的新时代。

当前,世界的发展进入了加速度时代,大数据、工业4.0、网络人工智能已成为时代进程中的三大潮流,信息通信技术、计算机技术、视听表达技术、仿真技术、新材料技术、节能环保技术是推动潮流发展的六大核心技术。

数字技术作为一个跨界、跨学科的技术概念,是一项与电子计算机相伴相生的科学技术,它是指借助一定的设备将各种信息,包括图、文、声、像等,转化为电子计算机能识别的二进制数字0和1后,进行运算、加工、存储、传送、传播、还原的技术。以长远的眼光看,数字技术的创新与发展主导着文化发展的走向,推动文化服务与文化产业更新换代,拓展文化服务与文化产业的增长与发展空间。科技与文化二者的高度融合不断走向深入,其一体化趋势代表了世界文化产业、创意产业、创意经济的大趋势,这决定了科技在文化发展过程中的影响力与传播力。数字技术为文化产业发展提供了必要的技术支撑,数字技术创新促使文化生产要素在创新过程中实现优化组合,继而持续创新,开发更广阔的文化产业空间。在这个过程中,文化的各个业态都有不同程度的数字化。

多部委联手推动确立国家创新平台,明确我国牵头组织国际大科学计划和重大工程“三步走”发展目标,深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网。一段时间以来,国家密集出台鼓励科技创新的政策措施,凸显创新驱动

的重要性与紧迫性。核心技术是中国制造发展的最大命门,必须抓在自己手里,才不会受制于人。这是根本,也是保证国家经济安全、筑牢发展根基的举措。新中国成立特别是改革开放以来,我国建成了完备的工业体系和产业配套能力,党的十八大以来,创新驱动的国家战略地位日益凸显,一批重要科技成果井喷而发,创新成为发展的重要动力,为中国制造迈向中高端打下坚实基础。

站在新的起点上,面对复杂的国际竞争态势,风起云涌的产业变革,发展机遇转瞬即逝,我们必须抓住机遇,加大自主创新力度,实现从中国制造向中国创造转变。

总的来看,文化产业新业态对信息技术依赖性较强,数字化程度高,而传统产业形态相对来说则数字化程度较低。此外,科技创新与文化产业相结合的程度越来越高,为文化产业赋予更多新的内涵,使各业态出现融合的趋势。网络技术、数字技术、通信技术与媒体传播技术实现了跨领域整合。

互联网经济的本质是共享经济。我国十三五发展的五大核心理念中,共享是一个非常重要的指导性理念。

以大数据为代表的科技形成了共享经济的数字文化。它是当代世界和中国文化发展的重要内容,不仅仅是形式和基础支撑,它已经发展为一个多层次、大范围的新型的、前沿的、有特定内容的新文化系统。数字技术为文化的发展搭建了最重要的载体和平台。互联网。数字技术已经进行了快速的迭代变革,从门户网站到搜索引擎,再到社交网络和目前的移动互联网,下一阶段的方向是物联网和车联网,以及未来的机器智能时代。数字技术通过互联网为各行各业植入了创新基因,对社会产生了革命性的影响,对文化产业更是有着特殊影响。作为人的精神创造型活动,未来的文化产业不仅仅是人与物、物与人、物与金融、人与人,还有人人与机器的联结。

大数据时代的文化产业,必须抓住信息化发展的历史机遇,全面融入国家大数据战略。互联网新技术应用对文化产业进行全方位、全角

度、全产业链的改造,释放数字化对文化产业发展的放大、叠加和倍增作用,推动互联网、移动网与文

化之间形成水乳交融的新形态。由此,大数据时代文化产业共生生态的实现路径就是要充分尊重消费者、企业、社会和政府的四个利益攸关方,既要遵循市场法则,更要尊崇社会价值,遵循知识产权保护和社会化原则,按照共商、共识、共建、共享、共担程序和机制,实现新时代互联网移动网空间的良性治理。

什么是数字共享?大数据引领的数字技术为信息的大爆炸提供了发展的原点。我们在互联互通中实现了知识、信息、创意等资源的互动,数字技术能够提取人的记忆和智慧,而现代云存储技术则可以将抽取的单个信息汇集起来,形成信息的大爆炸,且作为数据信息资源,以大数据的形式为企业的决策提供数据参考。

当前,数字技术支撑的文化产业面临着多屏互动的全媒体运营(手机、电脑、iPad、电视、汽车屏、可穿戴设备屏)和全产业链整合的大繁荣(新闻、电视剧、电影、线下活动、游戏、动漫、音乐等),推动了文化产业的共享和融合。文化产业一方面运用最新的数字技术生产相关产品和服务,另一方面从用户消费的即时满足中带来了流量和产品变现,这就带来了各种文化产品和服务的新发展,最后将必然带来文化产业的大繁荣。

中国制造须有“长缨在手”

刘敏

比以往任何时候都更需要加大自主创新力度,实现从中国制造向中国创造转变。只有真正理解科技是国家强盛之基,创新是民族进步之魂,的深刻内涵,增强危机感,踏踏实实真抓实干,将高端科技成果牢牢掌握在自己手中,才能推动中国制造在全球高端价值链上占有更大的空间。

苟日新,日日新。紧紧牵住核心技术自主创新这个牛鼻子,必须破除制约创新的体制机制障碍,让企业创新力充分涌动,并保护好科技创新成果,最大化形成科技创新合力,加快突破关系国计民生和经济创新重大关键技

术问题。在从制造大国向制造强国迈进的过程中,我们既要坚持开放发展、互利共赢,也要深深牢记核心技术靠化缘是要不来的,必须依靠自力更生。

惟改革者进,惟创新者强,惟改革创新者胜。实践证明,我们自力更生是中华民族自立于世界民族之林的奋斗基点。敢于走别人没有走过的路,勇于创造引领世界潮流的科技成果,让创新真正成为第一动力,中国创造定能风雨后见彩虹。

在从制造大国向制造强国迈进的过程中,我们既要坚持开放发展、互利共赢,也要深深牢记核心技术靠化缘是要不来的,必须依靠自力更生。

惟改革者进,惟创新者强,惟改革创新者胜。实践证明,我们自力更生是中华民族自立于世界民族之林的奋斗基点。敢于走别人没有走过的路,勇于创造引领世界潮流的科技成果,让创新真正成为第一动力,中国创造定能风雨后见彩虹。

第九届汽车论坛举行

专家:汽车智能化速度不能太快

2018(第九届)全球汽车论坛期间,来自各行业的专家学者已对过去二十年间,中国汽车行业独有的特点和行业结构进行了梳理和讨论,而放眼未来十年,电动化、智能汽车、智能城市等主题将成为发展趋势,但中国也面临着来自于其全球合作伙伴对于中国开放汽车产业的压力。

中国汽车市场发展应因地制宜

对于中国汽车产业在未来的发展变革,作为业内最早一批把汽车制造相关技术带到中国的元老之一,中国工程院院士郭孔辉认为,中国汽车市场发展应因地制宜。

2017年,中国汽车市场产销分别达到2901.5万辆和2887.9万辆,连续九年蝉联全球第一,但郭孔辉认为,在汽车产业快速发展的同时,也带来了许多社会问题。第一,数以亿

计的机动车,带来了巨大的环境污染问题,以北京为例,5月15日北京公布的新一轮PM2.5来源当中,机动车排放占45%左右,第二,快速增长的机动车保有量使得城市交通拥堵严重,据统计,我国每年因道路拥堵会损失上万亿元,第三,汽车安全问题也成为中国亟待解决的难题,我国多年来道路交通事故死亡率居高不下,第四,汽车的使用带来了极大的资源消耗,数据显示,中国原油近一半都是由汽车消耗的,这也对中国海外石油的依赖程度不断攀升,2017年底,我国石油对外依存度已达到67.5%,连续9年超过国际公认的警戒线给国家安全带来了隐患,最后,因道路建设,也引发了汽车和人争地的现象。

因此有人提出,中国的汽车保有量不能再增加了,汽车生产需要刹车。但郭孔辉认为,中国汽车市场发展程度不均衡,有人口膨胀的大城

技术创新不可一蹴而就

而要想因地制宜地解决不充分、不平衡的发展问题,就需要依靠技术、管理和制度等方面的创新。同时,在郭孔辉眼中,发展和创新应该是互相促进的,但是要解决一些生产关系和思想意识的问题,否则创新会遭遇阻碍。

在鼓励创新上,郭孔辉谈到,只有解决行政权力与市场动力的冲突,解放科学家的精神状态、改变浮躁的科技心态,解决行政管理中与科

大数据杀熟:监管要有作为

子长

针对前不久卷入网络争议的网约车利用大数据杀熟,报道,交通运输部官网刊发文章指出,一些互联网交通运输企业在巨额资本的推动下,一有了优势,就不思改进产品和服务体验,而是店大欺客、任性而为,采用加价、大数据杀熟等手段,如果企业追求垄断利润,实施影响公平竞争、损害用户利益的行为,必须坚决遏制。

从早前网友发现通过某在线旅行服务公司预订酒店时遭遇不同款手机、不同用户同一房型不同价,到前不久某网络打车软件被指两个手机去同一目的地,预估价格不同,大数据杀熟是近来颇受关注的现象。对此,多家卷入争议公司的高管先后作出回应,否认平台存在价格歧视,而对不同手机上看到的差异价格,则多以不同用户领取或购买不同优惠券来解释,并称之为“用户误解”。如果这还算是说得通的话,另一种大数据杀熟的现象,则是真凭实据的,即此前曾出现的网约车雨天高倍溢价。一度有北京、杭州等媒体报道,风雨交加的晚上,想通过网络打车软件打个车,结果发现动辄溢价2

倍,最高达到4倍。

按照经济学的供求关系理论,价格随供求关系波动。依据此原理,对于雨天高倍溢价的行为,平台当然可以解释为供求变化和恶劣条件所致,本意是通过涨价鼓励更多的司机提供服务。顺便说一句,类似的溢价做法,并非国内网约车平台独有,在美国优步那里,它叫“加成定价法”。据说,优步一度不分季节,只要需求量很大时,价格就会上涨,涨的时候甚至会超过基准价10倍。然而,也不是所有的经济学家都认为这样的做法合理合规。2017年诺贝尔经济学奖获得者理查德·塞勒就认为,这种看似符合市场经济原理的做法,实则有害于消费者公平。理由是,人们不可能立刻成为优步司机,即使是注册的司机,也不可能听到临时加价就立刻出门接单;再者,如果加价通知一经发布就有成千上万司机响应,价格猛增的现象就转瞬即逝了。

在理查德·塞勒这一派的行为经济学家看来,高倍溢价、不同客户端区别定价等大数据杀熟做法,无异于向顾客“敲竹杠”,对所有想提升顾客忠诚度的公司来说都不是

明智的选择。更重要的是,现实中我们不能仅指望靠行为经济学家的教导和警告就能消除企业的利己选择,而是需要监管者有所作为。在纽约州的一次暴风雨天气中,优步的高倍溢价引起了州总检察长的关注。最后,优步与纽约州签署了三年协议,在市场遭受非正常混乱时,优步会使用公式限制其加价的倍数,以遵守纽约州在上世纪70年代油价飙升时通过的防止价格欺诈法律。后来,这起事件成了科技公司与监管机构合作的范例。

就报道中网友提供的各自经历,前述国内互联网平台的价格差异并不算太离谱,甚至按照其官方回应,其中还有些蒙冤的意思。尽管如此,这样的争议再次警示我们,大数据同样是一把双刃剑。对信息技术驱动的新业态,监管部门一定要有所作为,一方面要加强监管,不断完善市场竞争规则,反对不正当竞争,另一方面要健全统一开放、竞争有序的市场体系,鼓励更多市场主体依法依规进入,以竞争来抑制垄断,切实维护好消费者的合法权益。

让开放共赢理念绽放太空

张莹

日前,中国常驻维也纳联合国和其他国际组织代表团与联合国外层空间事务办公室在维也纳共同举办中国空间站国际合作机会公告发布仪式,正式开启中国空间站国际合作。

这是历史上此类项目首次向所有联合国会员国开放。中国空间站向全世界打开合作大门,展现了中国开放、和平、共赢的外空国际合作理念,为今后世界各国在空间探索领域的实践提供了新的国际合作模式。

1967年外空条约庄严宣告,外空探索和利用是全人类共同的事业,应成为全人类谋福利。开放空间站合作,是中国对这一国际条约精神和构建人类命运共同体理念的真诚践行。联合国外层空间事务办公室主任西莫内塔·迪皮波说,中国空间站的国际合作项目将促进人类对空间科技应用的认知,帮助各国,

特别是发展中国家进入太空。

推动和平利用外层空间国际合作是时代大势。航天事业是人类历史上最为复杂的系统工程之一,未来人类航天探索的内容将更加丰富,探索目标也会更遥远。只有凝聚全球各国的力量,才能更好地向探索宇宙的目标迈进,同时化解技术风险,分摊经费,共享成果,从而实现各国互利共赢。

中国航天事业起步较晚,但发展步伐稳健,相关技术已居于世界前列。中国航天事业自发展之初就顺应时代潮流,坚持和平利用外太空,促进人类文明和科技进步,造福全人类,不断通过双边、多边机制拓宽与加深国际合作,在实现自身发展的同时惠及更多国家和人民。

目前,中国航天深化国际合作已结出丰硕成果。中国积极推动“一带一路”空间信息

走廊建设,与金砖国家航天机构共同推动建设遥感卫星星座,支持亚太空间合作组织成员国共同构建多任务小卫星星座。截至2017年8月底,中国航天已完成55次国际商业发射服务。今年,中国嫦娥四号任务将搭载德国、瑞典等国的科学载荷,中法海洋卫星研制进展顺利,将于今年下半年在酒泉卫星发射中心实施发射;中法天文卫星进入工程实施阶段;中巴地球资源卫星04M卫星研制顺利,开启南南合作新篇章。

这些成果充分表明,中国正日益成为国际航天合作中一支不容忽视的重要力量。

中国空间站不仅属于中国,也属于世界。中国愿秉持人类命运共同体理念,将中国空间站打造成全人类在太空共同的家,让开放合作、互利共赢理念绽放太空,让中国航天国际合作造福世界。

天津高新区“雏鹰计划”申报系统上线

本报天津消息(记者张照)为推动国家自主创新示范区和国家双创示范基地建设,支持企业不断开发新产品、开拓新市场,加速形成科技创新型企业群体,日前,天津高新区雏鹰计划申报系统上线。

天津高新区制定出台的《天津高新区支持创新型高新技术企业发展实施方案(试行)》(“雏鹰计划”)是落实《天津高新区落实创新驱动发展战略的实施意见》的引进行动。雏鹰计划出台正好能够在研发资金方面助我们一臂之力,帮助我们更快的更好走向市场,接受市场的检验。王国旺说。

据天津高新区科技局局长王兵介绍,雏鹰计划是高新区为鼓励和支持具有创新能力,创新型高新技术企业而设立的培养计划,目的是推动高新区科技型中小企业健康发展,集聚形成高新区产业创新优势。我们每年安排专项资金用于实施雏鹰计划,支持标准为给予每家企业一次性支持资金10万元人民币。王兵说。

据悉,今后天津高新区还将下大力提升区域企业发展质量,特别是在夯实企业基础和强化创新驱动方面,以雏鹰计划为起点,陆续推出支持措施,不断深化企业培育手段,支撑、引领企业优化提升和高质量发展。

2018 海外人才津门行 活动举行

本报天津消息(记者张照)日前,由天津市科学技术协会与天津市外国专家局联合主办的“双创领航·智汇津门”2018海外人才津门行活动成功举行。

该活动由天津市科技发展服务中心、中国技术创业协会孵化联盟和天津市滨海新区科协承办,天津泰达国际创业中心和天津市创业孵化协会协办。

会上,天津市外国专家局和天津市开发区相关部门分别就天津市海河英才行动计划政策和天津开发区企业创新创业扶持政策进行了要点解读。此外,拥有美国、英国、德国、新西兰、澳大利亚、意大利等国家留学经历的15支留学创业人员项目团队进行了路演推介,涉及领域涵盖新一代信息技术、智能制造、生物医药、节能环保、互联网与物联网、智慧农业等。

据天津市科技发展服务中心主任刘元刚介绍,海外人才津门行是筛选有留学背景的优秀人才创业项目落地天津的营性交流活动。这些留学创业团队主要人员毕业于

美国加州大学洛杉矶分校、哥伦比亚大学、华盛顿大学、德国亚琛工业大学、英国爱丁堡大学等国际知名学府,他们所带来的路演项目均具有多项自主知识产权,并且已经在北京、上海、深圳、河北等地注册公司开展实际商业运营。

其中,部分项目已经获得中国创新创业大赛省域冠军奖项或已获得A轮融资。这些企业基本都处于成熟发展阶段,项目都有落地天津及开发天津市场的需求。

据了解,天津市科学技术协会和天津市外国专家局一直致力于通过海外人才津门行活动做好海外人才来津创新创业发展的支持保障工作。

我们希望打破以往考察、被接待的引智模式,以更加精准的方式吸引、支持海外人才来津创新创业发展,进一步打造天津海外人才离岸创新创业基地,更好地帮助海外留学背景的创业项目人才加深了解天津的区域发展环境和创新创业扶持政策。刘元刚说。

动态

国际环博会聚焦环境修复技术产品

全球规模最大的环保技术博览会日前在德国慕尼黑落下帷幕。本次展会期间,多家展商携环境修复技术产品亮相,成为吸引关注的焦点。

加拿大纳尔逊公司从事污染土壤修复方面的工作。该公司中国业务总监宋向群在展会上对记者说,他们采用移动式土壤热脱附修复技术,对受原油污染的土壤进行加热,再将蒸发出的油气燃烧处理。相比传统方法,新技术能有效节省用水、减少工序,并防范造成二次污染。

德国企业OILEX现场展示了一款由苔藓制成、具有强大吸油能力的纯天然纤维,这种纤维能在数秒内迅速吸收燃油、润滑油、矿物油等各种油类物质。

德国慕尼黑环保技术博览会两年一届,是环保行业层次最高的专业展会。今年的展会为期5天,共吸引全球3100多家展商参展,包括125家中国企业。(据新华社)

100亿元科技成果转化基金落户武汉

日前在武汉举行的中国生物产业大会上,总规模达100亿元的中国科学院成果转化基金宣布落户有着“中国光谷”之称的武汉东湖高新区。

中科院成果转化基金是主要面向中科院的科技成果转化及早期项目投资的全国性创业投资基金。

此前,中科院与武汉东湖高新区已共建了一批如武汉生物技术研究院生物环境中心、武汉光电国家实验室、中科开物产业园等合作平台。基金落户后,将通过在武汉东湖高新区部署中科院系创投子基金体系,引进中科院优质产业化项目落地,促进东湖高新区产业结构和战略性新兴产业发展。

据介绍,中科院已有28家研究所、53个团队、200余人在东湖高新区创新创业,转移转化科技项目达163项,培育和扶持了35家高新技术企业。(据新华社)



湖北恩施 夏茶采摘 机械化

虽然激光电视最近的销量取得了巨大的增长,但是距离实现普及还远。另外,从整个市场来看,激光电视需要做的还有很多。首先就是价格因素,万元的售价对于很多用户来说还是偏高。其次就是厂商还需要为用户带来更好的服务,提升用户体验。只有做好了这两点才能加快激光电视的普及速度。

激光电视价格的问题我们可以从两方面来看。首先目前激光电视整机的售价虽然已经跌破了万元,与过去相比有了大幅的下降,但我们还要考虑抗光幕的成本。大多数家庭用户使用的场景都是在较为明亮的客厅,为了得到更好的画质效果,必须还要搭配抗光幕使用。一套入门级的激光电视也需要几千元,这样算下来,一套入门级的激光电视产品售价要1万多元,对于很多用户来说还略显昂贵。

另一个层面来说,4K家用投影仪的价格也已经跌破万元,而产品的实测ANSI亮度也与入门级的激光电视相差不多。唯一的不足就是这些产品采用的是传统灯泡光源,在色彩表现和使用寿命上要逊于激光。但是4K超高清分辨率对于用户的吸引力非常大,并且随着配套技术的逐步完善,4K资源的数量也有了很大的提升。所以在同等价位之下,笔者认为4K家用投影仪也对激光电视市场造成了一定的冲击。

在笔者看来,入门级激光电视还需要一定

的降价空间,另外更多的厂商应该推出自己的入门级激光电视产品,为用户提供更大的选择空间,只有这样才能让激光电视走进更多的家庭用户当中。

除了价格之外,厂商的配套服务也是非常重要的。首先就是安装服务,与智能微投,家用投影机不同,激光电视的幕布安装非常麻烦,另外很多激光电视采用的是定焦的方式,这就需要一定的时间来让画面与幕布完美契合。这些都需要专业的人员才可以快速

完成。因此为了更好的完成用户的安装需求,厂商需要一支数量庞大并且足够专业的安装团队。

但是据笔者了解,很多厂商的安装团队在没有熟练掌握技术的情况下就开始为用户提供服务。安装速度很慢,有时甚至一下午都不能完成一套激光电视的安装调试(包含抗光幕的安装)关于这些很多用户都颇有微词。配套产品方面,激光电视虽然可以摆放在电视柜上,但可以投射出百吋大画面,但是这样

一来幕布就需要摆放的很高,有时甚至会超过墙高。另外在擦拭桌子的时候难免会碰到激光电视发生位移,使画面不能与幕布完美契合,这些都会在日常使用中为用户带来困扰。

解决上述问题的办法就是厂商推出专用的激光电视柜。这种电视柜采用中空的设计,把激光电视放在中间凹陷的空间里,既可以让画面高度降低,又可以在日常使用时避免发生位移,这样就可以让得到更优质的观影享受。

作为新兴产品,激光电视还处于在专业市场向普及市场转型的初级阶段,而低价是培育和教育用户最直接、最有效的方法,因此为了加快普及速度,入门级的激光电视还需要一定的降价空间。另外售后服务和配套产品同样会对用户的使用体验带来巨大的影响,所以这方面厂商同样不能忽视。(据中关村在线)

价格偏高 服务不到位 激光电视普及遇两大障碍