云计算、大数据、车载WiFi先行

BAT发力,车联网接地气

类似“自驾宝”这样的车联网产品,驾驶员可用其搭载的云摄像头进行抓拍或录像,实时直播路况,还能通过其营造的车内WIFI热点在微博、微信等社交网络上分享,增加行车的互动性,让开车不再单调。

行业调查

过去一年,车联网产业发生翻天覆地的变化。百度、阿里、腾讯,相继发力车联网市场,搅动了原本平静的一江春水。

不言而喻,车联网将成为下一个淘金场。互联网企业的加入,让更多的消费级车联网产品开始涌现,一改过去车联网产品不接地气的形象,一下子变得生动许多。

本报记者 李虎

车联网下的酷炫生活

1月22日,北京赛维安讯CTO李志鸿要在济南举行的中国车联网云服务区域发展论坛上做大会发言。提前3天,李志鸿用铁路12306手机APP订了一张北京南站到济南西站的高铁票。从北京到济南只需要1个小时40多分钟的高铁行程。

21日一早,通过嘀嘀打车,李志鸿约出租车司机师傅上午10点准时在小区楼下出发。此时的北京已经开始堵车。出租车师傅通过车上的导航查询了一下路况,找到了一条路况较好但有些绕远的路线,征得李志鸿同意后,司机一踩油门,将堵心的北京交通暂且抛在脑后。

在北京南站,简单吃过早饭后,李志鸿踏上了开往济南的高铁。在高铁上他也没闲着,在“易到用车”手机APP上,李志鸿看到可以在济南预约特斯拉接站。轻点手机,到济南的第一站路程就从高端拉风的特斯拉开始了。

下午2点10多分,李志鸿走出济南西站时,特斯拉已等在站外。一路上,司机热情地向他展示车上科技感十足的各种设备,车内WiFi,手机播放车载音乐,以及凶猛的加速感。

李志鸿说,从济南西站到市区的16公里的路程,40多分钟,一共花了70多块钱,相比平时打车多花不过20块钱,但让原本简单的旅途充满了惊喜。

什么是车联网?李志鸿觉得,说得简单点,就是通过线上线下融合,让车与车、车与人、车与路实现互联互通。

虽然你可能不了解车联网的概念,也没试过车辆远程操控或是无人驾驶,但你一定是手机叫车软件送红包的受益者。这些,其实都是基于车联网的技术和产品。

互联网时代的今天,我们都身处车联网中。“车联网未来将成为集合智能化交通管理、智能动态信息服务和车辆智能化控制为一体的网络。”一位车联网技术开发人员说,随着近几年智能汽车和智能硬件产品的火热,车联网汽车后装市场未来5到10年将有大量产品涌现,车联网的应用将充满可想象的空间。

传统车联网企业的通病恰是互联网企业的优势

难看又难用。这是车主龚女士对5年来他用过的3个车载导航的一致评价,最终龚女士改用手机APP导航,包括百度地图、腾讯地图等,将定位服务、轨迹服务、路况服务、电子狗服务等多项服务融为一体,其表现令人惊喜。

在业内人士看来,重技术而轻体验,无法解决用户使用中的痛点,这是传统车联网设备企业的通病,而这也恰恰是互联网企业的优势。

2015年,BAT正式出手车联网硬件市场。1月27日,百度发布了名为Carlife的车联网系统,并获得奥迪、现代、上海通用三家汽车厂商的支持。

一周前,阿里巴巴也同上汽集团签署车联网合作协议。再加上腾讯早已在去年GMIC大会上发布了车联网硬件,目前BAT三巨头已经全部在车联网领域展开布局。

记者了解到,传统车联网前装市场以车场和技术性企业为主,他们更加重视平台开发,模式相对成熟,封闭性高。汽车厂商通过安装这些厂家的车联网前装设备为用户提供导航、远程控制功能,以此提升科技感。

“当消费者的需求无法满足时,车联网硬件市场就出现了一定真空。”业内人士告诉记者,未来5年车联网产业的产值,有望超过1000亿元。

在互联网企业看来,从车联网前装设备厂商到车厂、4S店,车联网设备形成了一个垂直封闭的链条,厂商与车厂可以说是“躺在床上挣钱”,现在互联网企业开始抢占打破这个链条,准备分一杯羹。

同时,在电信覆盖率基本饱和前提下,汽车已经成为最大移动终端和移动信息消费场所,车联网设备也成为互联网企业进入汽车这个新的媒介的入口。

BAT三巨头重点布局车联网的核心不在于短期从车联网项目盈利,而是怕错过大势。移动互联网时代,百度、阿里曾差点错失移动互联网分发入口,最后不得已通过大量投资并购来组建自己的联盟,而在第四屏车联网这个市场上,BAT布局目前看主要是为了抢夺分发入口这个先机。

车联网触“云”民用市场被BAT垄断

而车联网的一个更大机会在于,在消费娱乐时代,过去的产品无法满足消费者对车联网车载设备娱乐性和互动性提出的更高的要求。

针对这一“痛点”,国内首款运用云处理技术的车联网产品“自驾宝”就弥补了这一空缺。

记者看到,“自驾宝”车载系统融合了3G路由器及GPS功能的OBD诊断设备,在车内搭建一个无线WIFI环境,为乘车用户提供更加方便和经济的车载移动WIFI热点,为高清云摄像头和手机APP提供了互联网接入端口。

李志鸿说,像“自驾宝”这样的车联网产品,有了WIFI热点,驾乘体验不再枯燥,车内乘客可以利用设备搭载的云摄像头连续抓拍,关联到手机APP后,可以快速方便地在微博、微信等社交网络上进行分享,让朋友、家人与驾驶者共同感受好玩、快乐的驾驶乐趣。

那么,为什么是赛维安讯推出这款产品呢?作为爱奇艺、乐视网、搜狐、PPTV、土豆等视频网站背后的云视频服务平台服务商,赛维安讯拥有国内最大的第三方互联网视频加速分发网络。这个强大的网络可支撑几亿人同时在线观看视频而不卡,这让“自驾宝”使用云平台进行大数据分析提供可靠的支撑。

如果没有大数据处理分析,一个车辆故障可能一直存在于汽车上,有时车主只能去4S店时才能发现这个问题。而“自驾宝”可通过云服务平台的大数据处理系统,可以准确统计用户的驾驶行为数据,油耗、里程和驾驶时间等指标的排行数据,为车辆进行全面技术检测,并为发现、排除隐患提供科学的依据。

比如在刹车片出现故障前,它会基于采集到的数据提醒车主更换,远比“等故障发生了我们再赶紧去解决问题”更具前瞻性。

山东物联网协会副秘书长苏冠群表示,目前,山东的车联网企业比如山东天安、山东广安这两家技术都已经成熟,但仅局限于商用。民用市场前景广阔,但已被BAT将进入门槛拔高了。目前山东企业的实力达不到,不可能像BAT巨头一样前期先烧钱培养用户习惯后,免费提供给用户,之后靠硬件进入前装市场或靠广告赢利。

上接B01版

回国:做有专利的产品

2009年,刘超和燕喆第一个孩子洋洋出生。通过照顾孩子,刘超感受到中外差别:所有的孕婴类哺乳类产品,中国和外国都有差距,最明显的是安全坐椅。法国规定,12岁以下的孩子出行必须有安全坐椅。直到去年3月,上海才颁布类似法规。去年8月,山东也颁布了这项法规。到目前为止,全国只有三个地区颁布这个法规。

“做这个儿童项目还是挺好的。”刘超决定引进法国技术在中国创业,生产从妈妈怀孕开始、到孩子12岁之前需要的产品。他很快在商河拿了块地,并通过五一五零海外人才计划,申请了济南创业型人才。

就在工厂一步步筹备建设时,2012年,国家颁布儿童乘车必须乘坐安全坐椅。“‘啪’的一下,儿童安全坐椅品牌一下子涌进中国市场,2013年初还十来个,年底到了200多个。”刘超说,价格从200元到三四千元,再到五六千元都有,参差不齐。

“不能再等了,这时候再进不去就更难进了。”刘超立即找到德国欧塞品牌,几次谈判后,成功代理德国品牌。产品原装进口,线上线下一起销售,经过品牌策划后,在天猫、京东、亚马逊、一号店一起造势促销。

刘超又找到了德国品牌的生产商,通过生产商代理了另一个儿童品牌INNOBABY,走大众路线。刘超的产品定位是,在原装进口的产品中,定位于1500-2500元之间的价格空当,注重品牌,追求长期性,倾注心血做一个企业。

刘超原本想上项目、建厂房、大规模作战,但面对市场突然打开的局面,他把企业定位改为贸易和实业中间。大部分钱都投到销售上,尽快赚取利润,让企业转起来。

“销售上去后,还要调整班子。”刘超意识到,整个企业的风气、节奏偏安静,缺少一种有竞争力的狼性,不能东西很好,抱回来,模仿去做,必须不停地往项目里注入新元素。刘超派企业员工去上海培训学习,自己请来法国专家,吸收国外新技术,并在2014年研发出了山东省第一款安全坐椅,适应年龄段从9个月-12岁,成功申请了专利。

“做有专利、有创新的产品。”作为一路一带中线的终点站,在法国创业给刘超带来的最大收获就是能干事、能创新。

延伸阅读

“国际联运”到手,15天货到欧洲

日照港:风快来了

本报记者 李虎

对于“一带一路”,日照人常挂在嘴边的一句话就是:山东出海口无出青岛、日照两港。

去年4月,日照港告别了没有国际联运资质的历史,这无疑是给日照打造“一带一路”桥头堡打了一针“强心剂”。

过去国际运输货物到达日照港,因为没有国际联运资质,要重新卸货、报关、报检、查验、通关再出口,二次“报关”严重影响了通关效率。

现在过境日照的货物,手握一张国际联运手续就可以直达目的地。“有了国际联运资质,从日、韩经海上通道到欧洲,需要40天左右,如果通过日照卸货走亚欧大陆桥,15天左右就可以到欧洲。时间成本的降低,将使更多的国际商船直接停靠日照港,而不会绕行。”日照港党委工作部副部长肖辉说。

去年底,瓦日铁路(原山西中南部铁路)正式建成通车,日照港成为全国第一个拥有两条千公里以上重载铁路直通作业区的港口,这将为日照港新增煤炭1.5亿至2亿吨,日照港也将成为晋煤的主要出海口。

不仅如此,通过这条重载铁路的运输,矿石、粮食、木材等日照港的优势货物可从新疆阿拉山口出境,进入中亚五国,最终抵达鹿特丹、安特卫普等欧洲口岸,全长1万公里,辐射世界40多个国家和地区,贯穿我国境内8个省(区)。

同样是在去年,日照港与中远太平洋签署了多用途码头合作意向书,共同经营相关多用途码头,弥补日照港在集装箱运输上的短板,进一步满足“一带一路”沿线地区客户的运输需求。

日照大宗商品交易中心的上线试运行,将补齐日照的港口链金融产业链,吸引更多的“一带一路”沿线国家地区商户与港口的合作,同时发展物流金融。