

■ 前瞻

互联网+房地产：最后的O2O阵地

□ 华桦

百度日前正式推出百度房产，并在移动端、PC端同步上线，为开发商的商务拓展提供更好支持。万科营销总监杨晓阳在当天发言中表示，万科养老、装修等新业务能在百度直达号上得到引流和带来更多客源。而百度在成为房产商，特别是知名大房地产商卖房入口后，除提供大数据分析的增值服务外，也有机会通过房产开发商，切入到物业和生活服务中去。这看起来是一笔双赢的买卖。

房产如何O2O

买卖房屋属低频、大宗消费，眼见为实的购买体验和诚信体系的建设，似乎都不能支持房产走向线上和实现闭环。所以，一直以来，这个概念听起来更像宣传的噱头。

2015年10月12日，百度直达号房产平台发布会在京召开。此平台将为传统地产企业转型“互联网+”，提供“一整套综合解决方案”，并为消费者打造全新的购房体验。百度云首席架构师侯震宇在会上宣布，百度和开发商一起让利十亿给购房人，让购房人能更便宜、便捷地买到更好的房子。

百度公司副总裁刘骏表示，过去一年，大家都能亲身体会到“O2O”，其不也再是一个苍白的词汇，无论是与“十一”黄金周相关的景区、餐饮、酒店、交通，还是教育、医疗、金融，各种各样的日常生活服务，都在迅速O2O化，其中也包括房产行业。

据悉，万科、万达两大房产行业巨头已先后入驻百度直达号，借力直达号打通房产O2O，从原来的“二万”变身成为更加强大的“二百万”。传统房地产向互联网转型已是大势所趋。

侯震宇认为，对于传统房产开发商，客户结构大体呈漏斗型，首先是潜在客户，打一个电话过来咨询，然后直接到案场看看售楼处和销售人讲什么。开发商更多的是考虑房产营销，如何能找到购房人。对于百度来说，在房地产领域就是连接购房人与购房的服务。百度希望通过线上的、更便捷的方式去认购，然后对接更好的服务。

据侯震宇介绍，2011年至2015年间，房产类检索量逐年增长，增长率达到180%。“搜索是非常精准的需求表达，如果你希望搜一个房产类信息，说明你真的有很大潜在购买需求。房产类搜索上升的180%中，94%是有购房目的的检索需求。这些需求如果能更好地转化，是可以非常精准地导入到案场和销售处处的。”

数据为王降低营销成本

杨晓阳很看重百度精准的线上引流。据其介绍，房地产行业一般营销费率在1.8%至2.2%之间，北京市场一个客户渠道收费，一手房在2%至2.5%之间，二手房为2.7%。更精准的线上引流将有助于降低渠道费用。

百度是整个互联网流量的入口和最上游，大量用户在使用百度，因而百度房产能非常好地承接房产类检索的流量。比如9月有一万多人在搜索“太湖的房子怎么样”，一万五千人在搜索“望京大三居”。

而整个百度生态的大数据，则能更精准地建立用户画像。整个百度的大产品矩阵，搜索、地图、贴吧、凤巢都可以与百度房产联动。百度有大量用户，通过用户的长期使用，百度搜索精准建立起这些用户的画像，比较清楚地了解到用户的使用习惯、在什么地方上班、工作的时间和路程等，非常准确地定位到用户人群特点。百度输入法和手机助手也可以获取用户使用行为。所以，百度房产会建立会员的系统，通过更多的搜索行为和LBS（基于位置的服务）行为，分析用户对房产的需求，帮助开发商界定用户，进行精准营销。

对于开发商而言，大数据下的客户地图和客户行为分析也尤为重要。“作为房地产开发商，其实也叫发展商，之所以叫做房地产发展商，不是说卖一个项目就完事了。更多的是发展，客户从共性到个性方面迭代日新月异，因为地价比较贵，我们要共同研究房地产趋势和客户趋势及共性，就能拥有房地产在营销上的未来，这是我们做定位的前提。”杨晓阳表示。

销售工具支持

百度直达号提供房地产销售的各种工具。例如，可以直接提供预约看房，或直接进来电转接，还有云直播看房、预约看房专车等。同时，百度还可以为开发商提供整套线上和线下支付能力。针对合作伙伴，包括代理和开发商的收款和回款诉求，百度提供一套完整的支付方案。

而百度研究院则做了很多基础研究并将其产品化，包括增强现实、云直播等，这些都可以大幅提升互联网的用户体验。比如云直播可以让客户在售楼处里实景看房。再比如增强现实，可以非常好地使房地产平面广告和户型图切合感更强，即使用户空间想象能力并不是很好，也可以通过户型图感受到房子的样子，提升用户购买欲望。

此外，百度的很多探索，如智能家居，未来也可能和地产界合作，增强产品附加值。据了解，百度房产还将陆续开放房产类搜索结果，把百度更多的搜索能力开放给媒体和房产金融机构，确保贷款能更好地被购房人找到。

杨晓阳表示，万科并不把百度当做一个短期的渠道商来用，而是认为百度是一个能预见未来可持续发展的房地产平台。实际上总结一句话就是：借助数据强大的引流功能和大数据功能，促进万科线上品牌渠道的建设和试水的尝试。（作者为品途网研究员）

■ e流行

DT时代来临 数据成生产资料

□ 本报记者 王荣

阿里巴巴集团董事局主席马云日前出席云栖大会提出，人类已由IT时代进入DT（数据处理技术）时代，数据正成为最核心的资源，甚至在未来，数据可能会成为像水、电、石油一样的公共资源。

业内人士的话说，“IT（互联网技术）时代把人变成机器，DT时代则把机器变成智能化的人，所以我们正在进入一个新型的时代。”

而随着互联网、移动互联网、人工智能时代，数据被大量记录和沉淀，这对计算能力和成本提出挑战，需要建立一个围绕数据的新服务体系和新生态体系，这也需要云计算的发展。

数据是生产资料

如今，每个人拥有不只是一台，可能是两三百台智能设备。这意味着，数据会越来越多地积累在互联网上，数据不仅是文本文件，更多是语音文件、视频文件。

2020年，世界将有500亿部设备连在互联网上，这时人与人、物与物、人与物之间的联系无处不在。每天将产生大量数据，每天将产生大量人物之间的交互、物物之间的交互，人与人之间的交互。

目前各种公司均希望沉淀这些数据，因为数据是生产资料。阿里巴巴CTO王坚解释，因为像脚踢可以帮助破案一样，所有数据都是有价值的，而在互联网已成为基础设施的今天，数据应该像土地和石油一样，变成生产资料，并产生远远超过人们想象的价值。

目前，掌握着海量大数据金矿的政府部门和大型企业，已开始重视和利用数据价值。浙江省省长李强介绍，以大数据推动各产业跨界融合，即能促进传统产业转型，又能催生一大批新兴产业崛起。以大数据洞察民生需要，能在公共事业、健康医疗、养

云计算是公共服务

互联网是基础设施，数据成为生产资料，云计算必然成为公共服务。业内人士指出，数据的大量沉淀对计算能力和成本提出挑战，需要建立一个围绕数据的新服务体系和新生态

体系，这也需要云计算的发展。

云计算是公共服务，它向人类提供高科技、低门槛、简单易用的云计算服务和能力，是一种普惠服务。阿里云认为，云计算改变用户对计算资源的获取方式，从购买产品独立构建计算设施转为寻求社会化公共服务。腾讯研究院最新发布的一份报告也指出，云计算可以提升公共服务效率和后台的稳定性，今后公共服务机构对云计算的需求将进入快速增长期。

在国内，以阿里、百度、腾讯为首的互联网系，以浪潮、华为为代表的ICT（信息、通信、技术）系，乃至中国移动、中国联通等在内的移动通信企业，都先后投入这个潜力无穷的市场。IDC最新预测，今后5年全球云

人，依靠在其它电子渠道上的积累，机器人的交互准确率可以达到95%以上，将这种全球领先的智能机器人技术，以更加鲜活、生动的形式表现出来，并最终将其应用于日常客户服务中去。

小机器人负责人对中国证券报记者表示，智能机器人技术既可以作为独立的软件系统，运行在用户的计算机和智能手机上，也可以以云端服务形式嵌入到具有联网能力的家用电器、车载、玩具、智能服务机器人等终端设备中，只要用上小的“大脑”，它就可以变得不一样。刚刚结束的Gartner全球峰会上，小机器人被作为通用智能机器人平台，以及架构能力的输出商，向全球CIO（首席信息官）和CEO（首席执行官）们推荐，这也代表着中国在智能机器人领域处于国际先进水平。

实际上，在推动智能机器人产业化发展的进程中，小i机器人“从软到硬”是智能机器人发展的趋势。而目前，各行各业对实体机器人的应用都表现出强烈需求，但现实却是，不管是家务机器人还是跑堂机器人，行动起来还是听指令，智能性明显不足。

交通银行相关人士表示，随着市场对实体机器人需求的持续旺盛，在与交通银行创新实验室共同努力下，小i与交通银行联合打造这款银行业的实体智能机器人

合作始于2009年，在6年时间里，先行先后上线MSN、Web、短信、手机客户端、微信等多个渠道上的智能化客服平台，覆盖所有主流电子渠道，提供随时随地7*24小时互动服务，成为银行业首个实现金融服务全面智能化的企业。

实际上，在推动智能机器人产业化发展的进程中，小i机器人“从软到硬”是智能机器人发展的趋势。而目前，各行各业对实体机器人的应用都表现出强烈需求，但现实却是，不管是家务机器人还是跑堂机器人，行动起来还是听指令，智能性明显不足。

交通银行相关人士表示，随着市场对实体机器人需求的持续旺盛，在与交通银行创新实验室共同努力下，小i与交通银行联合打造这款银行业的实体智能机器人

合作始于2009年，在6年时间里，先行先后上线MSN、Web、短信、手机客户端、微信等多个渠道上的智能化客服平台，覆盖所有主流电子渠道，提供随时随地7*24小时互动服务，成为银行业首个实现金融服务全面智能化的企业。

实际上，在推动智能机器人产业化发展的进程中，小i机器人“从软到硬”是智能机器人发展的趋势。而目前，各行各业对实体机器人的应用都表现出强烈需求，但现实却是，不管是家务机器人还是跑堂机器人，行动起来还是听指令，智能性明显不足。

交通银行相关人士表示，随着市场对实体机器人需求的持续旺盛，在与交通银行创新实验室共同努力下，小i与交通银行联合打造这款银行业的实体智能机器人

计算服务支出将增长3倍，预计2020年全球将有3万亿美元通信技术增量由云计算产生。据统计，2014年中国云计算市场规模达1174.1亿，而有关预测分析，2015年至2018年，中国国内的公有云服务市场将保持年均33.2%的复合增长率。

根据计划，到2017年云计算在重点领域的应用得到深化，到2020年云计算应用基本普及，云计算服务能力也将达到国际先进水平，推动经济社会各领域信息化水平大幅提高。

阿里云总裁胡晓明预计，未来3年至5年数据将会迅速爆发，未来就是数据社会，拥有数据，再加上计算能力，未来会产生一万个阿里巴巴一样的数据公司。

产业格局将迎来洗牌

计算平台过去是Intel、IBM、ARM等硬件厂商的客户，是中国移

动等IDC（互联网数据中心）提供商的客户，采购别人的硬件、网络诸多基础设施，部署自家软件系统为客户提供服务，核心是做软件。

如今不再封装于具体的软硬件产品中，云计算使计算能力不再封装于具体的软硬件产品中，而以社会化服务形式呈现，创新商业模式。

对于云计算解决方案，业界分为“公有云私有云”，这两者是互相对立的，彼此之间是割裂的。私有云提供的云计算基础设施并未形成统一标准，无法互联互通，数据无法共享。且所谓的私有云仍受限于传统IT的思路，日益显得低效、高成本，更成为互联网时代业务创新的瓶颈。

因此，业内人士指出，单纯的私有云或公有云只是云计算的一部分，混合云更能满足各类企业用户需求，协助他们通过技术转型带动业务转型与创新。

真正有价值的云环境必须把企业现有基础设施/IT投资（记录系统）与由诸如数据、移动和社交（交互参与系统）的兴起而推动的新云工作负载结合起来，混合云能帮助企业挖掘数据，从数据中获得洞察，做出更明智的决策；利用开放的技术快速整合现有和新增的服务及数据；以推动创新；确保数据安全性，无论数据处于静止时还是处于动态，都能确保私密性和业务的完整性。

Gartner曾预测，截至2015年，近70%企业将采用混合云。越来越多大企业正在考虑采用混合云环境，以便把它们将现有的技术投资和记录系统与大数据、移动和社交所推动的云端新负载整合到一起，获得更好的经济性、高速度和灵活性。云计算正在改变市场环境，混合云时代正在来临。

总而言之，2015年，我国云计算产业规模将高速增长，产业格局将迎来洗牌阶段，云计算企业全球影响力将扩大。

智能手机后市增速不容乐观

□ 本报记者 傅嘉

2015年第三季度全球智能手机出货达3.32亿支，较上季环比增长9.1%。这是全球市场研究机构TrendForce最新的全全球智能手机出货报告发布的。对此，分析人士指出，相比此前，智能手机市场增速已放缓，后市不容乐观，未来相关企业也将面临盈利减少的难题。

中国品牌更是扮演着成长火车头的角色，第三季度中国智能手机整体出货达1.5亿支，环比成长高达16.3%。

TrendForce智能手机分析师吴雅婷表示，由于下半年全球经济状况持续下修，疲弱走势恐怕延续到明年上半年，因此TrendForce最新预估2015年全球智能手机出货量成长为9.3%，2016年预估成长将缩减至7.7%。先进国家市场已趋于饱和，而东南亚与印度等新兴国家更是各家必争之地。在竞争加剧情况下，纵使出货能维持不变，获利减少将是大部分品牌厂商必须面对的首要课题。

作为下半年的明星机型，苹果iPhone6s如期于9月初发布，3D Touch与玫瑰金的外表算是吸引目光的亮点。但在外形无重大改变下，要超越先前iPhone6的亮丽出货表现难度颇高。吴雅婷表示，今年苹果智能手机出货主要受惠于iPhone大尺寸新机种的首度问市，整体iPhone出货量年成长率高达16%，约2.237亿支。

而苹果的竞争对手三星，在第三季度里以25%稳居全球手机出货龙头宝座，但2015年全年Galaxy S6与S系列出货将下修到4000万支；而刚刚推出的旗舰机种Note5在年底前出货约1000万支左右，加上中低价智能手机市场占有率被中国品牌手机厂侵蚀，TrendForce预估2015年三星智能手机出货将首度出现负年成长，较去年衰退1%，约3.235亿支。

华为第三季度智能手机出货超乎预期，今年1亿支手机出货量目标已确定达成，更不排除往1.1亿支迈进。TrendForce研究报告预估，华为在2015年总出货量将达40%以上年成长。

其他品牌方面，小米欲借小米Note进军高价位手机的战略失败，因此下半年小米将重新走回该走的路，性价比高的红米Note2与小米4c陆续上市，虽无法达成年初设定的出货1亿台目标，但也对下半年出货数字将有所帮助，预估2015年出货年成长为14.6%。

联想今年新机相较于其他竞争对手并没有任何亮点，预估出货为7000万支。目前内部正在进行组织重整与裁员，也代表着新联想手机将会在明年重新出发。

吴雅婷表示，华为是第一个智能手机出货达1亿支的中国品牌，但如果将同属于段永平旗下的OPPO与VIVO两个品牌出货合并计算的话，后者极有可能成为下一个出货达1亿支的厂商。不同于现今电商横行，OPPO与VIVO更专注于通路经营与利润共享，加上产品定位明确与进入海外市场时间早，今年出货可望呈现高度成长，预计明年将会有着不错的佳绩。



CFP图片

□ 本报记者 官平

只需“刷脸”，再加一张身份证，她就可以1秒钟查询用户名下的账户余额。在10月15日上海举办的“2015中国国际金融展”上，交通银行携多款创新产品亮相展会，银行业首个实体智能机器人——小i，从早到晚被现场观众层层包围，占尽风头。

小i机器人的个头比成人略矮，但其智商却不低，这位长相标致、声音甜美、高智商与高情商兼具、还能自由行动的机器人，其身体和运动系统来自于韩国机器人顶级制造商，而那项让机器人“能听会说，会思考”的“大脑”则来自于小i机器人。

智能机器人具有感觉、运动和思考的特征，小i机器人的核心在“大脑”，也就是思考能力，而要实

现这一能力就要涉及到人工智能技术，并需整合多种信息承载形式（如文字、语音、体征、图像等）的通信和识别能力。这样，才可以让机器实现像人一样“能听会说、自然交互、有问必答”的能力。

小i拥有全球先进的中文智能人机对话引擎，拥有多项智能人机交互技术关键知识产权，并在多个行业沉淀全球最大的领域知识库、语义库。小i目前已参与和主导用户界面和人机交互（SC35）、智能电视、领域语义库、大数据、社区信息化标准体系（智慧城市）等多项国家和国际级标准的制定，并承担上海市科委、上海市经信委、上海市发改委、工信部等多项攻关任务。

成立于2001年的小i机器人，是全球领先的智能机器人技术提供和平台运营商。交通银行与小i

■ 动向

集成电路 特色工艺”离我们多远

□ 本报记者 徐金忠

“每年我国的集成电路芯片进口超过石油进口，产业亟待发展。”几乎每一家集成电路企业在讲到国内产业时都会这样急迫地表示。

随着国家集成电路产业“大基金”及各地出台的地方版产业“小基金”和扶持政策，集成电路产业正在迎来新的发展机遇。

但在当前全球集成电路产业发展的环境中，国内产业在基础制造追赶世界水平之外，有着创新超越的压力。这其中又涉及到集成电路“特色工艺”领域的创新与突破。作为集成电路制造和使用环节的创新工艺，“特色工艺”和产品其实离我们并不远。

追赶与超越

集成电路是现代智能社会、智能制造、大数据科技等一切的基础，集成电路制造在当下的重要意义不言而喻，但由于集成电路企业投资量大、投资周期长，且在国际国内竞争下，多数集成电

路企业盈利困难，多数处于亏损状态。而国内集成电路设计、制造、封装、测试四个产业环节中，真正基础和薄弱的就在于集成电路产业的制造。

同样，集成电路产业目前的扶持政策无疑都指向制造环节。据国家集成电路产业投资基金（“大基金”）总经理丁文武此前介绍，“大基金”的投资方向明确，其中的60%将投向集成电路芯片制造业，40%则将投向设计、封装、原材料等其他集成电路相关领域。同样上海、武汉等地在推出地方产业“小基金”和扶持政策时，都突出了政策向制造倾斜的重点发展方向。

据产业内企业介绍，当下的集成电路产业特别是集成电路制造领域面临着“奇怪”的竞争格局。“一般国内生产技术有限、工艺落后而无法生产的产品，在世界市场上都是价位偏高，而一旦国内攻克相关技术工艺、实现生产之后，同样的产品将会巨幅降价，使得国内新生制造企业的利润空间在短期内消失殆尽。”

上海先进制造股份有限公司人士介绍。

在国内大力发展集成电路制造的大潮下，国内企业相对较弱的实力，将促使相关企业在技术创新过程中选准突破口，在市场上良好、研发成本可控等制造工艺和产品上，与国际同行进行竞争合作。

“特色工艺”包罗万象

集成电路制造的“特色工艺”包罗万象，并充斥着行业内的专业术语，比如BCD（双极—CMOS—DMOS）、IGBT（绝缘栅双极型晶体管）等。对公众来讲，大多很难理解也很少有人愿意去理解这些术语背后的意义。

但实际上，“特色工艺”制造下的集成电路产品却离我们很近。例如车用集成电路芯片产品大多有定制等特殊需求，其运用的范围囊括汽车动力系统（车用电源管理、发动机空气流量传感器等）等。而IGBT（绝缘栅双极型晶体管）产品的应用范围则更广，囊括乘用车、光伏、风电、高铁