

资讯客户端频推“机器人”争夺制高点

□ 本报计划 王荣

个性化投资服务引流用户

软件,只是提供金融信息,现阶段并没有用户账户系统打通。

 新视界

 新视界

□ 本报记者 李香才

当你的房子做完硬装之后，开始选择家具及配饰时，会不会为不知如何选择而苦恼？全部布置完成后，会不会

配?一些定位于“体验式”家居购物的平台或许能满足你的这些需求。“好衣”公司创始人李松林对第一财经记者说:

记者表示,作为发展目标,公司想做的不仅仅是提供原创生活美学方案的移动家居电商平台,更是希望通过场景美学体验与交互,提供一种可以参考与借鉴的生活方式。

尝试场景购物模式

“未来一段时间,家居主要消费人群是70后、80后和90后,而这一年龄段的人群更倾向于通过互联网

动向

汽车半粒里

□ 本报记者 徐金忠

调查显示,汽车整体重量每减少100千克,百公里油耗可降低0.3升至0.6升。当汽车重量从2500千克降低到750千克时,每升汽油行驶的公里数从

正是出于对减少能源消耗、减少污染物排放等目的，汽车轻量化技术一直以来成为科研、汽车生产制

造等重点探索方向。无论是对于传统动力汽车,还是新能源汽车,轻量化所带来的经济效益和社会效益都相当可观。目前,在汽车轻量化领域,正呈现技术、工艺和材料等多方

发力局面。

看好轻量化材料

此前媒体报道，美国加州大学洛杉矶分校（UCLA）研究人员研发一

种新型超轻复合材料,该材料由镁、纳

CFP图片

而这也正是新闻客户端的发展趋势,移动互联网时代,用户新闻资讯获取渠道多样化,新闻客户端面临激烈竞争。这迫使新闻客户端逐步由宽度向频度转变,内容分发也加速从人到机器主导的转变。

目前,网易、腾讯、今日头条等均在朝着新闻的“千人千面”方向发展,且激烈竞争,这从日前今日头条与咨询机构艾瑞之间的纷争也可见。今日

头条CEO张一鸣认为，艾瑞对其日活跃用户和用户平均使用天数的统计在数据上有失实。因在很多第三方数据机构报告中，今日头条日活跃用户都超三千万，今日头条自己的数据是“日活超过3500万”，但艾瑞的数据始终将该数据描述为“数百万”。

购物模式

近几年，家居行业开始步入深度调整阶段，随着“互联网+”对家居行业的不断渗透，不少传统家居企业开始尝试向互联网转型，比如美克家居、东易日盛等公司均在互联网方面进行布局。

赵剑英认为，互联网只是手段，线下服务更为关键。“有一些平台，虽场景图片很漂亮，但实际销售的产品并不一定是场景图片当中的，就导致一些购买者拿到实物后会很失望，这些平台自然很难留住客户。”而公司是用自身代理的产品，比如推出“一天打造梦想家”活动，在只动软装情况下为客户订制和建立原创家居生活美学搭配方案，且拍摄的家居美学场景，都能在每一个人家实现，所以能保证购买到的产品为场景图中实物。

艺材料齐备

复合材料为代表的轻量化纤维材料制造技术，正逐渐成为未来市场竞争的核心技术。

新型材料在汽车上的运用也已铺开。资料显示,在构成汽车的2万多个零件中,约有86%为金属材料。因此,可以通过使用轻金属来减轻汽车自重,而汽车铝化率达到60%以上也是完全可取的。在汽车制造领域,铝合金是应用最广泛的轻量化材料,全球目前约有12%至15%耗铝量用于汽车工业,有些发达国家甚至已超25%。北美汽车调查显示,铝使用量将在2012年达到每辆车165千克,到2020年这个数字将达到

249千克。看好车用铝材的中国忠旺集团认为,在未来,汽车铝材的开发与应用主要集中在三个方面:一是车身、车架全铝化及大型铝合金型材的开发应用;二是防撞挡及车门刚性结构的全铝化;三是转动部分零部件的全铝化。其中,铝制车身将会成为今后的一种发展趋势,将给

机器与人工和谐发展问题，机器重在扫描挖掘发现信号和机会，而人工重在深度分析和评论，只有找到其中的平衡点，才能满足用户对资讯有效性的实际需求，带来创造性阅读体验。”业内人士表示。

信息流广告爆发式增长

基于用户的画像,广告与信息开始融合,信息流广告开始大行其道。通过大数据算法和技术手段,移动广告也可以做到“千人千面”,让用户置身资讯获取中,广告在一种完全自然状况下,就可以精准地达到目标受众。

分析人士指出，营销的本质不是推送消息，而是不断将用户转化为有价值的消费者。互联网的优势在于不止是媒体，更是用户不断转化的平台，能以用户为核心实现全程营销、转化，形成异常宽泛的“大营销”。

“信息流广告的出现，则符合互联网内容营销的本质。”上述人士介绍，信息流广告操作简单，干扰性较低，与用户移动使用环境融合更为自然顺畅，用户不易觉察其广告属性，使广告潜移默化地呈现出来。同时，信息流广告不仅可以按社交关系和用户属性直达精准目标人群，还可以通过程序化交易等方式进行精准定价，成为移动互联网时代切实可行的广告形式。

据悉,用户对信息流广告接受度比较高。信息流广告的点击率比其他广告高出220%;每次展示可以获得广告收入高出150%。来自芒果移动大数据对外发布一组数据显示,2015年8月的信息流广告请求比2015年3月增长超过100多倍,信息流广告新颖、内容为王的原创广告形式突破移动广告的营销瓶颈。

目前国内信息流广告市场除移动新闻客户端,则是微信、微博这种大型社交媒体。根据HCR旗下大数据产品HiMobile发布的数据显示,两种类型平台各有所长,微信用户单次启动频次高,时长较短,而新闻资讯APP渗透率不及前者,但单次停留长。

次高、时长较短,而新闻资讯APP渗透率不及前者,但单次停留长。

实际上,“好在”的推出是为了解决房主、供货商、设计师等各个环节的痛点。对于房主来说,往往存在不知道买什么、买了不会搭、各家撞货没个性等问题;对于供货商来说,往往没有专

业营销团队,没有垂直家居销售平台,另外没有专业人员进行搭配,没有优质线下推广活动;对于设计师来说,没有品类齐全且优质的家居商品资料库,没有完整的个人作品库。而一般的家居电商平台,一般没有系统的原创家居美学方案,无法一键实现“即看方案,即买产品”,难以打破地域限制、打通各个供货环节。而“好在”做的正是房主、供货商、设计师他们所头疼和不能解决的事。

案,即买产品”,难以打破地域限制、打通各个供货商环节。而“好在”做的正是房主、供货商、设计师他们所头疼和不能解决的事。

是房主、供货商、设计师们他们所头疼和不能解决的事。

虽推出时间不长,但“好在”的商业模式却比较清晰。就是这种清晰的商业模式开始吸引到投资人关注。赵剑英说:“目前公司正在与一些投资机构洽谈天使轮融资,且融资方给出的估值远远超出之前的预期。”他相信,该平台未来也会远远超出每个消费者对它的预期。

析,通过高精度的仿真迭代,一方面找出关键位置进行进一步强化,提升车身强度和防撞能力;另一方面也通过对车身部位进行结构设计的优化和减重,并优化底盘与结构部件之间的连接设计,从而铸造更轻盈、更坚固的车身。迈锐宝XL大比例应用高强度钢和超高强度钢,特别是加大热成型钢应用比例。在迈锐宝XL车身架构中,超高强度钢整体占比高达40%,热成型钢比例也领先同级。良好的车身刚性不仅大幅提升安全性能,也为悬挂和转向机构提供坚实、可靠基础。同时,车身结构优化使得整车实现车身部分重量降低超50kg。

用高强度钢,特别是采用先进热成型钢应用比例。在迈锐宝XL车身架构中,超高强度钢整体占比高达40%,热成型钢比例也领先同级。良好的车身刚性不仅大幅提升安全性能,也为悬挂和转向机构提供坚实、可靠基础。同时,车身结构优化使得整车实现车身部分重量降低超50%。

资料显示,在汽车轻量化技术中,结构优化和工艺改进的作用不容小觑。结构优化设计也是轻量化的重要途径,在满足工艺要求的前提下进行结构形状和尺寸设计。例如,前保险杠的薄壁化开发,常规的设计为

3.0MM壁厚,采用普通的PP滑石粉材料,单件重量4kg至5kg,而吉利采用2.5mm壁厚设计,高刚性PP材料,单件减重10%至15%。在减重的同时,吉利也配合相应新工艺和新技术,通过优化设计、制造,发挥新材料作用。