

阿里云“硬”菜上桌 “小蛮驴”“无影”亮相 2020 云栖大会

“我们不是在做一个技术,而是为了解决一个问题。”阿里云智能总裁张建锋表示,“在未来,云不是靠封闭的系统来占领市场份额,一定是靠开放的系统取胜。有足够的规模和核心技术,比别人做到成本更低、可靠性更高,就是云的核心能力。”

◎记者 温婷 ◎编辑 邱江

以不做硬件著称的阿里巴巴变了吗?在9月17日举行的2020云栖大会上,阿里云最吸引眼球的新品都是硬件产品:首台云电脑“无影”、首个机器人“小蛮驴”。在业界看来,在云计算的“容器”内,阿里云最新曝光的这些“黑科技”,是在贯彻阿里巴巴“云端一体”的新战略。

“无影”是阿里云推出的云电脑,拿在手里只有一张名片大小,比手机还要轻,仅60多克。这是一台居于云端的“超级电脑”,在本地没有主机,也看不到电脑CPU和硬盘的踪影,因为这些硬件设备都集中在云端的数据中心里。用户通过一张名片大小的C-Key,便可随时随地登录指纹ID,接入云电脑服务。将C-key连接到电视机、屏幕上,便可进入专属云电脑桌面,访问各种应用和文件。

在业内人士看来,这款产品最先动的或是PC市场的奶酪。阿里巴巴研究员刘国华透露,“无影”将于12月商用,成为阿里云解决方案的一部分。其首先面向政府和企业端用户市场,目前已有一些企业和政府部门开始定制采购。

为何选择在此时推出“无影”?阿里云智能总裁张建锋认为,未来每个人都可以云上拥有一台超级电脑。“云成为容器,客户开发敏捷应用需要更系统的中台,端的形态也会发生变化。不出几年,消费者的数据也会走上云端,和现在企业上云一样。每个人都会在云端有一个私密的云空间,用户则通过类似“无影”的新终端去访问数据。”

随着云计算服务趋向成熟和5G高速网络的普及,云电脑或将成为企业、组织首选的办公计算机,用户通过其连接任意一块屏幕,就能使用云端的超级算力。

虽然暂时只对政企市场开放,但张建锋认为,未来“云电脑”的家庭市场空间更大,因为屏的问题已经解决,未来就是端的突破。目前,谷歌、华为等公司已有相关思考和布局。

天猫精灵也是端的突破的一个样本。9月17日,天猫精灵发布AliGenie5.0人机交互系统,首次将启动、手势、语音语义等信息输入融合在一起,可通过多模态感知的方式理解人类的交流意图,并直接给出反馈。据悉,这一系统 will 很快面向天猫精灵的合作伙伴开放,年内会陆续支持汽车、房产、智能健康、儿童教育等领域的联合定制产品,覆盖80多个终端品类。

天猫精灵事业部总经理库伟表示,智能终端的设备量正处于快速爆发期,随身穿戴、车载、智能家居、智慧社区、酒店、养老院等需要终端设备服务消费者的领域,都将逐步被智能化改造。他认为,智能音箱的形态已完成“AI智能助手”第一阶段的市场普及,未来将出现更多具备多种交互形态、提供AI助手能力的产品形态。据悉,天猫精灵正在研发具备视觉交互、语音交互甚至行动能力的全场景智能设备。

同日推出的阿里巴巴首款机器人“小蛮驴”,则是达摩院人工智能和自动驾驶技术在端这一方面的最新集成。阿里巴巴注册成立了小蛮驴智能科技有限公司,同时发布机器人平台,正式进军机器人赛道。阿里巴巴达摩院自动驾驶实验室负责人王刚透露,“小蛮驴”已开始量产计划,预计明年就能在一些校园和社区看到它的身影。

一次推出多款硬件产品,阿里云的目的是什么?张建锋道出背后的逻辑:2020年是“万物皆可云”的一年,技术与场景相结合将形成正向循环,这也是达摩院成立以来最大的感受。以“小蛮驴”为例,它是自动驾驶技术与产业、场景融合的产品,其本质是搭建了一个新的“智能机器人平台”来解决物流问题。

“我们还不知道‘小蛮驴’的商业模式是什么,靠的是卖产品还是运送货物收取服务费?这在阿里巴巴不是第一次,就像支付宝诞生时那样,不少阿里巴巴新产品的出现都不是为了商业模式。”张建锋坦言,阿里云是在通过项目来沉淀平台化的能力。

“我们不是在做一个技术,而是为了解决一个问题。”他表示,“在未来,云不是靠封闭的系统来占领市场份额,一定是靠开放的系统取胜。有足够的规模和核心技术,比别人做到成本更低、可靠性更高,就是云的核心能力。”

在张建锋看来,阿里云正通过“云端一体”等新战略的实施,将这些能力融合成为新的云。无论是云手机、云电脑还是云游戏,其本质是触达每个人云空间的端,载体形式多样化,这些都会成为新阿里云一体化平台解决能力的一部分。



■ 董事长专访 ■

德利股份王安：抱诚守真，把苹果“吃干榨净”

◎记者 张良 ◎编辑 邱江

“先做人,再做事。树高千尺忘不了根,土生土长的企业,任何时候都要热爱这片土地。”烟台北方安德利果汁股份有限公司(股票简称:德利股份,下称安德利果汁)董事长王安常常挂在嘴边的这句话,潜移默化地影响着企业员工,也扎扎实实地伴随德利股份发展壮大。

烟台是苹果之乡,土生土长的烟台牟平人王安,本来只是想帮果农解决卖苹果难的问题,没曾想干着干着把安德利果汁干成了行业龙头企业,这让王安非常有成就感。

创建于1996年的安德利果汁是世界浓缩果汁主要生产和供应商、国家级农业产业化重点龙头企业、全国农产品加工业出口示范企业、中国食品工业出口百强企业。从创业初期在牟平筹建第一个果汁加工厂,到如今成功布局6个省份,拥有8个浓缩果汁加工基地和16条浓缩果汁生产线,安德利果汁成功跻身世界浓缩果汁加工行业前列;从1997年上缴5万元税金,到如今累计上缴税金20亿元,实现出口创汇20亿美元,支付果农原料款100亿元,安德利果汁带动许多果农走上一条勤劳致富的康庄大道。

王安始终坚持一条底线:诚信做人,本分做事,凭实力生存,靠实干发展。登陆A股市场后,王安决定先将小品种果汁生产线发展起来,将企业带上一个新台阶。

带头申诉反倾销官司

上世纪90年代中期,王安回到农村老家,眼看着乡亲们的苹果挂满枝头,却又卖不出去,辛苦一年收入寥寥。对于果农焦急的心情,王安感同身受,于是萌生了一个想法:如果把卖不出去的苹果加工成拥有高附加值的浓缩果汁,不但能解决乡亲们卖果难问题,还能大笔创汇。

王安在赴美国考察后确信,苹果汁一定能在国际市场打开销路。1997年3月18日,安德利果汁在广州签订第一条每小时加工10吨苹果的的生产线合同。从4月6日奠基建厂到9月16日第一桶果汁下线,安德利果汁仅用半年时间就实现当年建设、当年上线、当年投产、当年见效。

产品有了,客户在哪里?1997年9月底,王安和公司销售副总一起跑到广交会碰运气。“当时,我们捧着一摞宣传册挨个摊位发放,还购买了一本《国际商贸录》,将欧美果汁经销商的网址翻了个遍,打电话传真推销安德利果汁。”王安回忆道。

功夫不负有心人。安德利果汁收到了美国普利托公司的反馈:急需一个集装箱的果汁,货到若验证大货质量与样品一样,才能付款,而且可能大批订货。一个集装箱19.8吨浓缩果汁,不是小数目。敢不敢发货?敢!创立不久的安德利果汁由此登陆大洋彼岸的美国市场。

1999至2000年,安德利果汁遭遇“寒冬”。1999年6月,针对中国浓缩苹果汁的反倾销案在美国商务部立案。如果被认定为倾销,中国整个果汁行业将面临高额关税。面



德利股份董事长王安

对巨大压力,安德利果汁站了出来,联合国内10家企业应诉。各岗位员工认真准备应诉资料,接受200多个项目、数千个问题的核查,所有原材料辅料、库存、人工费用,所有业务记录、报表,细到一个新购电表的发票、维修更换记录,都要查看验证。最终,应诉成功,安德利果汁获得国内唯一的“0税率”仲裁结果,其他10家应诉企业税率则分别下调到8.98%至27.75%不等,远低于未应诉企业的51.74%的税率。反倾销官司获胜后,2000年安德利果汁出口美国的果汁量占中国企业的70%,一举奠定在中国浓缩果汁行业的重要地位。

国内首家饮料类A+H公司

浓缩果汁是一种刚性消费品原料,目前全世界对浓缩苹果汁的年需求量在100万至120万吨之间,其中中国的占比约50%。目前中国浓缩果汁行业中较大的企业主要有国投中鲁、海升、恒通、安德利果汁,占据国内70%以上的产量。

王安介绍,安德利果汁在陕西、山东、山西、辽宁、江苏、四川等省份的原料果产区附近建有8个浓缩果汁加工基地,拥有16条浓缩果汁生产线。除了内销,产品主要销往美国、欧洲、俄罗斯、日本、南非等地。公司与可口可乐、百事可乐、娃哈哈、伊利集团等国内外知名企业均建立了长期稳定的合作关系。

王安表示,2003年以来,安德利果汁的浓缩果汁销售情况一直不错,只有在2009年企业主营利润出现了亏损,主要原因在于国际金融危机导致订单数量锐减。“那些年浓缩果汁市场供不应求,为满足市场需求,安德利果汁不断扩充产能。”王安说,“当时头脑有点发热,基本上每年扩建一个加工厂。国际金融危机发生后,欧美地区浓缩果汁订单大幅减少,对公司经营造成了一定影响。之后,安德利果汁将年产能控制在12万至15万吨,公司业绩就逐步趋稳了。”

由于主打国际市场,安德利果汁早在2003年就登陆港交所创业板,并于2011

年转港交所主板上市。“目前安德利果汁65%的浓缩果汁用于外销,前几年外销比例更超过80%。当初在港交所上市主要是为了发展国际市场,完全是为了满足客户需求。现在登陆A股,能进一步彰显公司价值,通过行业内的兼并收购,围绕浓缩果汁产业将安德利果汁进一步做大做强。安德利果汁有望成为国内首家饮料类A+H上市企业。”王安说。

王安介绍,安德利果汁的母公司安德利果汁集团旗下有多项业务,除了上市公司的主营业务浓缩果汁,果胶、地产、热电三大业务板块均在上市公司体外。以果胶为例,这是一种主要原料柠檬皮、苹果皮、柑橘皮提炼的物质,营养价值丰富,其最大的好处是增稠,能够吸附重金属或油腻,并将其排出体外,具有保护肠胃的功能。300吨苹果能提炼约1吨果胶,1吨果胶的市场售价约10万元。目前,不少国内乳制品大企业生产的酸奶中使用果胶,中国果胶市场前景可期。

“自创立企业起,我们就提出要帮苹果‘吃干榨净’。目前,安德利果汁形成了从苹果栽培、果汁加工、果皮提胶到果渣生物饲料或发电的循环经济链条,实现了产业化、规模化向可持续发展的战略转移。”王安说。

不忘初心 精准扶贫

王安坦言,让农业增效,让农民增收,让农村增绿,是安德利果汁的“初心”。安德利果汁将果农收获的不适合进入超市的原料果,生产成果具有国际竞争力的天然、绿色、健康浓缩果汁,出口到世界各地赚取外汇,既带动果农增收,又解决农村剩余劳动力就业,实现精准扶贫。自成立以来,安德利果汁累计支付原料果款超100亿元。

2018年,安德利果汁决定对陕西省白水县西固镇雷村46户贫困户共计161人进行帮扶。具体包括3种方式:一是帮扶就业,包括免费提供技术培训;二是果农优先送果,不用排队;三是资金帮扶,2018年起每年9月到161人提供合计9.16万元的无偿资金帮助,帮扶总年限不低于6年。

安德利果汁心系果农,热心带领群众增收致富,每年在全国果农手中收购原料果数十万吨,提供众多就业岗位;心系下一代,主动捐资并组织发动在外发展的有识之士回乡捐资助学;心系困难群体,热心参与扶贫济困活动,先后投入资金近千万元,用于民企联村、共建社会主义新农村等活动,坚持每年对困难职工进行走访慰问,并发放补助金、慰问品,让困难职工感受到公司的温暖;心系灾区人民,热心参与爱心捐赠活动。

“作为农业产业化国家重点龙头企业,安德利果汁未来将持续专注浓缩果汁的加工生产和销售,并不断丰富公司浓缩果汁产品种类,提升公司竞争能力;同时,在保持公司主要产品浓缩果汁竞争优势的基础上,以市场为导向拓展新的利润增长点,加大油汁、果糖、NFC果汁的生产销售能力,形成以浓缩果汁为主、其他水果加工产品为辅的产品格局,开启安德利果汁昂首阔步向前发展的新征程。”王安说。

港股再掀IPO热潮 新股首发市盈率水涨船高

◎记者 黎灵希 ◎编辑 邱江

经历8月的短暂沉寂后,港股新股市场在9月迎来新一轮热潮。投资者打新热情高涨,令港股热门新股首发市盈率抬升。宝新金融首席经济学家郑磊表示,这主要与市场需求、二级市场走势等因素相关,如果市场继续保持火爆,热门新股会得到较高定价,尤其是一些受投资者欢迎的二次上市的中概股,其估值水平可能继续上升。

9月17日,3家公司同时在港启动公开招股,其中包括二次上市的中通快递和再鼎医药。同时,未盈利生物医药股嘉和生物等也将开启招股。同日,内地最大的第三方虚拟商品和服务提供商福祿控股公布招股结果,公开发售获得1258.51倍认购,超越农夫山泉成为今年超购倍数第四高的新股,将于9月18日上市。

福祿控股仅是近期港股新股市场火爆的一个缩影。此前,农夫山泉的公开招股获得70.75万份认购申请,较去年底阿里巴巴的认购申请数量大幅增长2.5倍。

未盈利生物医药股、中概股、知名消费股及新经济股接连上市,是吸引资金流入港股新股市场的一大原因。9月下半月,港股还将迎来近10只新股上市,包括二次上市的华住集团、中通快递,以及房地产SaaS服务商明源云、效果类自媒体营销服务提供商乐享互动。

据悉,明源云、乐享互动此次IPO吸引了多家知名机构担任基石投资者。乐享互动基石投资者包括美国知名投资人Terren Peizer的家族基金办公室Acuitas Group Holdings LLC、阿联酋阿布扎比资本集团旗下投资机构Capital Investment LLC、内地知名基金管理公司嘉实基金以及腾讯生态支付科技平台移卡。

明源云的基石投资者同样亮眼,包括高瓴资本、新加坡政府投资公司、中国国调调整结构基金、红杉资本、贝莱德基金、富达基金。明源云招股书显示,6名基石投资者认购金额合计约2.76亿美元。

基石投资者的加持无疑进一步提高公开招股的热度。截至9月17日,乐享互动已结束招股,明源云的招股期限仅剩9月18日最后半天。据市场消息,乐享互动公开发售获得逾千倍认购,明源云亦获得近300倍认购。

港股新股火爆的背后是日渐显著的打新效应。Choice数据显示,截至9月14日,今年以来有89只新股登陆港股市场,上市首日涨幅在30%以上的有23只。

另据富途证券数据,同期,港股新股上市首日平均涨幅为18%,较2019年高出10个百分点;港股投资者打新的年化收益回报率为193.97%,较2019年高出逾60个百分点。

随着新股市场日趋火爆,港股新股的首发市盈率呈抬升趋势,尤其是热门新股。如农夫山泉首发市盈率约43倍,高于港股同行业可比上市公司;明源云的招股价区间为15至16.5港元,对应公司2019年业绩的市盈率为114至125倍。

英皇证券(香港)有限公司研究总监陈锦兴认为,港股新股上市初期多为“炒供求”,不太看业绩。加上新股多有基石投资者背书,增强了想象空间,造成了新股持续带来盈利及热度不减的现象。接下来,蚂蚁科技集团将展开A+H同步上市,势必掀起更大的追捧热潮,推升港股新股的估值。

紫光展锐推出全球首款芯片级智能头盔解决方案

◎记者 李兴彩 ◎编辑 邱江

9月17日,紫光展锐正式推出全球首款芯片级智能头盔解决方案。据介绍,该芯片级智能头盔解决方案将蓝牙、Wi-Fi、LTE、GPS、AI等功能模块集成在一个芯片平台上,采用Cat.1方案(类似低配版4G终端),用一颗芯片实现智能头盔的核心功能。

解放外卖骑手的手和眼,提升其工作效率和安全性,是该款智能头盔解决方案的最大亮点。紫光展锐产品总监李鹏介绍,该方案采用AI视觉辅助及智能语音技术,搭载公司芯片的头盔可实现系列播报、提醒、引导、上报、控制等功能,骑手无需操作手机,从而减少安全隐患。凭借其在通信领域的优势,该解决方案可解决骑手手机型号不统一带来的定位差异问题。方案提供亚米级定位精度,可定位到车道,大幅优化骑手的路径,从而节省配送时间。

该解决方案还具有高性能、低成本、低功耗等优势。紫光展锐测试数据显示,结合优化设计的算法,展锐智能头盔解决方案在底层硬件上实现连接更稳定、算法更精准,在某些特定场景下,其通讯连接稳定性较市面同档位非芯片级方案提升50%。成本方面,高集成度能有效降低开发及部署成本,采用展锐芯片级解决方案,智能头盔综合成本将较非芯片级方案降低30%。功耗续航性能方面,搭载展锐芯片的智能头盔标准版本基本可以维持3天的续航(3天充电1次),普及版的续航能力高达7天。

针对不同的用户群体和市场需求,紫光展锐推出了普及版、标准版、旗舰版三大档位差异化解决方案。据悉,搭载展锐智能头盔解决方案的头盔产品预计将在今年四季度实现小范围试用。

作为全球仅有的5家5G基带芯片供应商之一,紫光展锐正谋划科创板上市,pre-IPO轮的投前估值约500亿元。今年上半年,紫光展锐完成上市前的股权重组,大基金二期、上海集成电路产业投资基金、诸暨闻名景盈投资管理合伙企业(有限合伙)等合计增资50亿元。另外,上海国盛(通过旗下国盛资本)、三峡资本也通过受让老股,成为紫光展锐的股东。