

谷歌等巨头布局手势识别市场

未来或将取代触摸屏

上周最新披露的一项专利显示,谷歌正在研究利用空间感知和手势控制来操控各类设备,以取代触摸屏地位。业内认为,手势识别无疑是VR/AR设备最好的交互方式,目前手势识别技术在VR上已初步实现。

随着包括微软、苹果、谷歌等在内的全球领先的高科技公司加大研发力度,以及该技术在更多智能设备上的应用和普及,触摸屏也将进化成全息投影,只需点点手指头就能操控身边的各种智能设备。

专家表示,这种技术目前在游戏领域已经有一定的应用,但随着技术的进步,未来体感技术还可以用在商场的服装店,甚至用户可以在网上随意试穿自己喜欢的衣服。

谷歌自定义手势操控新专利曝光

从谷歌专利描述来看,该技术可让设备对用户手势进行直观感知,除了简单的推、拉、点触等动作外,还能实现更多复杂的手势操控。支持谷歌新专利的智能设备,可理解用户做出的各种手势含义,比如用户希望智能设备关机,只需做出两次拇指向下的手势即可。

记者获悉,谷歌的ATAP实验室多年前就在开发新的人机交互,在2015年5月,谷歌首先公开演示了Project Soli技术,这和目前谷歌的新专利有异曲同工之妙,因为新专利中的普通操作就提到了按压、推拉和轻触三个动作。目前,谷歌已经放出了一个Soli SDK,供开发者提前“试水”。

随着近年来更多商业化应用的出现,手势识别市场规模正在急速扩大。今年三月,市场分析公司Markets and Markets曾发表报告称,到2024年,手势识别和无触碰感知的市场规模将达到340亿美元。而此前更有数据显示,早在2014年,全球手势识别与传感



器市场达到了31.2亿美元的规模,复合年增长率为32.78%。

业内:手势识别仍是拓荒期

谷歌、苹果、英伟达、微软、亚马逊等巨头纷纷在手势识别领域布局,如微软的手势识别追踪技术handpose、亚马逊获得的AR手势识别专利等,涉及了智能家居、AR/VR、芯片、自动驾驶等各大硬科技领域。

而随着国内市场环境的改善,接受能力强、学习及创新能力强的手势识别技术公司也开始渐渐崭露头角,如凌感、诺亦腾等。顺应而来的,很多国外的技术开发商开始在中国设立海外办公室,与国内硬件厂商、内容开发商合作,共同打开中国市场,如即将在中国设立境外办公室的Leap Motion等。

不过,国内外的手势识别市场规模并不大,大多数公司都处于产品化、市场化的早期阶段,有些初创公司还处于技术研发阶段。除

了技术原因之外,更重要的一个因素是手势识别还未找到合适的、能够支撑其爆发的应用场景。

现在,手势识别正处于一个拓荒期,VR/AR、智能家居、汽车系统、自动化系统这几个领域是尝试的方向。

预测:未来或将彻底取代触摸屏

“未来的主流人机交互方式,一定不会是键盘、手柄。而凌感科技要做的,就是让人们在数字世界里的手机,像真实世界用手那般自然。”uSens创始人兼CEO何安莉说,上个月,凌感科技完成了对核心产品Fingo的优化升级,新一代Fingo在识别精度上有了提升,并重点解决了双手识别遮挡问题,即使在双手有折叠、遮挡的情况下,每只手的姿态也能被准确识别出来。

特斯拉引入了一块17英寸的大号平板作为车载电脑控制终端,引领了安装平视显

示器新趋势。但人的胳膊长度是有限的,不可能触碰到整块屏幕,所以在这种趋势下,触摸屏的操作方式非常有限,车企想到了把手势交互用到车载显示器上。车产业是一个更为庞大而且成熟的产业,巨大的用户基数和产品附加值意味着手势识别有发展的空间,另一方面,车企的产业升级则决定了手势识别技术是否有这个机会。

除此之外,凌感科技的手势交互还被客户用在了线下娱乐产品上,用手势控制的娃娃机,不用摇杆控制,只需要在娃娃机前挥挥手,就能控制机械臂抓娃娃。

专家:体感交互是未来主流模式

互联网资深专家刘兴亮表示,体感交互未来会成为一种主流的交互方式。这种技术目前在游戏领域已经有一定的应用,可以让人们得到身临其境的游戏体验。刘兴亮预计,体感游戏将会成为游戏用户的新“宠儿”,它可以不用任何控制器,用肢体动作就可以控制游戏里的玩家,可以让用户更真实遨游在游戏海洋中。据悉,目前除了游戏领域应用了这项技术,其他领域比较少应用。

对于未来的发展,刘兴亮表示,终极的人机交互就是通过感应来传输的,主要表现眼动追踪、动作识别、语音控制、触觉交互、地理空间跟踪等体感交互。它通过红外扫描、热感应、声音图像识别分析、图像跟踪算法和空间物理定位技术,可以让人们更加好的利用自己的行动来对机器发出指令,达到人机合一的完美境界。刘兴亮表示,随着技术的进步,未来体感技术还可以用在商场的服装店,甚至用户可以在网上随意试穿自己喜欢的衣服。

(倪明 段柳群)

玉柴领航丝路 勇闯五洲

“一带一路”国家战略,是机遇,更是挑战。

在国内,“玉柴机器,绿色动力”响彻大江南北,“玉柴现象”震撼华夏九州。中型卡车第一动力、6米以上客车第一动力、70马力以上收割机第一动力、船用和发电用第一动力……凭借玉柴人不断的努力,玉柴翻越了一座又一座大山,摘取了市场一个又一个桂冠,从一个小农具厂一跃成为中国最大的内燃机生产基地。几十年的风雨,让玉柴的羽翼更加丰满健壮;几十年的征程,让玉柴的脚步更加坚定稳健。

金戈铁马 扬帆出海

在征战国内市场之初,玉柴便走出了国门,配装玉柴产品的船只航行在东南亚河道、渔场之中,走向世界的梦想油然而生。

世界这么大,该如何去看?环顾一周,实事求是,玉柴分别从陆上、海上定了两个区域作为突破点:陆上突破点是东南亚,海上突破点是拉丁美洲。1997年,玉柴吹响了进军海外市场的号角,在越南、中美洲成立了越南办、中南美办,这两个区域市场快速发展,成为了玉柴开拓海外市场的根据地。此后,为了加速海外各区域市场的发展步伐,玉柴从2006年到2016年期间,相继在俄罗斯、埃及、泰国、印度、菲律宾、沙特、秘鲁、缅甸等国家以及中亚、欧洲成立了办事处。至此,玉柴海外营销网络架构成型,玉柴开拓海外市场开始谱写新的篇章。

开疆拓土 成绩斐然

玉柴海外市场开拓之路,在公司总体的发展中添上了浓重的一笔。

在越南,2005年以前,玉柴机器每年的销售进入量只有几百台,2005年全年进入量也仅是一千来台;到了2009年,年进入量超过一万多台;到了2015年,年进入量近二万台,创历史新高。如今,玉柴越南市场保有量超过了11万台。

在中美洲,玉柴抓住改装车市场机会,创造了单年自营代理出口超过1万台的纪录。如今,玉柴在中美洲地区的保有量超过3万台。

在缅甸,2010年以前,每年只是零星几十台的进入量;2014年以后,每年的进入量均在5000台以上,创造了玉柴海外市场增速最快的纪录。如今,玉柴缅甸市场保有量超过2.9万台。

在沙特,当地政府的校车招标项目中,玉柴屡屡夺魁;在沙特路上跑的中国客车,90%以上装配了玉柴动力。如今,玉柴沙特市场保有量超过2万台。

在菲律宾,客车市场高度开放,各客车厂势均力敌,从2011年开始,玉柴机器已然成为终端用户和客车厂的首选动力。如今,玉柴菲律宾的保有量超过1.6万台。

……

“十二五”期间,玉柴海外进入量超过16万台,相比十一五增长超过53%。日前,2000台配装玉柴YC6GN天然气发动机的公交车分批运抵缅甸仰光,成为玉柴产品在东盟市场的最新斩获。而在两个月前,600台配装玉柴YC6MK发动机的安凯A9高端客车销售到了沙特。玉柴创新服务模式,紧抓“一带一路”建设契机,重新布局海外市场,加大海外市场投入,海外市场实现逆势增长,2016年玉柴发动机海外市场进入量达4.3万台,2017年上半年则达2.4万台,同比增长4.6%。不管是东南亚、中东,还是拉丁美洲;不管是传统的区域市场,还是潜力的新兴市场,玉柴持续发力,海外市场的疆土不断扩大。

谋划丝路 继往开来

目前,玉柴在“一带一路”沿线有10个办事处和3个驻点机构,在全球41个国家发展了近150家海外服务代理商,累计海外市场进入量超过36万台,产品覆盖全球五大洲,170多个国家和地区,主要销售在“一带一路”沿线国家和地区,并在越南和缅甸的卡车市场、菲律宾和沙特的客车市场形成了明显竞争优势。

通过早年的布局,玉柴完成了海外营销服务网络的初步构建,为下一步的市场发展打下了坚实的基础。在“一带一路”建设浪潮中,海外市场竞争更加激烈,玉柴将加大海外市场投入,提升竞争优势。一方面,继续建设完善营销网络,在中亚、非洲、东欧、拉丁美洲等发展快速的潜力市场新建机构,在东南亚传统市场的新细分市场新增人员,开拓和深挖市场,促进各区域市场协同发展。另一方面,进一步提升海外服务保障能力,在越南、缅甸、菲律宾、沙特、中美洲,根据市场情况设立相应的配件中心库、服务培训中心,切实保障售后服务满足海外市场快速发展的要求。同时,玉柴将重点推进海外改装和海外当地配套市场开发,提升玉柴在海外当地市场的品牌影响力。未来,玉柴还将通过设立海外公司、海外合资建厂等方式进行属地化运营,逐步从产品销售转向技术输出,最终实现国际化。(廖俊锋)

“解家老家河南菜” 全力打造豫菜新名片



● 图为解家老家河南菜创始人解忠杰以6.8万元的价格拍得头鱼。

■ 本报记者 李代广

“我们与南湾湖管理局达成独家战略合作伙伴以后,定期组织专车来南湾湖直接采购,推出的‘南湾鱼一鱼两吃’,每天使用上千条南湾鱼,点单率高达90%,销量全河南第一,或将逐渐成为河南人招待四海宾朋的一张新名片。”9月28日下午,2017丁酉年南湾湖第五届开渔节在风景秀丽的河南省信阳市南湾湖风景区隆重举行,专程过来参加活动的“解家老家河南菜”创始人解忠杰在接受记者采访时说。

一年一度的开渔节,是信阳市南湾湖的重大节事,吸引了来自河南省内外的近千名游客参加,来自社会各界及30余家中央驻豫、河南主流媒体记者也共同见证了这一时刻。

据了解,本届开渔节由信阳市南湾湖风景区管理委员会主办,信阳市南湾湖风景区开发有限公司、信阳市南湾水库渔业开发有限公司、解家老家河南菜承办。

解家老家河南菜是总部位于河南郑州的一家连锁餐饮机构,成立于1996年,目前拥有10家分店,遍布郑州多个区域。

2016年初,解家老家河南菜为了找到最适合“老家河南菜”的食材,了解这些菜最地道的做法,解忠杰带着团队来到被誉为“中州明珠”、“中原第一湖”美称的南湾湖,走进渔民家里请教。

解家美食研发团队被这里自然优美的环境所吸引,放弃坐车,徒步走到水库旁,用脚步丈量出优质水质里自然生产的野生南湾。随后与南湾湖确立独家战略合作关系,共同推出了拿手招牌菜——“野生南湾鱼,一鱼两吃”,很快,就风靡郑州,受到了广大消费者的喜爱和欢迎,由于这里的南湾鱼是原汁原味原始的纯野生地道食材,已成为河南菜的又一新经典之作。

南湾水库渔业公司总经理刘友友表示,南湾湖所产南湾鱼肉质鲜美,富含微量元素,含有蛋白质、脂肪、人体必需的多种维生素及稀有元素,自从与解家老家河南菜合作以来,其销量已成为南湾鱼单体企业采购全国第一。

当天的活动中,随着第一网南湾鱼的捕捞完成,鱼头拍卖更是将整个活动推向高潮,经过多轮竞价,最终解家老家河南菜以6.8万元的价格拍得头筹,据介绍,本次拍卖所得款,将用于南湾湖附近贫困村进行扶贫使用。

牧原股份与中国平安产险签署战略合作协议

● 本报记者 李代广

9月26日,牧原食品股份有限公司(以下简称“牧原”)与中国平安财产保险股份有限公司(以下简称“平安产险”)战略合作协议签约仪式成功举行。

平安产险总公司农险部副总经理邱杨、河南分公司副总经理王江、平安银行郑州分行贸易金融部总经理丁淑君,平安证券股权事业部执行副总经理杨淑敏,平安好医生中西区客户经理陈翔,牧原副总秦军、副总王华同等领导出席签约仪式。

签约仪式由牧原副总王华同主持。牧原



副总秦军首先作签约致辞。他表示,牧原与平安产险自2015年开展业务合作以来,持续发展双方之间长期、稳定、互惠、诚信的合作关系,已经在多地多个子公司进行了紧密而广泛的合作。当下,在牧原的快速发展阶段,期待与平安产险能够实现从传统的保险

业务到资本市场方面的深入合作。

“牧原与平安产险战略合作协议的签订,将充分利用双方优势,实现资源互补,为彼此的发展带来新契机。”平安产险河南分公司副总经理王江表示,本次战略合作的达成将加速平安产险综合金融产业与牧原的深度融合,能够对双方发展都产生深远的影响,未来共同努力也一定能够实现可持续共赢的大好局面。

签约仪式结束,双方就企业发展和核心业务进行了详细介绍,并针对农业保险、融资贷款、企业发债、员工福利等相关业务问题进行了深入的交流和探讨。

一汽长安或本月签战略合作协议

业内:大车企合并是趋势

■ 俞立严

刚经历当家人“换防”后的一汽集团和长安汽车正在寻求战略合作。日前从长安汽车所在的中国兵器装备集团传出消息,集团董事长徐平曾率团亲赴长春,深入中国第一汽车集团公司调研,同一汽新帅徐留平达成一致,双方有望于本月签订战略合作协议。均已挤入《财富》世界500强的两家央企的汽车业务能否完成从人事换防到战略合作,最终走向合并的“三部曲”引发关注。

双方有望于本月 签订战略合作协议

根据中国兵器装备集团公司机关报纸《中国兵器报》披露,中国兵器装备集团公司董事长、党组书记徐平率团于8月28日曾前往吉林长春,深入中国第一汽车集团公司调研,同一汽集团董事长、党委书记徐留平交流座谈,双方一致认为,要加强战略互动,发挥各自优势,促进共赢合作。

事实上,会议桌两侧的这两家央企一把手就在一个月前还是对方企业的当家人。2017年8月初,临时主持中国兵器装备集团工作的公司总经理、党组副书记徐留平与一汽集团董事长、党委书记徐平对调单位,徐留平转正担任一汽集团董事长、党委书记,徐平担任兵装集团董事长。

“兵装集团与一汽集团同属央企,都肩负着做强做优做大国有企业的重大使命,都是中国汽车产业由大变强的重要力量,一汽集团和长安汽车都是中国汽车行业代表性企业,双方各具优势,加强战略互动,发挥各自优势,促进共赢合作,不仅是双方应对日趋激烈竞争的现实需要,也是中国汽车产业由大变强的客观需要。”徐平说,他指出,合作不仅将对双方下一步发展产生积极影响,也将对中国汽车企业各展所长、抱团取暖探索经验,提供示范。

徐平分析了一汽集团和长安汽车的各自优势和合作潜力,他认为一汽集团和长安汽

车在产品技术研发、采购、制造、物流、管理、新能源、新业务等方面各具优势,双方围绕这些领域加强互动,优势互补,能有效优化资源配置,产生良好协同效应,促进共赢发展。

徐平表示,双方要加强业务领域合作,围绕现有及未来整车产品,现有及未来动力总成、新能源汽车、智能网联汽车、共享出行、汽车租赁、零部件采购、物流仓储、国际化布局、资本等方面开展深度合作;要加强企业管理领域合作,围绕研发管理、采购管理、营销管理、供应商管理、制造管理、人力资源管理等方面开展交流学习。

徐留平对徐平关于双方合作潜力的分析表示认同,对徐平关于加强双方合作的提议表示完全赞同。徐留平表示,一汽将着手加强与兵器装备集团公司汽车领域的合作,拟于2017年10月率团前往兵器装备集团公司,就促进汽车产业共赢发展进行深度交流,进一步梳理细化双方合作项目,期待双方届时能签订战略合作协议。

记者随即也联系了一汽方面的相关人士,该人士表示对于一汽和长安的合作事项目前暂没有信息发布。虽然一汽方面不愿透露更多信息,但是业内对于两大汽车集团合作甚至合并的憧憬与猜测却远没有停止。

合并疑云

中国兵器装备集团公司(简称“兵装集团”)位列2017《财富》世界500强第101位,其又名中国南方工业集团公司(简称“南方工业”),属于一个公司两块牌子。兵装集团拥有长安汽车集团股份有限公司、保定天威集团有限公司、中国嘉陵工业股份有限公司、建设工业(集团)等40多家工业企业,拥有研究院所4家、研发中心3家。而同为央企的中国第一汽车集团公司作为共和国汽车工业的“长子”,旗下也有多家上市公司和红旗等知名品牌,位列2017《财富》世界500强第125位。“国内大的车企会合并的,这是趋势。”罗兰贝格汽车行业合伙人舒畅对记者说,舒畅直言,从中国汽车工业和市

场发展来看,没道理在长春、武汉、重庆、上海、广州等这些城市有那么多的汽车国企。

2017年3月25日召开的国务院常务会议强调,要继续加大国企改革力度,加快国有资本投资公司、运营公司试点,充分发挥市场机制作用,促进强强联合,优化资源配置,有效解决重复建设、过度竞争等问题。今年在政府工作报告中提出,加快实施走出去战略,鼓励企业参与境外基础设施建设和产能合作,推动铁路、电力、通信、工程机械以及汽车等中国装备走向世界。

在舒畅看来,合作整合甚至合并会为一汽、长安等国车车企带来很多好处,增强车企对外竞争力。比如对这些车企需要应对目前汽车电气化、自动化等技术日新月异所需要支出的研发费用就有帮助,因为规模变大,分摊的研发成本就变小了。

不过,也有观点指出,作为全球成功车企的代表日本丰田2016~2017年全球净利润高达130亿美元,远超中国车企巨头。如果“抱团取暖”的中国国有车企通过联手在销量上超过丰田,而利润则被丰田这样的国际巨头碾压,简单做加法的合并意义不大。

对此,舒畅表达了不同的观点,他指出,丰田这样的车企一个热销车型的销量就是百万级的,国内车企现在还做不到,但可以通过整合再做国际化,形成百万级的车型,这样未来的营利空间会更可期。

值得一提的是,近两年来,国内汽车领域发生了两次罕见的一把手互调,徐平从东风董事长变成一汽董事长,再变成中国兵器装备集团董事长,与他调岗位的分别是一汽原董事长竺延风,以及中国兵器装备集团公司原董事长徐留平。这两次岗位调整,被视为中国释放出汽车板块改革的信号,汽车界合并重组的言论也甚嚣尘上。

不过,就一汽与东风之间的行动看来,这样的合并重组还任重道远。这两家虽然在今年年初签署“共建前瞻共性技术创新中心”战略合作框架协议,但双方在合并重组方面至今并没有实质上的行动。

(来源:第一财经)