

2017MWC上海探班——

## 科技“迪士尼” 展前沿移动技术

庞大的移动生态,正为众多高端前沿移动技术和智能应用提供着“百花齐放”的“土壤”。

上周,为期4天的科技“迪士尼”——2017GSMA世界移动大会(MWC)在沪举行。据GSMA大中华区总裁斯寒透露,本届展会从上届的4个展厅扩展至7个,包括针对B2B的“行业馆”,以及集合体育、生活、娱乐、学习等内容的“体验馆”,从运营商到智能平台,参展企业均使出浑身解数在智能移动技术领域“争奇斗艳”。

青年报 王霞

新时代:  
从4G到5G“万物互联”

“4G的蓬勃发展带来了移动互联网的繁荣,改变了人们的生活。未来,5G、物联网、人工智能等技术的发展,将推动社会加速进入万物互联新时代。”近日,2017 GTI国际产业峰会于本届MWC·上海期间召开,中国移动副总裁李正茂在会议现场发表演讲时表示,从4G到5G,希望未来与GTI、GSMA等国际组织及全球产业伙伴开展更深入广泛的合作。

本届GTI产业峰会旨在探索4G、5G与智慧城市、智慧驾驶、智慧制造、人工智能等行业融合的颠覆性创新实践,以期创造新的市场机遇和商业价值。

李正茂指出,连接泛在、感知泛在和智能泛在将成为新时代的3大主要特征,中国移动将“坚定走连接驱动发展的道路”,预计今年将实现12.2亿的连接数量,2020年稳步增长到17.5亿。

目前,中国移动已确定“大连接”战略,并将在连接泛在领域打造先进优质服务体系、开展跨行业深度合作、积极推动ICT深度融合,在感知泛在领域推动多样化、智能化终端的发展,在智能泛在领域提升“深度学习”、智能语音分析等人工智能核心能力。

新生活:  
融智能于健康 个性至上

智能移动技术正逐渐进入“寻常百姓家”,比如健康领域。

本届MWC异常“活跃”的诺基亚,此次不仅与中国联通、英特尔、腾讯云携手首次公开搭



建“面向5G网络的MEC智能场馆整体解决方案”,还推出包括Body BMI Wi-Fi无线健康智能体重秤以及重新设计的Health Mate手机应用程序等互联智能健康系列产品。

“中国市场潜力巨大,相信外形时尚、具有高精确性的健康产品能够监测并协助新一代消费者活出健康人生。”诺基亚科技(北京)有限公司总经理钟清明表示。

个性化是本届新品亮点之一。作为诺基亚数字健康体验生态系统的核心,Health Mat可在收集到每个设备中关于体重、活动、睡眠状况等关键指标后,为用户提供个性化健康指导。

据诺基亚亚洲智能健康市场营销主管Julien de Preaumont透露,其智能健康品牌将正式推出官方微信以及微博账号,并即将携手HMD推出特别优惠,“为消费者提供更佳体验。”

新“视”角:  
从硬件到内容“有趣最好”

本届MWC期间,一款名为“咪咕电视”的互联网电视引发众多参观者的兴趣。

据悉,该款电视中国移动咪咕与康佳联手打造,集“硬件、软件、人工智能、内容”于一体,其中搭载的“咪咕灵犀”语音平台,可为用户提供人机语音互动、数字化阅读、乃至天气查询等多种生活服务,“想看什么,你‘说’了算。”

而支持手机、电脑、电视的“三屏互动”功能,则可为用户带来无缝的场景切换。

据了解,该款电视覆盖当下主流的32寸曲面屏、43寸及55寸4K屏3种,由康佳提供外观设计和影音体验。同时聚合咪咕视频、咪咕音乐、咪咕游戏和咪咕学堂4款专属应用,覆盖80%以上头部内容、100多款云游戏、1000万首以上的音乐资源,

以及累积超5000个精品课程的教育资源。

新成果:  
打破信息壁垒“玩转数字”

数据的搜集与应用显然已成为当前各领域的“宠儿”。

基于实时数据,中国电信在本届MWC期间展出了其最新的“大数据”产品体系:“星图-金融大数据风控平台”、“鲲鹏-旅游大数据平台”和“鲲鹏-地产大数据平台”。

据其相关负责人透露,中国电信目前已服务于数10家银行和上百家互联网金融机构,并分别在旅游和房地产领域提供数据可视化分析与全业务流程的解决方案。

为打破信息壁垒,此次中国电信将其“统一账号”业务推到台前,以期“从用户信息安全出发,解决其电信业务统一认证的问题。”

## ■资讯

VOGA首款  
激光投影机发布

6月28日,VOGA正式推出旗下最新产品:VOGA V激光投影机。据了解,此番推出的VOGA V激光投影机,是一款突破屏幕边界,充满创新与想象力的产品。VOGA V通过激光投影的方式,打破常规人与屏幕的交互局限,给人们全新的无限视界体验。

据悉,VOGA V激光投影机采用了先进的MEMS激光投影技术,将三色激光束投射于界面形成清晰的影像,而且无需对焦就能时刻保持画面清晰,即便是斜放投影,也能通过智能梯形校正显示为标准画面。同时,MEMS能够实现5000:1的高对比度,超过150%的色彩饱和度,让画面更加清晰,色彩更艳丽。

青年报 王娟

亚马逊Prime  
会员日首登中国

6月29日,亚马逊宣布,第三届亚马逊Prime会员日定于2017年7月11日全球同步开启。今年的亚马逊Prime会员日将在全球13个站点同步举行,规模是历届中最大的一次。亚马逊中国将首度加入Prime会员日。登录z.cn/primeday,注册成为亚马逊中国Prime会员,即可参与亚马逊Prime会员日全球狂欢盛典。

据了解,亚马逊Prime会员日期间,中国的Prime会员不但能享受到亚马逊中国的优惠,还能通过亚马逊海外购享受实时同步亚马逊海外站点的专属特惠折扣,覆盖母婴玩具、服饰鞋靴、箱包首饰、红酒美食、厨房用品、生活百货等多个备受中国Prime会员喜爱的品类。 青年报 姜卓

“好莱坞直通车”  
亮相申城

作为中美影视文化交流的重要项目,“好莱坞直通车”在上海国际电影节中一直占据着举足轻重的位置。近日,“好莱坞直通车之夜晚会”在上海外滩天宴秀场开幕,由好莱坞之母、环球影业前总裁Donna Smith与美中文化大使李凯文共同开启,并得到了澳门国际电影节组委会、北京电影学院的大力支持。

活动中,多家影视平台在众多业界大咖的见证下,签署了战略合作协议。除了上海文化发展基金会宣布成立,李凯文与北京电影学院领导同时开启国际大学生电影节,以及电影学院师生赴美深造的国际交流项目。澳门国际电影节组委会主席许超平则与上海电影(集团)有限公司董事长任仲伦举行了电影《大海滩》合作签约仪式。 青年报 沈旖旎

## 五粮液创新国际化路径携施华洛世奇推新品

青年报 王娟

6月28日,五粮液携手国际时尚品牌施华洛世奇宣布正式推出经典与时尚、中西相融的创新新品“缘定晶生”。

据五粮液方面介绍,五粮液作为白酒文化的代表,更多彰显着豪迈的男子气概,施华洛世奇作为时尚文化代表,体现了女子的精致优雅。双方携手不仅体现了施华洛世奇素有的时尚理念和国际视野,更将五粮液的中国酒文化展现得淋漓尽致。

据了解,“缘定晶生”采用瓶中瓶设计,由两只施华洛世奇经典水晶天鹅构成爱心,酒

瓶颈部由意大利工匠手工镶嵌施华洛世奇水晶,蕴含了对爱情的鉴证和美好祝愿。

业内人士认为,五粮液“缘定晶生”是顺应新一轮消费升级、聚焦婚庆喜筵细分市场、为年轻群体提供个性和差异化服务的创新型产品,将成中高端婚庆喜筵细分市场“新宠”。

五粮液股份公司董事长刘中国表示,双方合作展示了五粮液品牌的国际性、时尚性和高端属性,未来将不断加强不同国际品牌的跨界合作,为消费者推出更多更好的创新型产品,并希望通过“缘定晶生”助力五粮液的新发展。

施华洛世奇第五代家族成员、执行董事局发言人Markus Langes Swarovski对双方合作信心十足,他表示,“施华洛世奇一直以来有着丰富的灵感和创意,我们将全力发挥这一优势,并整合全球渠道等资源,助力代表着中国传统文化的五粮液拓展海内外市场。”

“知名酒企与全球时尚品牌的跨界合作,在行业中具有里程碑意义。”业内人士对此表示,双方携手不仅将成为中国白酒企业异业合作、共拓细分市场的典范,也为中国传统品牌创新、升级,乃至国际化之路提供了一条可资借鉴的新路径、新模式。

