

中国互联网络发展状况统计报告发布

10.79亿网民共享美好数字未来

中国互联网络信息中心昨日发布第52次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。
《报告》显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿人,较2022年12月增长1109万人,互联网普及率达76.4%。

《报告》显示,在网络基础资源方面,截至2023年6月,我国域名总数为3024万个;IPv6活跃用户数达7.67亿;移动电话基站总数达1129万个,其中累计建成开通5G基站293.7万个,占移动基站总数的26%;移动互联网应用蓬勃发展,国内市场上监测到的活跃App数量达260万款,进一步覆盖网民日常学习、工作、生活。



《报告》显示,网购占消费比重稳步提升,跨境电商等业态模式保持较快增长。2023年上半年,全国网上零售额达7.16万亿元,同比增长13.1%。其中,实物商品网上零售额6.06万亿元,增长10.8%,占社会消费品零售总额的比重为26.6%,在消费中占比稳步提升。截至6月,我国网络购物用户规模达8.84亿人,较2022年12月增加3880万人,占网民整体的82%。

从业态发展来看,我国跨境电商保持快速增长。上半年,我国跨境电商进出口额达1.1万亿元,同比增长16%;跨境电商货物进出口规模占外贸比重由5年前的不足1%上升到5%左右,跨境电商成为外贸重要新生力量;农村电商取得积极进展,上半年,全国农村网络零售额达1.12万亿元,同比增长12.5%。农村物流体系不断完善,为畅通城乡商贸循环,带动工业品下乡和农产品上行提供了有力支撑。同时直播带货、产地直采、“电商+旅游+采摘”等各类新模式也为农村电商发展提供源源动能。

重点群体逐步掌握数字技能

《报告》以专栏形式重点关注了网民数字技能发展概况,呈现以下两方面特点:

网民数字技能水平总体向好。2023年上半年,各类数字化产品及服务加速渗透,促使网民数字技能水平稳步提升。截至6月,至少掌握一种初级数字技能的网民占网民整体的比例为86.6%;至少掌握一种中级数字技能的网民占网民整体的比例为60.4%,较2022年12月增长2.1个百分点。此外,在掌握初级技能的网民中,至少熟练掌握其中一种的网民占比为21.6%,与2022年12月相比实现小幅增长。

重点群体逐步掌握数字技能。各地政府多措并举,从环境侧加强政策指导,从需求侧加强宣传教育,从供给侧降低使用门槛,促使重点人群认识、了解、学习并掌握数字技能。截至6月,学生网民中至少掌握一种初级数字技能的比例达98.5%,至少掌握一种中级数字

技能的比例达81.0%,较2022年12月分别提升0.6和4.5个百分点;50-59岁网民中至少掌握一种初级数字技能的比例为72.8%,60岁及以上网民中至少掌握一种初级数字技能的比例为54.6%;农村网民中至少掌握一种初级数字技能的比例为75%。

短视频平台由竞争转向合作

2023年上半年各大网络视频平台继续坚持高品质内容创作,探索影视工业化道路,长、短视频平台之间的竞争关系逐渐转化为合作共赢,行业发展态势向好。截至2023年6月,我国网络视频(含短视频)用户规模为10.44亿人,较2022年12月增长1380万人,网民使用率达到96.8%,继续保持在高位的增长态势。

持续加强优质内容供给,构建良好内容生态。多元化的节目类型和高品质的节目内容一直是视频平台的核心竞争力。近年来,各平台持续加强优质内容创作,不断提高节目品质,打造了一批有思想、有内涵、正能量、高质量的节目,带动用户黏性提升。

持续探索影视工业化,推动行业降本增效。基于人工智能、大数据和云计算等技术,各平台不断深化科技创新,搭建起影视工业化系统,推动影视行业实现了从决策、管理到制作、分发的全流程升级。例如,在流程上,平台将数字化管理工具应用于审批、进度管理等多个环节,提升了整体制作效率;在资产上,平台通过建立影视资产共享平台,将道具、服装等实物资产和场景等虚拟资产进行系统管理,降低制作成本。

长、短视频平台之间由竞争转向合作,逐步实现产业共荣。长视频平台丰富的内容储备为短视频的衍生创作提供了源头活水,短视频也已成为影视作品重要的宣传推广形式,通过两者之间的合作能推动平台、用户、创作者多方共赢。

据央视新闻

ITMT 快报

华为携手中国移动完成车联网技术验证

近日,在中国移动研究院的组织下,华为协同重庆移动、江苏移动、上海移动在全国多地完成基于5G商用网的车联网摸底测试,空口端到端通信平均时延小于17毫秒,测试结果符合预期,标志5G商用网络承载车联网业务成为可能。

5G网络具备超大带宽、超低时延和超大规模连接能力,能够赋能自动驾驶、精准定位、高精导航等智能网联汽车典型应用场景,为多行业、多维度的数据交互提供全方位的连接能力。通过5G网络承载车联网业务,可以在全城区域为车联网用户提供绿灯车速引导、限速预警、道路信息提示等车联应用服务,开启车路协同发展的新时代。

华为高度重视5G车联网发展,协同中国移动研究院和移动省市公司组建专业的测试攻坚团队,在综合评估车联网市场需求、技术成熟度等因素的背景下,筛选23个高优先级场景(12个辅助驾驶场景和11个自动驾驶场景)开展测试验证。测试结果显示:基于地市通用UPF架构,空口端到端通信平均时延小于20毫秒;基于创新UPF下沉架构,空口端到端通信平均时延小于17毫秒。测试结果有效验证了5G网络支撑车联网典型业务的能力,标志着5G商用网络承载车联网业务的创新技术方案可行,为5G车联网商用提供了详实的数据支撑。

综合

多屏智能座舱将成中国新能源汽车标配

市场研究机构Canalys昨日发文称,多屏智能座舱将成中国新能源汽车标配,普及率高于全球平均水平。

根据Canalys的研究报告,2023年第一季度,中国市场广义新能源乘用车前装标配智能座舱的批发量达110万辆,市场渗透率达82.7%,领先于全球74.3%的平均水平。主流合资品牌的转型则较为保守,整体智能座舱55.1%的渗透率也低于其他品牌。一线及二线豪华品牌,都在积极投资智能座舱,并取得较高的渗透率。

2023年第一季度,中国市场搭载10英寸及以上显示屏的广义新能源乘用车批发量为119.7万辆,占比达90%;其中12-15.9英寸显示屏占比最高,合计占比为74.1%。

综合

泪液充电纤薄电池问世 可为智能隐形眼镜供电

新加坡南洋理工大学科学家日前开发出一种像人类角膜一样薄的柔性电池,当它浸入盐溶液甚至泪液中时可储存电力,未来可为智能隐形眼镜供电。

智能隐形眼镜是高科技隐形眼镜,能在角膜上显示可见信息,并可用于访问增强现实。当前主要用途包括帮助矫正视力、监测佩戴者的健康状况,以及透过泪液中的葡萄糖来测量血糖,为患有糖尿病和青光眼等慢性疾病的人标记和治疗疾病。

智能隐形眼镜需要数据的记录、传输与存储,例如利用无线技术接收数据,甚至可将数据投射到镜片上。技术人员希望,在不久的将来,智能隐形眼镜就可记录佩戴者看到和听到的一切,并将其传输到基于云的数据存储。

为了实现这一潜力,技术人员需要开发一种安全且合适的电池来为其供电。现有的可充电电池依赖于含有金属的电线或感应线圈,不适合在人眼中使用,且会给用户带来风险。

南洋理工大学开发的电池由生物相容性材料制成,不含电线或有毒重金属。它具有基于葡萄糖的涂层,可与周围盐溶液中的钠离子和氯离子发生反应,而电池中含有的水则充当发电的“电线”或“电路”。

该电池也可通过人类的眼泪来供电,因为它们含有浓度较低的钠离子和钾离子。

研究人员用模拟泪液测试当前的电池,结果表明,每使用12小时的佩戴周期,电池的寿命就会额外延长一个小时。此外,电池也可通过外部电源按常规方式充电。

据《科技日报》

滴滴“拥抱”小鹏 布局智能汽车业务

网约车巨头也跨界新能源车赛道。

昨日,中国造车新势力小鹏汽车与全球出行平台滴滴共同宣布,双方将达成战略合作。滴滴将向小鹏出售智能电动汽车项目相关资产和研发能力。小鹏汽车将基于此打造一款A级智能电动汽车,项目代号“MONA”,作为其全新品牌的首款产品,该车型与小鹏汽车现有品牌形成差异化优势,预计2024年由小鹏汽车量产推出市场。

为推动双方建立长期共赢的战略合作关系,小鹏汽车将发行占交易完成后总股本32.5%的A类普通股,收购滴滴旗下智能电动汽车项目相关资产和研发能力。滴滴将成为小鹏汽车的战略股东,首批股份的锁定期为24个月。8月28日,小鹏汽车港股开盘价为74.3港元,上涨14.13%。

滴滴联手小鹏打造新车

小鹏汽车方面介绍,通过合作,小鹏汽车将正式进入多品牌战略阶段,进一步强化A级市场产品的技术竞争优势,让智能驾驶技术在最主流的细分市场成为标配,引领电动智能新时代。

作为此次战略合作的核心,一款A级智能电动汽车将作为小鹏汽车全新品牌的首款产品进入市场,预计于2024年开始量产,项目代号“MONA”。新品牌车型将与小鹏现有品牌产品形成差异化定位,同时,滴滴将面向小鹏汽车首次开放全生态赋能,为“MONA”提供包括智能座舱、智驾及共享出行市场等多维度的强有力支撑,助力小鹏汽车在“15万级”价格区间打造爆款车型,进一步加速自动辅助驾驶与智能座舱技术在全球市场的应用及普及。

滴滴方面介绍,滴滴自成立以来,一直在探索如何向用户提供更具性价比、更智能的出行方式。在获得用户认可后,滴滴逐步加大对智能化

出行场景的软硬件探索和投入,始终致力成为产业变革的引擎,做好技术及服务生态供应商。此次和小鹏汽车的战略合作,滴滴将向小鹏出售智能电动汽车项目相关资产和研发能力。小鹏汽车将基于此打造新款A级智能电动汽车。

同时,小鹏汽车成为首家获得滴滴生态体系全面支持的整车企业,双方将在多个领域探索互利共赢的长期合作机会,包括在滴滴平台上小鹏车型的运营、品牌营销、金融保险服务、充电设施建设、Robotaxi以及国际市场方面的合作。

“滴滴作为全球卓越的出行平台,与小鹏汽车一样秉持以科技引领未来出行的企业愿景。小鹏全新品牌及产品的推出,不仅将通过规模化效应进一步提升市场份额,还将使智能驾驶技术得到更快地普及,让更广泛的用户群体享受到科技普惠带来的出行便利。”小鹏汽车董事长CEO何小鹏表示,小鹏和滴滴的合作还将在多个潜在领域提升双方的品牌及商业价值,为小鹏汽车引领电动汽车智能化、共享化、国际化,在长期打造下一代智能出行生态和探索智能驾驶商业模式,带来巨大的增长机遇。

滴滴董事长兼CEO程维表示,滴滴一直致力推动出行市场的共享化、电动化、智能化。小鹏汽车在智能电动车领域拥有领先的技术优势,在汽车智能化技术方面也有深厚的积累。双方将持续在多领域深化合作,共同推动交通和汽车产业的变革。

滴滴“达芬奇”造车计划生变

“很显然滴滴在达芬奇计划之外另辟蹊径。”罗兰贝格执行总监谷雅韬分析说。

2022年3月,有消息称,滴滴内部代号“达芬奇”的造车计划将对外公布,这次造车计划中,滴滴将打造定位于15万元级紧凑电动轿车,目前团

队规模在1700人左右。虽然此消息未被滴滴方面证实,但消息传出三天,滴滴股价大涨60%。此前在定制版网约车D1发布会上,程维就表示滴滴将普及100万台D1并搭载自动驾驶技术。2030年,滴滴的定制车甚至将去掉驾驶舱,实现完全自动驾驶。

事实上,滴滴造车的路程已经走过多年。2019年,滴滴宣布旗下自动驾驶部门升级为独立公司,专注于自动驾驶研发。此后该自动驾驶项目经历三轮融资。2020年,滴滴与比亚迪联合开发了网约车D1并投入运营。滴滴的两个造车项目面向网约车市场的车型代号为D1,面向大众消费市场的车型代号为C1。关于滴滴与比亚迪的合作,有消息称滴滴对成本要求苛刻,只有比亚迪能够承担。

2021年4月初,滴滴正式宣布开始启动造车项目。在随后的上海车展上滴滴就发布了自动驾驶硬件平台“滴滴双子星”。当时滴滴介绍,搭载该软件的无人驾驶车辆在连续逆光行驶、狭窄路段超车、无保护左转以及大型路口掉头等复杂场景表现稳定。滴滴选择的合作伙伴是瑞典汽车生产商沃尔沃,沃尔沃XC90成为首款集成滴滴自动驾驶全新硬件平台滴滴双子星的车型。

有业内人士指出,造车对于滴滴为代表的网约车平台来说,是为了补上网约车平台模式最难以解决的短板:出行服务供给的标准化和规模化。网约车行业未来最大的护城河其实不是所谓的流量、规模,而是自动驾驶技术+定制化车辆带来的出行成本结构性改变,因为这会让整个网约车行业运营结构变得更简洁,成本更低。

谷雅韬则表示,此次滴滴和小鹏合作,从目前看,短期还是对小鹏汽车的促进作用更明显,相当于用钱买了市场。

据《上海证券报》

遗失

遗失青州市工商行政管理局2018年5月16日核发予青岛瑞昊非融资担保有限公司的统一社会信用代码:91370200081408955H号营业执照正本,声明作废。

遗失青岛杰沐国际物流有限公司车牌号为鲁BZ358挂的营运证,证号为:370281806673,声明作废。

声明

遗失本单位法人章(3702120309310)一枚,声明作废。

青岛锐知华盛科技成果转化有限公司(原青岛中科盛知华科技成果转化有限公司)2023年8月29日