

《深圳礼品通讯》2016年5期 总第76期（2016.09—10）

深圳市工艺礼品行业协会秘书处主办

编委会主任：王亮标

副主任：吴雅琴

编委：（以姓氏笔画为序）王安群、王欢来、王亚莉、王国球、王远明、王晖、李祖前、李伟平、刘华、孙晓刚、张保庆、杨怀宇、杨晓强、岳钢、徐靖云、钟文、高秀萍、姚建辉、彭爱兵、简明宏、蒋承文、褚永军、董辉、戴晚秋

主编：吴雅琴

责任编辑：陈忱、金泳灵

展览推广部：伍治华、彭凤玉、刘晓斌

会员发展部：伍治华、彭凤玉、刘晓斌、陈忱

综合信息

供给侧改革的深圳创新样本

自主创新，制定标准，优化要素配置，几路“纵队”齐头并进，这些都是近年来深圳经济发展中的热点词汇。这些貌似不相关的词汇后面，却是一个环环相扣的运行系统。这一系统的着力点便是创新供给方式，打造一个有质量、高效率的供给体系。

争当全国供给侧结构性改革的先锋队、排头兵。近年来，深圳大力推进供给侧结构性改革，坚持以创新驱动增强供给能力，质量引领提升供给水平，转型升级优化供给结构，制度创新完善供给环境的目标导向，高端布局，精准发力，引领经济发展新常态，成为供给侧结构性改革的领跑者。

对标国际一流供给体系，创造新供给、催生新需求，深圳以创新引领为鲜明特征的供给侧新优势，为深圳实现有质量的稳定增长埋下意义深远的伏笔。

治国理政新实践 供给环境日益完善

以政策创新为供给“加力”，以改革释放供给侧“红利”，以要素优化配置促进供给升级。深圳市委市政府深谙改革发展的内在逻辑，提前在制度创新上做

足文章，以政策创新为供给侧结构性改革提供一片沃土。

组合型政策供给，直面供给侧关键环节。企业是供给主体，人才是支撑。2016年3月，深圳一口气出台了《关于促进科技创新的若干措施》、《关于支持企业提升竞争力的若干措施》和《关于促进人才优先发展的若干措施》三份文件，用180条措施打出了一套很有能量和气场的“组合拳”。

撬动社会资源向有效供给配置。为支持提升企业竞争力，深圳聚焦政策供给、资金支持、环境优化、服务保障等8个方面，设立重大产业发展基金、军民融合产业基金、“丝路”基金、并购基金、中小微企业发展基金等，支持企业做大做强。

利益激励促科技创新。政府层面从产业发展瓶颈着手，解决科技资金使用难、成果转化难、收益分配难、产权保护难、空间保障难等突出问题，将科研人员成果转化收益比例提高到70%以上，将转制科研院所、高新技术企业的管理层和核心技术骨干持股比例放宽至30%，将创新型中小微企业不良贷款容忍率放宽至5%。

最大幅度降低企业成本。2016年8月，《深圳供给侧结构性改革总体方案（2016~2018）》及五大行动计划公布，明确了深圳未来三年供给侧结构性改革的重大步骤。根据方案，今年底，预计为全市企业减负835亿元；明年底，深圳国有“僵尸企业”基本实现市场出清；未来三年，深圳还将总投资4080亿元补短板惠民生。

用权力“瘦身”激发供给主体活力。深圳大胆改革，取消、转移和下放了192项市级行政职权，非行政许可事项全面取消，行政许可和服务事项网上全流程办理率达83.2%，市级社会投资核准事项减少90%。这一举措，进一步优化了企业营商环境，深圳创新主体干劲十足，成为供给创新的“源头活水”。

不断创新供给模式

通过新技术激发新需求，新需求刺激新供给，深圳成为供给侧结构性改革的先行者和实践样本。

创新水平决定供给能力。“十三五”期间，深圳将不断加大供给侧结构性改革

革力度，着力把深圳打造成为产业化能力最强、市场化环境最优、国际化程度最高的“中国硅谷”。在此引领下，深圳像一块巨大的磁石，吸引着创新要素加速集聚，让创新水平紧追国际前沿，并逐步形成了大企业“顶天立地”，小企业“铺天盖地”的发展格局。“4个90%”特征十分鲜明，即90%以上研发人员集中在企业、90%以上研发资金来源于企业、90%以上研发机构设立在企业、90%以上职务发明专利生产于企业。新技术供给的生力军正在茁壮成长，并促供给能力快速提升。

顺应消费升级新趋势，催生多种新需求。从供给侧发力，深圳企业加快培育适应新消费需求的新产品、新功能、新应用、新服务、新体验，有效扩大优质、时尚、新型产品和服务供给，以满足和催生出不同群体日益升级的各类新消费需求。大疆创新通过新技术将之前无人机产品单纯的飞行体验拓展至航拍体验等专业用途，开创了一个全新的消费级无人机市场。作为一个全新市场的开拓者，大疆创新获得了近年来企业年复增长率超过300%的巨大回报。

深圳制造业抓住供给侧改革机遇，创新供给模式。中集是深圳制造业企业向服务业转型的典型代表。该集团通过提供项目融资租赁、研发设计、总装建造、集成调试、维保服务等海洋工程“一揽子”服务，已进入全球深水平台设计建造第一梯队。面对生产制造成本的上涨，深圳制造业通过提供“一揽子”服务和“定制化”服务，实现由单纯产品输出向“深圳产品、深圳设计、深圳管理、深圳质量、深圳标准、深圳品牌”一体化输出转型，凭借创新驱动，深圳制造闯出了一条新路。

核心关键技术的不断突破，确保供给体系的“技术含量”。近年来深圳积极部署创新链、产业链，把50%以上财政科技类支出投入重大科技攻关项目，每年组织实施100个以上重大攻关项目，组建了45个产学研资用联盟，支持企业、院校、研发机构等加快突破一批基础技术、通用技术、非对称技术、“杀手锏”技术、前沿技术、颠覆性技术，努力在一些领域、一些方面实现“弯道超车”，把巨大的创新能力转化成创造新供给的强劲动力。

供给结构持续优化

新常态下，深圳加强供给侧结构性改革。目前，新产业、新业态、新模式层出不穷，深圳经济爆发出前所未有的新活力。

2016年上半年，深圳第三产业所占比重首次突破60%，产业结构更加优化。同时，深圳万元GDP能耗和水耗比五年前分别下降了19.5%和43%。

增量优质、存量优化，深圳持续推进产业创新，实现“腾笼换鸟、凤凰涅槃”，以结构优化促进供给升级，不断提高供给结构对需求结构的适应性。近几年，深圳累计淘汰低端落后供给企业1.7万家，形成了“三个为主”的产业结构：经济增量以战略性新兴产业为主，对GDP增长贡献率超过50%；工业以先进制造业为主，先进制造业占规模以上工业增加值比重达76.1%；“三产”以现代服务业为主，现代服务业占服务业比重达69.3%。

深圳把转型升级作为优化供给结构的重要支撑，着力构建梯次型现代产业体系。一是在高新技术产业的基础上大力发展战略性新兴产业。二是提升现代服务业发展能级，大力发展创新金融、现代物流、专业服务等现代服务业。三是提升优势传统产业竞争力，推动服装、钟表、眼镜、黄金珠宝等优势传统产业向研发设计、品牌营销等产业链、价值链高端攀升。四是大力培育未来产业，出台生命健康、海洋经济、航空航天、机器人等未来产业规划和政策。

深圳供给结构不断优化。近年来，战略性新兴产业年均增长20%左右，成为经济增长的“主引擎”。今年上半年，深圳新兴产业（包括七大战略性新兴产业和四大未来产业）增加值3439.26亿元（已剔除重复行业），增长12.1%，高于GDP和规模以上工业3.5个和4.6个百分点。今年上半年，深圳第三产业增加值5253.46亿元，增长9.5%。目前，深圳内衣、钟表、女装、珠宝、皮鞋等，在高端消费市场上享有良好口碑。

发展新业态、新模式，积极创新供给方式。通过有质量的转型升级，推动深圳供给侧结构性改革呈现更多闪光点。

创新创业者将有政策“红包”

在自主创新示范区这块招牌下，深圳的创新创业者将迎来哪些独有的优势？《深圳经济特区国家自主创新示范区条例（草案）》将揭晓答案，该条例10月25日提请市六届人大常委会第十一次会议初审。

其中，“支持科技金融创新、建设新型科研机构、深港经济科技合作”是国务院赋予深圳自主创新示范区的三道“令箭”，也是该条例的重点内容。

进行专利等知识产权保险试点

深圳是国家首个以城市为基本单元的自主创新示范区。2014年5月，国务院在批复意见中明确要求深圳，“要充分发挥创新资源聚集和体制机制灵活的优势，积极开展激励创新政策先行先试”，支持深圳“在科技金融改革创新、建设新型科研机构、深港经济科技合作新机制等方面进行积极探索”。

首先，科技金融创新方面，《条例》支持在示范区内的金融保险机构开展科技保险产品创新，进行专利等知识产权保险试点，发展科技保险，建立保险快速理赔通道，为初创期科技企业提供创业风险保障。

政府扶持创新也提供了一条证券化通道，《条例》规定，市区政府通过科技券等方式支持研究开发、技术转移、检验检测认证、创业孵化、知识产权、科技咨询、科技金融等专业服务和综合科技服务。

与知名研究机构合作可申请财政支持

深港经济科技合作方面，《条例》提出，探索深港两地联合资助研发项目资金、仪器设备跨境使用，促进科技人员、财政科技资金在两地自由流动。

《条例》允许取得香港专业资格的专业人士为前海深港现代服务业合作区的组织和个人提供专业服务，并逐步扩展示范区范围，具体办法由行业主管部门商有关部门制定。

打造新型科研机构方面，《条例》规定，示范区内组织与知名研究机构建立合作关系所开展的科研项目符合示范区规划和产业政策的，可视为示范区内科研项目，依规定申请财政资金支持。

《条例》支持示范区内组织和个人参与大型国际科技合作计划，吸引知名科研机构、顶尖科学家和团队到示范区联合组建研发机构，开展核心技术和产业化应用研究。

保证创新主体的空间资源需求

空间资源现已成为吸引创新主体的重要因素，尽管深圳土地资源紧缺，《条

例》依然作出“耕者有其田”的保证。

一是继续保留高新区原协议出让土地的规定，深圳湾园区（原高新区）内协议出让的产业用地，禁止转让或擅自抵押，市政府另有规定的除外。因破产、清算、自愿或强制迁出深圳湾园区的，应由市规划国土部门收回土地使用权。

二是示范区内土地实行严格管理，合理设置土地竞买人条件，保证产业用地符合发展规划。

三是保障重点产业空间需求，通过城市更新、支持旧工业区升级改造、利用自有土地建设等方式加大创新型产业用房建设力度。

四是建立工业用地和产业用房出租制度，鼓励通过租赁的方式满足创新创业企业的空间需求，租赁期满且项目发展符合预期的，企业可续租或同等条件下优先购买该租赁土地和用房。

深圳双创大潮百舸争流

作为一项历史悠久的民间运动，龙舟竞渡的激荡场景早已深入人心。要想龙舟划得快，合力是关键，龙头、龙尾则决定着前进的方向。就连岸边鼓劲呐喊的围观者，也是这项运动的重要组成部分。

在风起云涌的大众创业万众创新热潮中，深圳正通过打造众创、众包、众扶、众筹平台，构建起大中小企业、高校、科研机构、众创空间、创客多方协同的新型创业创新机制，从中涌现出了百舸争流的“龙舟”现象。

“硬件硅谷”实现凤凰涅槃

2016年10月底，封路三年多的华强北路将重新开街。通过现代轨道交通路网的升级，这个创客心目中的“硬件硅谷”，也将迎来综合创新生态系统的凤凰涅槃。

顺应这场双创大潮，地处华强北核心区域的赛格广场赶在去年6月，就在大厦内专门辟出3层楼、约5000平方米面积建设赛格创客中心，设立了开放式办公室、实验室、创客花园、公共发布区、会议室等。2015年11月，赛格又在紧挨着赛格广场的宝华大厦内，将原本用于做电子市场的3楼改造成了1500平方

米的赛格国际创客产品展示推广中心，展示品中既有已进驻赛格创客中心的创业团队的作品，也有赛格的创客星探从外面挖掘回来的智能硬件类创新产品。推广中心内还可以开展产品路演、交易、众筹、融资以及创客交流、培训等综合活动。

两大中心与赛格创投基金、赛格创客公寓、赛格创客学院等，共同构成了完整的赛格创客生态圈。

赛格国际创客产品展示推广中心总经理刘东表示，赛格进入众创空间服务领域的行为属于顺势而为的市场行为，不是强行跟风。“赛格自身的产业链条具有很强的互补特点，创客中心是一个极好的蓄水池，从中可以淘出好的项目供赛格投资发展。”

而作为深圳众创空间代表的柴火创客空间也在本地深耕和异地拓展的过程中，在全国其他省市开设了 20 多家创客和众创空间，创客活动参与人数超过 22 万。

从深圳市科创委获悉，深圳还专门设立了 200 亿元的创新创业引导基金，制定了支持创客发展的政策措施和三年行动计划，实施了覆盖大中小学的青少年创新专项计划，培育了 78 个创客服务机构、144 家创业孵化器，目前正着手在美国硅谷、以色列、欧洲等布局海外创新孵化器。

龙头企业主动构筑创业生态圈

龙舟是否走得准，还得看龙头。在深圳大众创业、万众创新的热潮中，网络创业、概念创业、大赛创业、企业内部创业等创业模式不断涌现，其中以腾讯和华大基因为代表的行业龙头企业，利用其积累的自身核心优势，向包括离职员工所创办企业在内的企业提供核心资源，打造行业生态系统平台，连接行业上下游生态链，将竞争者转化为合作者。

经过多年的发展，已成长为行业巨擘的华为、腾讯、华大基因是 IT、互联网、生命信息等领域内当之无愧的“黄埔军校”。早在 2014 年底，腾讯就对外发布了“QQ 物联智能硬件开放平台”，打造创业平台，优先支持内部员工创业创新。截至 2015 年上半年，腾讯创业平台企业超过 2000 家，腾讯员工创业风云榜企业达 93 家，企业估值总额超过 100 亿元人民币，其中约 30 家估值超过 1

亿元人民币，约 5 家企业估值超过 5 亿美元。

2016 年 6 月，腾讯创业服务平台正式上线。针对创业者的痛点，腾讯特别推出了“初创企业开公司必备”、“全方位的创业法律服务”、“人力资源一站式服务”三组创业必备套餐，为创业者们指导关于“初创公司、法律资讯和人才招聘”等方面的问题，提高创业项目成功率。

与此同时，另一家龙头企业——华大基因也在挖掘创新资源，打造行业生态系统平台方面持续发力。2015 年 9 月，华大基因发起成立了“蓝色彩虹”孵化器，计划每年投资 20 家生命科学初创公司，主要布局于生命科学、医疗、农业等领域，加快实现科研成果的产业化和商业应用。首期入围项目 7 个，投资资金规模达 3 亿元。

2016 年 10 月 17 日，华大基因计划在盐田区创客周活动期间，邀请国际知名资深设计师、创客代表、高校师生等，开展“聚合酶”、“妙思荟”、“乐工坊”、“天工社”、“创学堂”等以基因为主题的展览、讲座和论坛，进一步传播创业的火苗。

“深谷”创新载体已达 1421 家

这一连串双创潮水涌动的背后，是深圳各类创业创新载体的层出不穷。

栽培一棵树容易，育成适合树木自然生长的生态圈尤为珍贵。《商业周刊》中文版曾将深圳称为与“硅谷”存在诸多共通点的“深谷”，两者都是在气质上形成了共同的创新精神，从而拥有了其他地区难以超越的隐性制度优势。

“深谷”的优势在哪里？正是由创业、创新、创客、创投的“四创合一”形成的“创新生态圈”。具体而言，可以归结为众创空间数量规模大、科技服务体系完善、科技与金融紧密结合、“双创”政策措施持续推出、“双创”文化氛围浓厚。

对于这来之不易的创新生态体系，深圳 2016 年 3 月出台了《关于促进科技创新的若干措施》，专门用 5 个章节、共 20 条措施来细心呵护。从强化知识产权保护 and 运用、保障创新型产业用地、支持众创空间建设发展、强化金融对科技创新的服务支持、提升创新文化软实力等方面进行了创新。

在土地资源稀缺的情况下，深圳却对保障创新型产业用地格外垂青。文件规定优先保障科技企业孵化器、众创空间、重大产业项目以及高等院校、科研机构用地需求，每年在全市用地计划中安排一定比例用于孵化器建设。工业用地建设的孵化器，在不改变孵化服务用途下，可以按栋、按层等为基本单元进行产权登记并出租或转让。

在支持众创空间建设发展方面，深圳鼓励龙头骨干企业、高等院校、科研机构、行业组织建设众创空间。其中支持龙头骨干企业围绕主营业务方向，优化配置技术、装备、资本、市场等创新资源，实现与创新型中小微企业、高等院校、科研机构和各类创客群体有机结合，形成规模化。

按照“政府引导扶持、鼓励多方投资”的原则，深圳还鼓励民营资本充分利用各类园区和规模较大的闲置厂房、场地、专业化市场等适合微小型企业聚集创业的场所，建设具有滚动孵化微小型企业的创业孵化基地，并在基地引入政策咨询、项目评估、创业培训、开业指导、跟踪管理等多功能、一体化和专业化服务。

据统计，截至 2016 年 8 月，深圳市级以上各类创新载体已经达到 1421 家，各类众创空间超过 180 多家，拥有孵化场地面积 460 多万平方米，在孵企业 6000 余家。孵化的项目涉及机电、电子、计算机、物流、国际贸易、电子商务、文化创意等领域。各个孵化器也都各具特色，如依托专业市场的华南城自主创业孵化示范基地，配套特色产业的南山“万花筒创业园”，配套支柱产业的罗湖“水贝黄金珠宝创业园”，针对特定群体的深圳大学创业园、深圳职业技术学院创业一条街，“观澜版画艺术、体育休闲商业街”创业孵化基地，布吉大芬油画村创业孵化基地，南岭中国丝绸文化创意园及大鹏所城创业孵化基地等。

此外，经认定的留学人员创业园有 17 个，留学生产业园有 7 个，创业（产业）园目前在孵企业数 1800 家，累计孵化出园企业数 1900 家，为留学人员企业提供创业场地及全方位一站式的服务。园区内的企业成活率（按入园后完成三年孵化期成功出园的企业数量计算）达到了 95%。

行业论点

礼品企业如何以品牌延伸扩大市场占有率？

随着市场竞争日趋激烈，品牌已成为礼品企业重要的竞争手段。它不仅仅是

资产，更是一个取之不尽，用之不竭的宝藏。所以，成功的礼品企业都希望通过品牌延伸来挖掘品牌的潜在优势，即以现有品牌名称推广新产品。

但品牌延伸是具有双重属性的复合体，在帮助礼品企业走向成功的同时，也蕴含着巨大的风险。因此，礼品企业在将品牌延伸策略付诸实施前，必须对它有一个全面的了解，正确认识品牌延伸策略的优势和陷阱，而后才有可能做出正确的决策，让礼品企业在发展壮大中立于不败之地。

专家认为，品牌延伸是指“公司决定利用现有品牌名称来推出产品的一个新品种”。品牌延伸从广义上可分为两类：一是指产品线延伸，即利用母品牌在同一产品线下推出新的产品项目，具有不同的成分、不同的品味、不同的形式和尺寸、不同的使用方式。二是指产品种类延伸，即利用母品牌推出属于不同种类的新产品。

品牌延伸战略有哪些优点？

对于一个拥有良好的信誉、较高的服务水平以及较强的技术实力，能让消费者产生信任感的礼品企业，适时适度的运用品牌延伸战略，可以使新产品尽快获得消费者的认知，降低企业扩张成本，分散风险，巩固并且扩展原有品牌的优势，提高礼品企业的核心竞争力。具体而言，品牌延伸具有以下优点。

1. 有利于新产品迅速得到市场的承认

新产品被冠之以消费者已熟知的老品牌，借助原品牌的声望进入市场，可以诱导消费者将其对老产品的好感转移到新产品上，容易让人产生“爱屋及乌”的心理，即消费者学习理论中所谓的“刺激泛化”效应。

它可以大大降低新产品进入市场时的“感情壁垒”，使新产品迅速被认知且较容易地被接受，从而有利于新产品尽快进入市场。新产品使礼品企业不必由零开始建立品牌知名度，更易于市场竞争。

2. 有利于降低新产品的推广促销成本

某一种新产品进入市场后要想在短期内占有一定的市场份额就必须进行较大规模的广告宣传，而在品牌延伸时，因为原有品牌就具有较高的知名度和美誉度，所以礼品企业可以节省广告费用，降低顾客的搜寻成本。

利用品牌延伸则可以使促销费用大大减少：一方面，原品牌积淀的广告效果对后续延伸产品存在波及效应；另一方面，在品牌伞下，对核心品牌做宣传就意味着对企业同品牌所有产品都进行了宣传。

3. 有利于丰富品牌形象，提高占有率

随着市场竞争程度的加剧和市场推广费用的日益增长，新产品的市场导入已面临着越来越大的风险。解决这类问题的有效途径之一就是把原有强势品牌的资产价值，通过品牌延伸转移到新产品中，降低新产品进入市场的壁垒和风险，而在品牌延伸过程中企业经营不同种类的商品，也使礼品企业分散了风险。

同一品牌的新产品，可为原有的品牌带来新鲜感和成长感，使品牌所蕴含的意义更加规范、丰富，也使消费者对产品的选择愈加完整，有利于扩大市场占有率。

4. 有助强化品牌效应，增加经济价值

利用品牌延伸成功推出新产品可为顾客提供更多的选择和满足顾客多样化的需求，使广大顾客认识到礼品企业品牌在时间推移过程中一直在不断创新，强化了顾客对企业品牌的良好认识，形成极具创新内涵的品牌形象，提高顾客的忠诚度，反过来进一步提升品牌的知名度和美誉度，增强品牌的整体竞争力，使品牌资产价值不断增值，形成企业实力强劲的形象，增强礼品企业品牌的影响力。

因此，对于礼品企业来说加强品牌延伸战略对企业的市场竞争和产品的推广都是具有一定的优势的。对此，礼品企业要做的就是利用好品牌延伸战略，加大市场占有率。

国家政策扶持“互联网+”领域，智能家居受益颇多

据业内人士称，人工智能产业发展扶持政策的连番出台，表明国家对人工智能产业的前景高度看好。到 2018 年，我国人工智能将初步夯实基础资源与创新平台，基本建立人工智能产业体系、创新服务体系、标准化体系，使我国人工智能总体技术和产业发展与国际同步，应用及系统级技术做到局部领先。与人工智能融合紧密大数据、智能制造业将迎来绝佳发展机遇。

人工智能再掀投资热潮

最近一段时间，我国人工智能领域风起云涌、热点不断。7月28日，四川长虹推出全球首款人工智能电视；8月9日，阿里云宣布推出人工智能ET。包括阿里巴巴、腾讯、百度等科技巨头以及长虹、美的、格力等家电企业纷纷发力人工智能。其中，美的成功收获德国机器人公司库卡；长虹与全球工业机器人巨头ABB达成全面战略合作。

当前，人工智能投资热潮已席卷全球。来自风投市场研究公司CBInsights的报告显示，2016年第一季度，专注于人工智能的创业公司共获得了超过140笔投资，共有超过200家专注于人工智能的公司完成了近15亿美元的融资。统计显示，此类公司完成的股权融资数量从2011年时的约70笔，上升至2015年的近400笔，而2016年预计还将创下新纪录。

人工智能不仅受到风投公司、科技巨头、制造企业等的极大关注，各国政府也高度重视人工智能相关产业的发展。其中美国政府主要通过公共投资的方式牵引人工智能产业的发展，2013财年美国政府将22亿美元的国家预算投入到了先进制造业，投入方向之一便是“国家机器人计划”。欧盟委员会也在2013年初宣布，石墨烯和人脑工程两大科技入选“未来新兴旗舰技术项目”，并为此设立专项研发计划。

目前，谷歌、IBM等国际巨头纷纷布局人工智能产业链，力图掌握人工智能时代的主动权。中科院副院长、中国人工智能学会副理事长谭铁牛院士介绍，2015年全球人工智能市场规模为1270亿美元，今年预计将达到1650亿美元，到2018年预计超过2000亿美元。

智能制造业迎“爆发点”

“人工智能是物联网应用的重要方向，可加速智慧家庭、智慧社区、智慧城市的推进步伐，推进我国传统制造业的转型升级，激活新一轮产业及经济增长。”业内人士指出。

据悉，人工智能的核心优势在于决策智能化、应用多元化、工作持久化。根据产业结构，可分为基础层、技术层和应用层。其中，基础层包括计算芯片、大数据、存储；技术层包括算法平台、图像识别、自然语言识别处理和智能机器人；

应用层包括无人驾驶、工业 4.0、智能安防和智慧医疗。

与人工智能公司专注人工智能技术、互联网企业专注人工智能平台不同，当前正在谋求智能转型的家电企业选择了人工智能深度融合家电垂直业务的路径，力求迅速实现人工智能的产业化，长虹推出人工智能电视便是其中的“尝鲜者”。

“长虹推出的人工智能电视并不是跨行业的、宽泛的大人工智能系统，我们的重点是将人工智能与黑电垂直业务领域深度融合。”长虹公司副总经理、长虹多媒体产业集团董事长郭德轩如是说。据介绍，基于长虹自主研发的 Ciri 语音平台，可实现以人为中心的高效语音交互协同及语义识别与理解，并使人与电视开放式的自然语音交互距离达到 30 米。同时，基于大数据算法和一系列神经网络算法，长虹人工智能电视会随着用户使用的时间增长，自动记忆、分析和推荐“主人”的喜爱，即便用户只是下达相对“模糊”的语音指令，也能为用户推荐其需要的内容和服务。

相比于无人驾驶、聊天机器人、机器学习等停留在理论和探索层面不同，家电产品融合人工智能可以迅速将人工智能技术、体验和服务带进千家万户，加速消费者对人工智能的科学普及和消费教育。与此同时，经过近年来一系列智能化转型，家电企业的智能研发、智能制造水平已有大幅提升，拥有强大的智能制造平台和人工智能产品定义能力。

事实上，经过近年来的互联网转型，长虹、海尔、美的等家电企业已经在大数据、人工智能、物联网等领域有了较多的技术累积。其中，长虹早在 2012 年就开始涉足人工智能的基础研究，并成了家电行业第一个大数据公司。

行业观察家指出，“可以预见的是，在新一轮人工智能政策红利的刺激下，那些具备快速变现人工智能产品的企业将率先获得成长机会，与家庭生活紧密相连的智能家电产品将首当其冲，以长虹人工智能电视为契机，家电行业已经进入人工智能时代。”

VR 热引地方政府扎堆布局

正站在资本风口的 VR（虚拟现实）产业，正被更多地方政府放到政府工作安排的高度量身打造。

9月5日，重庆市经信委发布消息称，该部门已制定出台了《关于加快推进虚拟现实产业发展的工作意见》（下简称《工作意见》），提出到2020年，形成基本完善的虚拟现实产业体系，力争综合产值突破100亿元。此外，对VR行业兴趣浓烈的不仅仅是重庆。包括福建、湖南、河南等地也均有自己的VR产业计划。

重庆拟发力VR产业

据《工作意见》显示，重庆政府将通过引进和培育，构建涵盖虚拟现实关键元器件与软件、整机设备、内容制作、分发平台、行业应用和相关服务的全产业链条。到2020年，重庆将实施30个以上虚拟现实应用示范工程，形成以10家以上骨干企业为龙头、500家“专、精、特、新”的中小微企业为拓展的基本完善的虚拟现实产业体系，力争综合产值突破100亿元。

据艾媒咨询发布的《2015年中国虚拟现实行业研究报告》，预计中国VR行业2016年产值将达到56.6亿元，2020年有望超550亿元，若按此测算，重庆政府所提出的2020年目标产值可在全行业占比近两成。

公开资料显示，实际上重庆在VR领域的发力已有所尝试。今年5月，在重庆举行的虚拟现实国际高层互动峰会上，就有11家境内外VR企业在会上与重庆市渝北区政府达成投资签约。

VR产业属于大信息产业，与软件、信息等领域关系紧密。而向来给人以“重工业基地”印象的重庆，在发展VR产业上是否具备有利条件？

“客观分析，重庆在软件领域的优势并不强，但这两年通过政策引导，已经在信息技术、机器人等高精尖领域有了很大突破，与此同时，重庆优势产业装备制造未来对VR应用的需求较大，所以说重庆在发展VR产业上，是有基础的。”一位不愿具名的重庆政府人士向《每日经济新闻》记者表示。

国内多地加速布局

实际上，对VR行业兴趣浓烈的不仅仅是重庆。2016年2月，福建VR产业基地在福州揭牌，福建省委常委、常务副省长张志南公开表示，将通过3到5

年的努力，在福州培育起完整的产业链，打造一个新的千亿级产业。

此外，包括湖南、河南等地也均已提出将重点打造 VR 产业。

中科院深圳先进技术研究院研究员谭光认为，2016 年有大批资本进入 VR 产业，但从技术、内容的角度来看，VR 产业的发展还需要一两年时间。“短期来看，市场还未真正培育起来。但 VR 会是下一个经济增长点，重庆等地方政府出台的政策能有效集聚人才、资源，对行业也会形成积极作用”。

不过，行业隐忧同样存在。分析认为，在地方政府给予 VR 行业关注的同时，也需要警惕。“政府出台政策推动产业发展，这也意味着会有相关优惠措施，设计财政税收减免、财政补贴等，这就导致不少企业为了获得补贴，不计客观条件争先上马项目，最终导致产业出现虚火。”成都一名 VR 资深从业人员表示。

家电消费 开启新场景模式

在紧抓目标消费群和待开发客户群方面，越来越多的商家摸索出了“粉丝经济”这一路径。海尔、tcl、美的等家电商纷纷建立自己的用户社区；邓超加盟长虹，任职 chiq 产品经理，参与产品的设计与研发；线下零售商国美则利用强大的线下实体店覆盖优势在门店内展开互动体验式营销。一时间，企业竞争从宣传为王、渠道为王，转变到产品为王、用户为王的策略。

将产品、内容、服务和用户的感情、生活融合在一起，开通粉丝社区、明星代言、互动平台、线下体验店、明星担任企业产品经理等，已成为势不可挡之势。

格兰仕在将自己的用户亲切称为“西红柿”，并且搭建了开放式“g+智慧家居”平台，上线“西红柿 family”社区，进行了一系列以西红柿为主题的互动活动；从三合一电视酷开 a43、果粉电视酷开 a55 旗舰版，再到现在新品“专属漂泊人群”的酷开 k32 小企鹅等，创维总是站在用户的角度，将娱乐生活消遣精准定位到不同人群。

电商入驻线下零售卖场建立自己的线下体验店，京东、天猫以及主打网络销售平台的品牌小米也转战线下，紧抓用户体验式营销，这才有了国美店内的 htcvr 体验区、索尼 vr 体验区等。

2016 年以来，家电业内实体店开始转攻体验式购物，在店内增设体验场景，而作为家电零售业场景式体验的先驱，以国美电器为例，目前已在全国率先改造了近 50 家门店。预计全年将完成 100 至 120 家门店改造、400 家门店 vr 覆盖、250 家净水专厅建设、电竞游戏专区和 xbox 大联屏专区各 100 家的改造目标。

对此，传统商家抱团作战的气势更加强大，不仅国内商家海尔、格力、美的、联想集体出击，外资品牌夏普、三星、西门子、佳能、松下、尼康等商家更是联合发力，在国庆到来之前，提前开战为 2016 年的国庆大促做前期准备。据了解，此次各商家与国美打造的“9.9 超级福利日”，便开启了全网比价回馈消费者模式，一大波特价家电蠢蠢欲动。

养老、医疗机器人惊艳“世界机器人大会”

电动爬楼轮椅、脊柱康复机器人、外科手术机器人……2016 世界机器人大会 25 日在京闭幕，一批养老、康复机器人将正式走向市场。

2016 世界机器人大会接近尾声。在这场机器人盛宴中，一批医疗类机器人尤为引人注目。

中国正逐渐进入老龄化社会。资料显示，截止 2014 年，中国 60 岁以上老年人口达到 2.1 亿，占总人口的比例 15.5%，2.1 亿的人里有将近 4000 万人是失能、半失能的老人。根据预测，到 2035 年中国老年人口将达到 4 亿人，失能、半失能的老人数量将进一步增多。

养老需求的爆发，正推动着服务类机器人的发展。在哈工大机器人集团展区，电动爬楼轮椅、智能养老护理床前，等待试用的观众排起了长队。

“这个爬楼轮椅是为了帮助老年人、残障人士等上下楼设计的。”现场工作人员介绍，这是目前全国首创的推臂式电动爬楼轮椅，利用推臂式结构辅助行动不便的人士；相比其他的爬楼轮椅，具有转弯半径小的优点，能适应各种老式楼梯，且可快速拆装，方便携带。

智能养老护理床，则兼顾了实用性和舒适性。它具有自动全卧、半卧和坐位调整、气动翻身、气动按摩理疗、防褥疮、视听娱乐和远程聊天等多种功能，可

以帮助老年人和卧床病人实现轻松高效的护理。据介绍，2016年6月，该产品已在哈医大一院正式投入临床使用。

颈椎康复机器人可谓本届展会的“明星”。这款智能颈椎牵引康复机器人综合系统，精通中西医，可实现智能牵引、定量治疗、中医按摩、磁疗热疗等，能对康复过程进行实时监控与记录。

据其研发团队——哈尔滨天愈康复医疗机器人有限公司介绍，为了实现力控牵引的精准柔和，中国专家们耗时一年，将牵引反馈时间缩短到了0.001秒，牵引力精确到了50g，大大提升了机器人的性能。

机器人也能做手术了！Remebot医疗机器人，在展会中颇为吸睛。这款由北京柏惠维康科技有限公司研发的手术机器人，在临床方面创造了多项“第一”：第一次成功应用于临床，第一次成功实现远程手术，第一个纳入定点医保项目……目前已在北京天坛、宣武等医院做了近百台手术。

作为“医疗专家”，Remebot能帮助医生在大脑这个“生命禁区”实施微创、精准、高效的无框架立体定向手术，手术平均用时仅30分钟，定位精度达到1mm，患者只留下1个2mm以内的创口，特别是可用于活检、脑出血、帕金森、癫痫一类的神外科手术。

除此之外，北京积水潭医院与北京航空航天大学等单位联合研发的智能骨科机器人，可完成胫骨骨折髓内钉内固定手术；新松医疗辅助机器人，应用热消融治疗技术可用于肿瘤治疗……专家表示，随着越来越多的医疗机器人加速涌现，将有望依靠科技的手段，惠及更多患者。

政策指引

中共深圳市委 深圳市人民政府关于支持企业提升竞争力的若干措施

企业是市场主体和经济的基本细胞，是城市发展的重要支撑力量。当前深圳正处于加快转型升级的重要战略机遇期，必须适应新常态、引领新常态，深入贯彻落实习近平总书记系列重要讲话和对深圳工作重要批示精神，加快推进供给侧结构性改革，创造新供给，引导新需求；必须充分认识提升企业竞争力的重要性和紧

迫性，以高度的责任感、使命感，全面落实国家和省关于实施“中国制造 2025”战略，大力发展实体经济，着力化解企业经营压力，优化企业发展环境；必须充分发挥企业市场主体作用，弘扬企业家精神，促进资源要素高效配置，增强市场机制内生动力；必须加快简政放权转变职能，注重政府引导和政策支持，鼓励引导企业做大做强做优。“十三五”期间，我市要加快建设国际科技、产业创新中心，到 2020 年，我市进入“世界 500 强”的企业达到 8-10 家，政策支持服务体系更加完善，营商环境保持全国领先，城市发展竞争力跻身全球一流水平。为提升深圳企业核心竞争力，鼓励企业做大做强做优，强化创新驱动，减轻企业负担，提高政府效能，增强经济发展后劲，推进现代化国际化创新型城市建设，制定如下措施。

详情请见：

http://www.szaaci.com/legislation_show.asp?id=9944&f_id=15

协会大事记

为企业搭桥对接资源，协会举办小型座谈会

9 月 6 日下午，为了帮助企业拓展销售业务渠道，有效精准对接资源，协会召集深圳烯旺新材料科技有限公司、深圳烯旺智能服饰科技有限公司、深圳市伊欧乐科技有限公司、深圳市米糖贸易有限公司的代表与深圳市凤凰之翔礼品开发有限公司的采购经理进行了座谈，讨论同行之间如何有效对接、礼品企业互动等话题展开讨论。

首先，协会吴雅琴秘书长介绍了协会近期的服务工作情况，说明了为企业而举办搭桥对接资源座谈会的初衷和做法。

深圳烯旺智能服饰科技有限公司、深圳烯旺新材料科技有限公司主要开发石墨烯材料的应用，目前已有发热服饰以及护膝、护腰、护颈等健康用品的生产和销售，赋予了产品全新的取暖、理疗概念；深圳市伊欧乐科技有限公司生产的智能体脂秤，借助旗下云康宝体脂秤和轻牛健康管理软件，实现了定制化的会员健康管理系统；深圳市米糖贸易有限公司是马来西亚“乐一百”进口食品的总代

理，目前代理的品种近百个，在商超销售有不错的成绩。

参加本次座谈的企业属于礼品行业的新面孔，为帮助他们更快的融入行业，了解礼赠品、福利产品的销售特点，协会邀请凤凰之翔的采购经理，与他们分享了如何进入渠道平台的经验。凤凰之翔的肖经理也表示感谢协会有新的产品、新的合作伙伴的推介活动。

参会的企业肯定了这样精准对接的会议形式，还建议协会带领企业走出去学习同行的经验。

今后，有资源对接需求的企业可随时与秘书处联系，我们将根据企业需求安排资源对接活动。

协会组织深圳展团参加第三届藏博会

9月10日至16日，由文化部、国家旅游局、西藏自治区人民政府共同主办的“2016 第三届中国西藏旅游文化国际博览会”在西藏拉萨举行。我市代表团一行在市委常委田夫的带领下出席了藏博会开幕仪式后前往展馆参观，巡视了深圳参展企业。

深圳展区位于2号馆，展示面积54 m²。应本届组委会的要求，本次藏博会深圳展团的6家参展企业主要展出了高科技产品、高端电子产品、医疗保健等深圳原创产品。市委常委田夫一行在巡视深圳参展企业期间，与企业代表进行了交流，了解企业发展情况。

本届藏博会期间，深圳企业展区展示、宣传了深圳的城市形象，让参展的西藏民众对深圳有了更加深入的了解，对深圳产品有了初步的认识。深圳企业也通过藏博会的平台看到了西藏市场的巨大潜力以及两地的合作空间。

协会走访第二十三届深圳礼品家居展

10月20-23日，第二十四届中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会在深圳会展中心举行。展会期间，协会秘书处走访了多家参展的深圳

企业。

此次展会，协会秘书处工作人员分别前往各个展馆，走访了多家深圳企业，了解企业的参展情况和企业的最新产品。从现场企业反馈来看，通过适应需求、加强研发、提高质量，能有效增强产品在市场上的竞争力。

作为国内礼品行业规模最大、最具品牌影响力的行业展会，深圳礼品家居展总是吸引着对行业敏感度高的企业，在展会中抓住机遇突破瓶颈获得先机，为企业提供了开发市场的最佳契机。与此同时，深圳礼品家居展也吸引着千千万万对好物和美好生活向往的消费者前来感受共同感受前沿礼品商品的魅力。