

新松曲道奎：應對貿易戰升級 深挖內地市場 機械人2.0 轉攻歐盟市場

香港文匯報訊(記者 周曉菁)由香港科技园和新松機器人集團舉辦的星創師決賽昨日在港舉行,現場共有5個項目進行最後爭奪。新松機器人集團總裁、中國機器人產業聯盟董事長曲道奎接受訪問時指出,在中美貿易戰逐步升級的情況下,機械人產業作為受限的行業之一,在短期內確會受到影響,但相信行業對內能深挖需求龐大的內地市場,對外亦能拓展歐盟等除美國以外的市場,在機械人進入2.0時代中,把握千載難逢的機遇。

曲道奎坦言,美國除了對中國機械人產品徵收關稅,亦對內地人赴美攻讀機械學位、課程作出了諸多限制,內地機械行業若投資美國機械人的研發機構,收購合併機械人公司也會困難重重,形成了一系列的限制條件。

更換供貨商周期緩慢

不過他相信,這並不會打擊內地中小型企業的積極性,畢竟絕大部分的初創企業會先攻內地市場,只有龍頭企業會受到一定影響。他透露,新松的產品出口多達32個國家,北美的美國、墨西哥和加拿大等都是產品出口地,長遠來說公司可以轉攻其他市場,例如歐盟,潛力也非常巨大。

曲道奎還認為,機械人與日用品有很大的區別,買家臨時換一個供貨商不是易事,要考慮產品可靠性、技術和賣家的長期合作能力等等,這類高端產品徵收25%的關稅,相信賣家對加價不會很敏感。

即使真的要更換供貨商,也存在一個緩慢的周期。

未來需優化機械人質量

中國從2013年來,就成為了全球最大的機械人市場。曲道奎相信,在產業從1.0時代邁入2.0時代的背景之下,內地機械行業把握了千載難逢的機遇。去年全年增速接近60%,市場容量亦突破14萬台,佔到全球機械人市場的三分之一。換而言之,全球最大的機械人市場是產業最強大的支撐。

但他也強調,未來要花很長時間來提升和優化內地機械人的「質量」,尤其在國外機械人產業鏈逐漸成熟的情況下。機械人的發展趨勢不再局限於工業製造領域,逐漸通過與人工智能、物聯網、大數據等技術相結合,向局部自主、半自主的智能化發展。無論是龍頭還是初創企業,都應以技術研發為主,新性能對企業的技術研發能力提出了更高要求。



曲道奎相信內地機械人產業邁入2.0時代下,可把握千載難逢的機遇。

香港文匯報記者周曉菁攝



香港科技园和新松機器人集團舉辦的星創師決賽昨日在港舉行,參加決賽的5隊選手分別獲得相應的獎金。

港兩初企晉身「星創師」24強

香港文匯報訊(記者 周曉菁)星創師決賽現場共有5位代表分別介紹各自的技術應用方案,由三位評委作出點評和評分。最終,來自深圳的「博為靜脈藥物配置機器人」和北京的「悉見XR」獲得最高獎金9萬元(人民幣,下同)。此外,來自安徽東超科技的「可交互全息空

氣影像技術創新引領者」贏得8萬元獎金;深圳極視角科技的「計算機視覺PaaS雲平台」及上海約肯機器人的「全新智能追蹤水下機器人」分別獲7萬元。香港科技园行政總裁黃克強透露,本港亦有兩家初創公司闖入了星創師的24強。

新松機器人集團總裁曲道奎致辭時指出,該活動已經進入第四屆,在全球範圍內有超過100家合作夥伴,包括孵化器、產業園、學校和科研機構,有超過1,000多個專案團隊參與星創師大賽,有近150個專案得到孵化,專案類型豐富多樣,涉及服務機器人、工業機器人、智能家居、可穿戴設備、核心零部件、人工智慧(AI)、虛擬現實(VR)、增強現實(AR)、物聯網雲平台等。

Elmar Mock:將創新理念付諸實行



Elmar Mock在港出席研討會時稱,發明家的工作正是轉化,成就不可能的事,不是等待市場指示下一步該如何走。

香港文匯報訊 Elmar Mock是瑞士知名製錶專家,有40年的國際經驗,膠帶Swatch就是他的傑作。他日前在港出席亞洲鐘錶研討會時,就以「革命還是演變?」為題分享如何把創新理念付諸實行,以及披露膠帶Swatch的發明過程。

10美元製造Swatch

Elmar Mock在鐘錶業的經驗,首先從Swatch開始,那是1970年代末期,日本及台灣生產的數碼手錶為瑞士製錶業帶來了破壞性極大的影響,他成功說服了上司,製作一款使用膠製錶帶的廉價手錶,設計較平常用了少於一半的部件,而且手錶經過焊接,無法維修。這個概

念的重點是要以10美元的價格製造一款手錶。

他指,同事都因這個概念嚇壞了。他希望最終可以售出500萬隻手錶。結果,他們以5美元的價格製作出手錶,而非10美元,而Swatch也售出共計6億隻手錶,而非500萬隻,因此產生了多於80億美元的現金流。

Elmar Mock續指,發明家的工作正是轉化,成就不可能的事,不是等待市場指示下一步該如何走。他解釋,設計、生產一款廉價的手錶,只是成功之路的一步而已。之後的階段,則是決定如何銷售這款產品。他們曾試圖與廉價原子筆供應商Bic以及電池生產商共同營銷,

最後未能成功。結果,他們必須在自家品牌下營銷這款產品。有一位顧問提議他們將手錶銷售成時尚產品,這個建議打開了一套新的思路。他們與美國零售商布魯明黛商談,對方建議將手錶放到商店的時尚部,而非手錶部,然後整套概念就由此開始發展。口號:「Swatch——會滴答的時尚配飾(Fashion that ticks)」。

他認為:「每一件成功的產品,都自有一套想法。這套想法包括技術可行性、商業可行性,及顧客欲求性。」

他建議製錶業者問問自己,可以如何為創新帶來影響:「人類對創建、創新有深遠的興趣。為何我們必須毫不變遷?」

努力空想 接受障礙

Elmar Mock呼籲大家竭力創新:「你必須不斷創新和空想才能存活下去。看看什麼是不可能的。接受障礙,因為它們會阻止你的對手。你必須接受自己有機會犯錯,才能想像出嶄新的事物。」

對於市場崛起的智能手錶,他表示智能手錶是電話、手錶與攝影機的組合,正如智能手錶也是智能手機和傳統手錶的結合。他預料下一個世代的創新會集中於混合這一方面。Elmar Mock認為,手錶業中大多數公司都仍然活在過去,要存活下去,他們需要積極塑造未來,「令不可能變得可能」。

港青研智慧戒指ORII突圍

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)本港初創企業Origami Labs在TechCrunch Disrupt SF三藩市創業大會成功在1,200間科技公司中突圍而出,成為全亞洲唯一一隊可以參加Startup Battlefield的公司,更擊敗眾多外國好手,打入最後五強,並於今早4時半至6時20分舉行決賽,爭奪冠軍寶座,贏取10萬美元。

以藍牙接駁智能手機

Origami Labs創辦人梁嘉尉(Marcus)、黃家恒(Kevin)及陳衍呈(Emile),三位80後青年共同研發全球首創骨傳導技術智慧戒指ORII。ORII結合「骨傳」和藍牙4.0科

技而成,把聲音轉化為不同頻率的機械震動,透過藍牙連接智能手機,用戶戴上戒指後,只需把手指按在耳邊,便可以接收語音,連身旁的人都不會聽到其對話。

整個創業概念的核心源自於九龍銀行第三代掌舵人Kevin。Kevin爸爸十三歲失明, Kevin希望研發產品令每個人包括視障人士都能不用依靠螢幕享受智能電話的便利生活。從手錶到戒指,ORII經歷了17代的革新,現時ORII已發展成可同時處理日程、寫筆記、發送訊息等。ORII智能戒指去年推出市場,30日內已接到超過2,100張訂單,銷售額約260萬港元。

平安好醫生夥華潤三九拓新零售



平安好醫生與華潤三九達成戰略合作。

香港文匯報訊 平安健康醫療科技(1833)(又稱平安好醫生)昨公佈,與華潤三九(000999.SZ)達成戰略合作協議,雙方將在醫藥新零售等領域展開深度合作,攜手構建「互聯網+醫療」新型商業模式,推動移動互聯網與醫療行業的深度融合。

根據協議,雙方將利用平安好醫生自有的互聯網醫院、醫療團隊以及互聯網醫療流量,同時發揮華潤三九OTC、處方藥領域的產品和品牌優勢,打通從諮詢問診、處方、產品到配送服務閉環,為用戶

提供更全面的醫療健康服務體驗。

除了醫藥新零售之外,在中醫藥振興合作中,雙方將重點聚焦線上中醫藥養生保健等領域,基於平安好醫生大數據和用戶畫像,探索「互聯網+中醫保健」和「互聯網+慢病管理」新模式,共同推動中醫藥向標準化發展,擴大中醫藥用戶市場。

聚焦線上養生保健

華潤三九為華潤醫藥(3320)旗下藥廠業務分支,核心定位於OTC和中藥處方藥,OTC核心產品在感冒、胃腸、皮膚、兒科、止咳和骨科用藥佔據了較高的市場分額;處方藥產品在中藥配方顆粒、心腦血管、抗腫瘤、抗感染等領域,位居內地市場前列,旗下知名品牌包括「999」、「理瀉王」、「順峰」、「天和」等。平安好醫生致力打造一站式醫療健康生態平台。公司此前獲得了《藥品經營許可證》(批發),又與九州通醫藥集團(600998.SS)訂立戰略合作協議,將構建新的智能保健系統。

阿里零售通覆蓋百萬家小店

香港文匯報訊 阿里巴巴集團旗下零售通昨宣佈,其覆蓋的零售小店數量突破100萬家,已成為快速消費品B2B(商業對商業)領域的第一平台。此外,零售通將推出全新服務,協助百萬小店精準備貨、拓展服務邊界、連接線上陣地,讓小店營商更簡易的同時,為其打造300米便利生活圈。

快消B2B第一平台

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示,近年阿里巴巴圍繞新零售進行了一系列佈局,但歸根到底要做的,是希望在消費者端提供更廣闊的消費標的與內容,並通過構建完整的基礎設施與資料、技術能力,說明其他企業轉型成為數據驅動公司。他指出,零售通期望成為一個數據流轉的平台,助品牌商、分銷商更了解用戶需求,從而了解數百萬小店店主需要的服務和說明。另一方面,零售通亦期望更好地幫助小店店主,賦予小

店數字化能力和技術,讓小店服務半徑從到店服務,走向小店周邊生活社區500米、1,000米,帶來更多生意。

據悉,過去一年有超過3,500個快消品牌入駐零售通平台。阿里巴巴集團副總裁、零售通事業部總經理林小海表示,零售通已擁有5,000名個人拍檔和300個企業拍檔,同時覆蓋超過內地100萬家小店,並成為這些小店最重要的採貨平台,零售通已成為快消B2B領域的第一平台。

房租、人工等成本不斷增加,令傳統小店數量減少。過去一年內地的小店數量減少5%,而繼續經營的小店有30%生意下跌,3%的被調查店主有意關店;而天貓小店的營收卻普遍增加,日均營業額平均達5,000元至6,000元人民幣,與改造前相比,日均營收平均增長超過30%。

發佈智慧門店管家

林小海表示,小店生存狀態兩極化的背後,是消費行為越來越數字化、消



過去一年有逾3,500個快消品牌入駐零售通平台。

費場景碎片化及消費需求多樣化。消費端的變化讓小店對服務升級有了新需求,零售通將用最低的門檻、最簡單的操作和最低的成本幫助小店實現數字化,讓小店生意更容易。

零售通針對小店店主發佈了全新的智慧門店管家,一台連接了市面98%小店常賣商品資訊,實現掃碼一秒建檔的POS機。有別於傳統POS機,小店店主可通過其進行有針對性地選品,藉助其庫存預警功能進行一鍵補貨,以及根據市場變化提供最合理的定價。

盧韋柏推「恒隆會」搞顧客關係

香港文匯報訊 恒隆地產推出全新顧客關係管理計劃「恒隆會」,為顧客提供更多專屬及個人化的服務體驗。恒隆地產行政總裁盧韋柏表示,作為以顧客服務和市場營銷為重心的商業地產公司,恒隆重視與客戶的直接聯繫,「恒隆會」的推出,將可讓公司掌握大數據,從而制定更高效的租賃策略,配合一系列會員限定的配套服務,能為顧客帶來真正獨特的體驗。

度身訂做個人服務

據悉,有別於一般的折扣獎賞或積分優惠

計劃,「恒隆會」的宗旨是為會員提供與眾不同的體驗,貴賓體驗專員將為會員提供獨家限定、包括為個人度身訂做及有高度體驗價值的服務。指定會員將有機會獲邀參與海外旅遊、國際時裝周、品牌全新貨品發佈會,與知名設計師或星級名廚聚會、優先預訂品牌限量版貨品、攜同親友使用The Lounge的設施、享用茶點、個人形象指導、美甲服務、私人管家服務、餐飲優先訂位、私人訂做菜單、預留停車位、生日優惠等。

「恒隆會」率先在上海的恒隆廣場推出。