



华为技术有限公司:

依靠技术弯道超车 构建 AIoT 网络

相对于在5G上的投入,华为技术有限公司在物联网上的起步相对比较慢,构建物联网生态上落后于几家对手。但通信技术过硬的他们,尝试以通过系统层级的技术实现弯道超车。

围绕手机,华为提出了“1+8+N”战略,其中1指的是手机也是主入口,而PC、平板、TV、印象、眼镜、手表、机车、耳机则是8个辅入口,这些设备尽管有限制性,但是他们便捷性会优于手机,这是华为全场景智慧物联网战略在产品层面的体现。它和华为的服务及硬件生态平台、AI核心驱动力紧密相连,共同构成全场景智慧化战略。

华为的物联网战略是典型的“以点带线、以线带面”逻辑,自己牢牢把控手机这一数字中枢,延展可以和用户、手机智能交互,且贡献稳定性收入的8个高频消费的产品。与此同时,自己又把控芯片和操作系统这些底层技术命门,接入华为生态伙伴,扩充智能硬件品类切入更多终端入口,打造一个以华为为核心、可供其他企业参与的物联网生态圈。

自从被美国加入“实体清单”,尤其是禁令升级后,华为的处境有些艰难,手机业务影响较大,因此华为消费者业务今年把

更多的精力放在了物联网市场。

2020年底,华为又推出11个品类,共计16款IoT新品。截至目前,华为2020年智能生态产品销量同比2019年增长500%,成为整个公司业绩利润增长极。

实际上,凭借着在通讯技术、芯片、软件开发方面雄厚的实力,华为早在前几年就从底层通讯协议开始,完善了自建物联网HiLink+HiAI技术平台。该平台是一个具有高兼容性、先进性的开放标准体系,能够让不同硬件厂家的设备都无缝接入到平台运行。既通过“1+8”确保了核心的盈利能力,又能够以开放标准广泛“交朋友”,从入口、连接、生态三个层面去构建丰富的产品生态,打造完整的智能硬件圈层,鸿蒙OS、方舟编译器、HMS构造了华为物联网基础生态。

通过发布鸿蒙OS,提出分布式系统路线,华为正凭借过硬的通信技术弯道超车。鸿蒙分布式技术,就是把各种硬件能力切割为字模,自由重组,形成新的超级终端。与此同时,华为也开放了分布式能力的SDK,让第三方的软件和硬件都可以快速与华为终端设备建立连接并调用相应的能力。

阿里云计算有限公司:

依托“云”优势 做更生态化“超级平台”

因为相信物联网是互联网的补充,是事物与云端之间的联系纽带,所以,创立于2009年的阿里云计算有限公司把自身定位为“物联网基础设施提供商”,通过构建智能物联网平台,部署IoT支持平台、IoT操作系统,以及IoT边缘计算建立完善的基础设施来改善生态系统,最终推动互联网成为智能互联网。

同时,阿里云凭借自身强大的生态,利用在计算、服务、数据、安全、AI等方面云计算能力的积累,凭借“平台+市场+标准”解决物联网标准碎片化的痛点,赋能各行各业。

阿里云奉行着“1234”物联网战略,即1朵云(LinK物联网使能平台)、2个端(设备端、边缘端)、3类伙伴(开发者、芯片模组厂商、行业合作伙伴)、4大领域(智能城市、智能汽车、智能生活、智能制造)。

阿里巴巴重磅出击物联网的大致思路:首先,万物互联时代数据是最基本的社会资料(而阿里在多个领域数据优势独树一帜);其次,原始资料需经过云、AI、物联网等技术的加工处理,让数据真正转化为

行业动力和价值;最后,持续开发B端和G端市场,尽可能以最快的速度获取数据,将数据转化为数字生产力推动行业乃至整个社会的正常运转,这才是阿里巴巴所提的“物联网”本质。

通过多方信息看,阿里云IoT基础设施搭建者定位,并不是构建一个闭合的物联网产业链。阿里云的重心是对外输出物联网使能平台、物联网操作系统、AI与边缘计算技术的基础核心能力、标准化体系、生态系统机制。其他芯片、模组、连接、应用和解决方案是放开的,交由市场和合作生态完成。

面对未来科技发展趋势,阿里云宣布5年内要连接100亿物联网设备战略,通过云+AI+IoT三驾马车能力赋能全行业变革。借助阿里云强大的云计算能力,阿里云IoT开展云、管、边、端全链路布局。在此基础上,采用淘宝化的运营模式,不断扩展物联网基础产品、平台产品及服务应用提供。

青岛海尔股份有限公司:

首推生态品牌战略 开启物联网新纪元

在众多企业中,海尔是为数不多能够在每个时段中抢占先机的企业。继产品品牌、平台品牌之后,在物联网时代,海尔集团提出并开启了构建生态品牌的战略。值得注意的是,这是在全球范围内企业第一次明确提出的物联网时代“创牌”方式。

在海尔的布局中,物联网模式包括生态圈、生态收入以及生态品牌三要素,三者依次递进,最终实现建立生态品牌的目标。生态圈即共享经济,海尔搭建共享经济生态圈,与利益攸关方共创共享,各方都可以实现增值,吸引各方的加入。生态收入即社群经济,海尔通过社群体系、触点网络实现生态收入。值得一提的是,在青岛海尔公布的2017年业绩及2018年一季度业绩报表中,青岛海尔首次披露生态收入,生态收入达到6.2亿元。唯其如此,青岛海尔也因此成为全球家电业第一个披露“生态资产”的企业。最终海尔构建的生态品牌,让用户的体验可以通过不断迭代实现升级,使得顾客成为终身用户。

“人单合一”模式指导下,青岛海尔率先开启了物联网时代下的生态品牌建设,依托

COSMOPlat工业互联网平台为用户提供全屋成套智慧家庭定制解决方案,推进智慧家庭战略落地,实现了生态倍速增长。

2018年,青岛海尔发布“4+7+N”全场景解决方案,提供可定制、可迭代、一站式的成套解决方案,覆盖客厅、厨房、卧室和浴室四大物理空间,涉及美食、用水、空气、洗护、安防、娱乐等七大解决方案,支持个性化场景定制。

与此同时,青岛海尔积极推进衣联网、食联网等生态圈建设,目前,已联合了近万家生态资源方,搭建起行业最大的智慧家庭场景生态。

如青岛海尔衣联网基于物联网RFID芯片技术,以服装为媒介,并联合服装品牌、服装协会、洗涤剂品牌等资源方,满足用户洗、购、穿、护、换等全流程需求,形成衣联网生态圈。

食联网以智慧冰箱、智慧烤箱、智慧烟灶具作为交互入口,基于智慧厨房场景交互过程中产生的涵盖饮食习惯、内容偏好、使用习惯等数据,为用户提供体检健康监测、智慧烹饪、安心食材购买、食材农残监测、智慧存储、营养方案制定等增值服务。

新华三集团:

以园区物联网为核心 发力三大方向

紫光旗下新华三集团作为数字化解决方案领导者,致力于成为客户业务创新、数字化转型最可信赖的合作伙伴。新华三集团拥有计算、存储、网络、安全等全方位的数字化基础设施整体能力,提供云计算、大数据、智能联接、信息安全、新安防、物联网、边缘计算、人工智能、5G等在内的一站式数字化解决方案,以及端到端的技术服务。

近年来,新华三集团在无线领域稳步增长,并保持良好成绩。自2009年起,新华三已经连续十年蝉联中国企业级无线局域网(WLAN)市场占有率第一。而物联网隶属于无线产品线,其范畴甚至超越了传统无线。对于物联网,新华三集团有自己的理解:“依托于网络,发挥优势,与网络一起聚焦”。

新华三集团在物联网领域有两个坚持。一个是坚持以人为本的理念,以用户的体验为主;另外一个就是坚持“融合平台 无界生态”的战略。

2019年,新华三物联

网主要聚焦于智慧园区、智慧城市、泛在电力三个方向领域。而智慧园区作为一个通用的物联网场景,涉及校园、医院、企业、政府、制造等多个行业,新华三打造的园区物联网解决方案,涵盖安防、消费、定位、楼宇、物业等多个方面物联网业务,可以支撑多行业数字化业务。

值得一提的是,新华三园区应用基于绿洲物联网平台,提供全场景精度范围定位方案,广泛适配园区各种需求,联动不同安防系统提供全局维度管控,并拉通传统一卡通与互联网移动支付。全方位助力园区走出传统IT模式,推动智慧园区的建设。

作为数字化解决方案领导者,新华三全新发布的绿洲物联网平台3.0以能力为基础,方案为核心,体验为本质,构建生态物联,驱动企业数字化转型,助力各行各业构建物联时代全新数字架构。

新华三在物联网领域的竞争优势非常明显,依托于母公司紫光集团在芯片、终端、平台多维度的大力支持,新华三能够非常有底气的构建起功能强大的物联网平台,服务百行百业的企业用户。

