

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

协会秘书处

201609

本期内容

协会信息

1. 广东小白龙动漫文化股份有限公司启动两化融合管理体系贯标工作
2. 广东邦宝益智玩具股份有限公司通过两化融合管理体系第一阶段评
3. 协会参加安全生产专项行动启动仪式

行业资讯

1. 汕头蝉联“中国城市信息化 50 强”
2. 2016 中国两化融合大会隆重开幕

热点新闻

1. 移动互联网生死跌宕的一年

协会信息

广东小白龙动漫文化股份有限公司启动两化融合管理体系贯标工作

2016年9月6日上午，广东小白龙动漫文化股份有限公司两化融合管理体系贯标启动会在小白龙总部隆重召开。小白龙公司林建武副总经理、郭阳刚总监、汕头市信息服务和软件行业协会滕丽秋秘书长、协会两化融合项目咨询师及公司各部门主管参加了会议。

“两化融合管理体系标准建设和推广行动”是工业和信息化部《信息化和工业化深度融合专项行动计划(2013-2018)》的首要行动。该行动将通过制定和推广两化融合管理体系国家标准，引导企业建立和规范两化融合管理机制，打造信息化环境下的新型能力，获取可持续竞争优势。

此次启动会的主要任务是动员和部署小白龙两化融合管理体系贯标项目工作。启动会上，咨询服务团队专家介绍了两化融合管理体系的背景、内涵和要求，对开展两化融合的意义进行宣贯，并介绍了贯标项目的总体计划。

会上，滕丽秋秘书长介绍了汕头市信息服务和软件行业协会的基本情况及其优势，协会作为粤东区域唯一的体系贯标服务机构，充分整合专家资源，通过专业咨询服务，真正为企业的信息化与工业化把脉，将借助两化融合管理体系，帮助企业提升综合实力。

最后，林建武副总经理结合其多年的企业管理经验，分享了具体的案例和其对两化融合管理体系的见解，并对项目的启动做了总动员，林总鼓励大家要充分认识两化融合管理体系贯标的意义、本质和目标，积极配合项目开展，注重各环节的落实，争取以实现贯标工作推动企业未来的发展。



广东邦宝益智玩具股份有限公司通过两化融合管理体系第一阶段评审

2016年9月19-20日，广东邦宝益智玩具股份有限公司开展两化融合管理体系贯标第一阶段审核工作，并在协会两化融合服务团队的辅导下顺利通过审核。

当天，评定机构专家到达企业现场进行评估审核。首先，分析企业新型能力主线和两化融合管理体系建设的情况，并对体系建立的相关文件和记录提出改进意见；同时，专家通过与企业各部门负责人进行沟通交流，了解企业内部管理情况。最后，专家也参观了企业生产车间，对企业信息化和工业化程度有了更直观的了解。

通过此次评审，评审专家对广东邦宝益智玩具股份有限公司两化融合管理体系贯标工作进行了系统性的检查与审核，接下来，协会将继续辅导广东邦宝益智玩具股份有限公司进行资料整理，同时定期至企业检查体系运行情况，以协助企业顺利通过下一阶段评审，完成体系贯标工作。

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊



协会参加安全生产专项行动启动仪式

9月23日，由汕头市民政局、市安监局、市社会组织总会主办的“安全生产 携手共建平安汕头”——汕头市社会组织安全生产专项行动启动仪式，在汕头市迎宾馆举行，来自全市市级各行业协会（商会）会长、秘书长和安全生产委员会主任，以及各区（县）民政局分管领导、社会组织登记管理机关负责同志 100 多人参加了启动仪式。市政府副秘书长陈文炳、市民政局局长陈镇坤、市社会组织管理局局长刘勤裕、市安监局副局长陈庆明等市政府及相关部门领导出席会议。协会副会长周芝平代表参加了此次会议。

会上，市民政局、市安监局领导从部门职能出发，分别作了发言。市民政局陈镇坤局长在发言中表示：近年来，汕头市社会组织开拓进取、改革创新，一些创新做法走在全国、全省前列。此次开展安全生产专项行动，又是汕头社会组织工作的一项创新举措，既符合上级要求，又符合行业的自身利益，要求全市社会组织真抓实干，为建设平安汕头发挥应有的作用。最后，市政府副秘书长陈文炳同志代表市政府作了讲话。在讲话中，陈副秘书长充分肯定了此次安全生产专项行动的目的和意义，并就社会组织如何发挥作用，从明确宗旨职责、强化自身建设、抓好培训教育、协助政府开展宣贯工作、做好咨询与技术服务等方面，提出

地址：汕头市高新区物联网产业园 301 室 电话：0754-88426622 传真：0754-88426600

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

了具体的指导意见。启动仪式的下半场，市安全生产协会代表进行了安全培训教育授课。



行业资讯

汕头蝉联“中国城市信息化 50 强”

9月10号,在浙江宁波举行的2016中国智慧城市推进大会暨第五届中国城市信息化50强发布会上,我市再一次荣获中国城市信息化50强,名列第23位,历届排名屡创新高。这也是我市连续五届获得这一殊荣。

中国城市信息化50强活动自2008年以来每两年开展一次,本届会议的主题是“智慧城市,惠民兴业”。活动由国内信息化权威专家严格按照信息基础设施、信息资源开发利用、信息化环境、信息化应用水平等4个方面的27项指标体系进行评审,综合反映一个城市信息化发展水平。近年来,市委、市政府高度重视信息化工作,全面贯彻落实网络强国战略和“互联网+”行动计划,加强顶层设计,出台了《汕头市信息基础设施建设三年实施方案(2015-2017年)》、《汕头市“互联网+”行动计划(2016—2020年)》等一系列指导文件,确立了我市信息化先导的发展战略和推进互联网应用的行动指针,强力推进信息基础设施建设和经济社会各领域“互联网+”发展,产业发展和应用涌现出新模式新业态。

2013年,我市入选“首批国家信息消费试点城市”,成为全国68个试点市(县、区)之
地址:汕头市高新区物联网产业园301室 电话:0754-88426622 传真:0754-88426600

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

一;2015年, 获选“宽带中国”示范城市, 成为全国2015年度39个“宽带中国”示范城市(城市群)之一;2016年, 入选“全国电信普遍服务试点城市”, 成为2016年度全国97个电信普遍服务试点城市之一。我市还入选腾讯研究院发布的2016中国“互联网+”总指数城市100强, 名列全国第41位。

与此同时, 我市坚持统筹推进、关键突破, 深入推进信息先导战略。建立与基础电信运营企业、广电运营企业战略合作关系, 协调推进宽带网络基础设施建设共建共享;组建国家信息中心时空大数据研究中心, 开展关键技术攻关;开展北斗大数据平台应用推广, 推动国家信息消费试点城市建设;围绕建设和应用两个重点, 组织两化融合宣贯培训, 开展两化融合管理体系贯标, 5家企业成为省两化融合贯标试点。



2016 中国两化融合大会隆重开幕

8月26日一早, 2016中国两化融合大会在北京国家会议中心隆重举行, 大会盛况空前, 各级主管部门领导、专家学者, 以及来自金融机构、行业协会、央企集团、两化融合管理体系贯标企业及其它著名企业、各类咨询服务机构等单位的2000名代表出席了本次盛会。

工业和信息化部副部长怀进鹏, 第十二届全国人民代表大会常委、财政经济委员会副主任委员辜胜阻, 工业和信息化部信息化和软件服务业司司长谢少锋, 中国工程院邬贺铨院士, 中国工程院吴澄院士, 北京大学教授、原工业和信息化部副部长杨学山, 工业和信息化部电

地址: 汕头市高新区物联网产业园301室 电话: 0754-88426622 传真: 0754-88426600

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

子科学技术情报研究所所长胡燕，工业和信息化部电子科学技术情报研究所总工程师尹丽波，中共北京市委委员、市人大常委，北京二商集团有限责任公司党委书记、董事长孙杰，红杉资本中国基金合伙人、董事总经理富欣，用友网络科技股份有限公司执行总裁陈强兵，联想集团副总裁、中国区大客户及在线销售总经理叶明，中国电信集团公司产业互联网创新发展中心总经理、工业互联网产业联盟副秘书长张东，北京健康云创始人徐欢生，深圳华龙讯达信息技术股份有限公司总经理龙小昂，易往信息技术有限公司咨询服务总监夏何均等在今天大会上发表主题演讲。

会上隆重举行了中国制造业与互联网融合发展联盟揭牌仪式。中国制造业与互联网融合发展联盟在工业和信息化部的指导下，基于中国两化融合服务联盟，工业和信息化部电子科学技术情报研究所联合中国信息通信研究院、中国电子技术标准化研究院、电子产品可靠性与环境试验研究所、中国电子信息产业发展研究院、中车集团、中钢集团、用友网络科技股份有限公司等单位发起组建，联盟将围绕制造业新基础、新模式、新业态、新机制等，深入推进制造业与互联网在发展理念、技术产业、生产方式、服务模式等方面的全面融合和协调发展，搭建政产学研用协同创新平台，打造制造业与互联网融合发展的新型生态体系。

会议还由中国两化融合服务联盟副理事长、工业和信息化部电子科学技术情报研究所总工程师尹丽波正式发布了 2016 中国两化融合系列报告及优秀成果，包括中国两化融合发展数据地图（2016）、两化融合管理体系贯标评定成果报告（2016）、中国企业互联网化转型发展报告（2016）、中国工业电子商务发展报告（2016）、重点领域大企业“双创”概貌（2016），这些研究报告是基于中国两化融合服务联盟在近 7 万家跟踪监测企业的真实数据和联盟长期研究形成的框架和体系基础上，经过广泛的调研抽样、专家访谈、分析研究所取得的研究成果，对了解产业行业现状、把握发展趋势、厘清工作思路，具有重要的意义。大会还揭晓了由联盟组织的 2016 年度两化融合突出贡献、2016 年度两化融合创新实践、2016 年度两化融合十大领军人物、2016 年度杰出两化融合管理者代表、2016 年度两化融合管理体系优秀贯标咨询服务机构、2016 年度两化融合优秀解决方案等成果评选结果。此次评选结果经过了资格审查、专家初审、网络投票、专家复审等严格流程，其中网络投票参与人数超过 10 万人，引起各界的广泛关注。

热点新闻

移动互联网生死跌宕的一年

这是移动互联网生死跌宕的一年，这一年见证了无数新创意新应用的呱呱坠地，也见证了无数新想法新实践的黯然落幕；这是移动互联网竞争最激烈的一年，巨头间的互掐上演了火药味十足的视听盛宴，昨天还打得不可开交的对手今天就又握手言欢以身相许；这也是人们享受移动互联网带来福利最多的一年，人们乘过免费的顺风车、吃过免费的水果、享受过几块钱的上门服务……本期移动互联周刊为您梳理移动互联网 2015 年的生死沉浮和风云跌宕。

生：只有想不到 没有做不到

2015 年是大批移动互联网应用诞生的一年，移动互联网开始渗透到生活的方方面面，在各个领域里，每天都有新的创意萌生，每天都有新的应用诞生。

生活服务领域是见证新应用诞生最多的地方，家政、洗衣洗车、维修、按摩、上门维修、商超配送、母婴护理、美发美甲等看起来与互联网毫不相干的领域，在这一年也都纷纷开始走上互联网之路，既出现了囊括多种服务的综合类 App，如京东到家、到位等，也出现了专门提供某类服务的 App，如专门提供送药服务的叮当快药、专门提供美甲美发服务的河狸家、专门提供洗车服务的呱呱洗车等。

在餐饮领域里，涌现出了一批以爱蜂鲜为代表的生鲜配送类应用，还出现了专门针对早餐和夜宵等特殊时段的外送服务，以满足消费者不同的需求；此外，外卖的种类也有所突破，由原来的配送轻食简餐到新出现的一个鸭子、摇滚沙拉等固定餐品；还有预约厨师上门做饭等服务也开始兴起，而以回家吃饭为代表的将家庭厨房也调动了起来。

在出行领域，2014 年年底开始起步的约车服务在 2015 年有了极大的发展，尽管网络约车的合法化一直受到质疑，相关政策也一直对网络约车进行规范，但还是没能妨碍约车应用的蓬勃发展，专车、快车、顺风车、巴士等网络约车服务先后出现，尤其是在拼车市场，嘀嗒拼车、滴滴顺风车、百度顺风车等应用调动了私家车主的积极性，让人人做司机成为可能。

在移动支付领域，尽管没有出现新的巨头，但在过去的一年，越来越多的人养成了手机支付的习惯，在商场、超市、便利店、餐厅等场所，通过微信或支付宝扫码支付已经成为越来越多人的选择，而两大移动支付巨头也不惜重金砸钱吸引用户。此外，大众点评美团等平台也推出优惠买单等应用，让消费者在手机上就可以完成买单，并享受优惠。（苏晓）

地址：汕头市高新区物联网产业园 301 室 电话：0754-88426622 传真：0754-88426600

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

打：逃不过的“相爱相杀”

2015年的移动互联网江湖，热钱多，热闹多，能人多，嘴炮多。移动互联网的市场竞争，向来没有“温情脉脉的面纱”，所以打起来也就格外地热闹。

2015年1月刚过完元旦，华为手机掌门人余承东便在微博上开炮了。“看到小米 Note 仅 3000mAh 电池 5.7 英寸 2K 屏，我想告诉大家的是，电池续航能力一定很糟糕！”不藏着不掖着，直接对竞争对手开炮。对此，被点名的小米毫不含糊，小米联合创始人林斌迅速回应：Mate7 在各方面都败给小米 Note。此外，他还翻出余承东当年评价 1080p 屏幕功耗太高的言论，并建议把 Mate7“升级到”720p 显示屏。随后双方你来我往，连雷军也加入嘴仗之中。

在社交平台上隔空骂架显然只是小打小闹，神州专车和 Uber 的斗争从社交平台延伸到市场营销。6月25日，神州专车在官方微博上发布了一组主题为“BeatU，我怕黑专车”的图片，指其存在“毒驾、醉驾、酒驾”、“隐私被买卖”、“人员参差不齐”、“黑车换马甲”等问题。Uber 也随后做出回击，一来一往成为网络热点。这次进攻由神州专车挑起，却没能笑到最后。广告立意太低，打击对手抬高自己的手法简单粗暴，文案中还出现了错别字的硬伤。神州专车的这次营销虽炒热了，却没收到正面效果。

电商之间的争斗更是白热化。2014年阿里巴巴将“双11”注册成商标，引起京东发公开信指责其“违背互联网开放精神”。2015年11月3日，京东在微信上宣布向国家工商总局实名举报阿里“扰乱电商市场秩序”。第二天天猫回应“鸡实名举报了鸭，说鸭垄断了湖面……”当天下午，阿里盟友苏宁把大量物流车辆集中停放在京东楼下进行示威。事情还没完，第二天苏宁投放了三个广告，广告词“电商是男人的战场，不要让女人扛枪”、“老板若是真的强，头条何须老板娘”、“要让女人做剁手党，别做标题党”，直接炮轰京东。京东则以“秀不秀都有老板娘，强不强问你家马郎”等广告反击。你来我往，一起将“双11”炒到了极致，各家都赚了个盆满钵满。（丛文）

合：强强联合 寻求突破

2015年对于互联网界来说是不平静的一年，一股合并潮席卷了整年，力度和规模之大超出以往任何时候。从颇有心思的滴滴与快的在情人节当天“联姻”，到4月58同城与赶集网的“结盟”，到团购网站美团和大众点评的“牵手”，再到10月底携程与去哪儿的“结义”，互联网大家庭似乎从“相杀”一步直接走向了“相爱”。如果再算上携程收购艺龙、阿里巴巴和优酷土豆的结合、京东入股永辉超市等等，“抱团取暖”可谓2015年互联网界当之无愧的年度热词。

地址：汕头市高新区物联网产业园 301 室 电话：0754-88426622 传真：0754-88426600

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

看似热闹的合并热潮并不是业界大佬的一时脑热，而是有着深层次的原因——资本驱动。一直以来，互联网行业特别是垂直领域的巨头“出手”都是毫不犹豫，火拼的味道从来都很浓烈。还记得滴滴和快的用红包抢市场的补贴大战吗？还记得 58 同城与赶集网在广告市场数十亿元的角逐吗？还记得去哪儿为了压制携程，一年“烧钱”近 30 亿元的“豪迈”吗？然而热闹的厮杀后人们发现，并没有一个是真正的赢家。巨额的资本投入换来的不是巨大的回报，而是利润水平的拉低，甚至是巨额亏损。2015 年第二季度的财报就显示，去哪儿网巨亏，而携程基本也是“入不敷出”。

醒目的赤字换回了理智，资本在逐利的本质下开始回归理性。合并，不仅能有效避免大规模、持续性的恶性“烧钱”，更能为自己营造一个相对宽松的竞争环境，将精力拉回自身产品和服务这一竞争核心上。毕竟努力提升用户体验、把蛋糕做大，无论对谁都没有坏处。

2016 年一开年，各大航空公司、酒店和去哪儿等 OTA 企业就上演了一场厮杀大戏，OTA 等企业的生存危机与机遇并存。管中窥豹，也许在新的一年里，互联网行业的合并大戏还将继续上演。（晓中）

走：征途开启 挑战重重

对于已经具备一定实力的中国互联网企业而言，进军海外市场就成了必选题。2015 年，无论是 BAT 巨头还是智能手机企业，抑或是互联网应用公司，都以各自的方式和节奏“走出去”，真可谓八仙过海各显神通。不过相比国内市场，海外市场的特性大不相同，尤其是一些发达国家市场对于产品品质和服务的要求都比较高，同时市场上的竞争对手也十分强大，对于尚属年轻的中国互联网企业而言，进军海外的方向虽然光明，但是道路却充满挑战。

2015 年第三季度，中国互联网企业在海外的一系列动作引得业界关注。9 月中旬，滴滴以 1 亿美元入股美国打车应用 Lyft，而在参投 Lyft 的公司中，还有腾讯和阿里巴巴。滴滴和 Lyft 的合作目的显而易见，那就是双方优势互补，以期为双方用户提供全球化的使用体验，未来中国的滴滴用户到国外旅行时有望可以使用 Lyft 的服务，而 Lyft 的用户从海外到中国来也可以获得本土化的服务。

事实上，除了资本注入的方式，中国互联网企业在“走出去”中常用的方式还有并购。相关数据统计显示，仅 2015 年上半年，中国互联网企业完成的并购案例就超过了 100 起，已披露的数据涉及资本金额近 37 亿元人民币。作为业界公认的善用并购手法的企业，联想目前已经在全球 160 多个国家和地区开展了业务，在过去 10 年间，联想在美国的投资金额就超过了 70 亿美元。

地址：汕头市高新区物联网产业园 301 室 电话：0754-88426622 传真：0754-88426600

汕头市信息服务和软件行业协会电子期刊

不过从客观上看，中国互联网企业的国际化部署还只是刚刚开始，无论是在战略规划还是在市场布局上都不够老道，因此失败也是颇为正常的事情。2015年6月，阿里巴巴就出售了开业仅一年的美国子公司 11Main，这意味着阿里巴巴首次进军美国电商市场宣告失败。

摸着石头过河，这句话无疑是目前中国互联网企业“走出去”的真实写照，在没有固定的模式且经验不足的情况下，中国互联网企业仍然需要进一步夯实自身实力，用敢于尝试、不怕失败的互联网精神，征服海外市场。（黄鱼）

死：O2O 市场出现“死亡地带”

对于 O2O 市场而言，刚刚过去的 2015 年无疑是个令人唏嘘的年份。一方面，O2O 应用的遍地开花，让整个市场异常火爆；另一方面，许多 O2O 应用“生得快，死得也快”，2015 年 O2O 市场可谓“死伤遍野”，甚至在诸多领域出现了“死亡地带”。

客观来看，出现“死亡地带”的领域无疑是竞争最为激烈的“战场”。生活服务类市场自然首当其冲。2015 年，无论是在家政、洗涤，还是在配送、母婴领域，五花八门的生活服务类应用让人目不暇接。这其中，主打最后 1 公里配送的 O2O 应用可谓“死亡地带”。其原因在于，这类模式需要在 1 小时内甚至几十分钟之内完成对物品的采集配送，与此相应地就需要密集布点以及大量的人力成本。而这与已经成熟的大型电商相比，显然没有很大的优势。例如，社区 001 从 2015 年 6 月开始身陷员工讨薪、不送货、经营告急的连环风波之中。

汽车服务类应用则是另一个“死亡地带”。2015 年，上门洗车类应用大行其道，一时间类似应用层出不穷，曾有超过 100 个微信公众号表示提供“上门洗车”服务。而为了抢用户，几乎所有应用都采用了“免费体验”的推广模式。对于车主而言，这无异于一场“免费的盛宴”——哪个应用可以免费体验就下载哪个，哪个应用开始收费了就抛在一边。对于应用本身而言，这却是在“烧钱”，而且速度太快。最终的结局是，行业领头羊 e 洗车宣布停止上门业务，而包括云洗车、功夫洗车等在内的多个上门洗车类应用也宣布关闭该业务或者从线上转到线下。

此外，出行服务类、餐饮服务类也都是平台关停的重灾区。总体而言，2015 年是 O2O 市场的“洗牌期”。经过大浪淘沙之后，那些用户体验足够好的应用最终会活下来，进而活得更好。