

盘点：2018年中国科技领域大事件

2018年即将结束，在这一年里对中国科技领域来说是意义非凡的一年。今年见证了中国智能手机品牌的持续崛起、人工智能技术的更广泛应用，以及中国本土电动汽车的首次亮相。从这些大事件中，或许可以窥见一些科技领域的发展趋势，一起来看一下吧。

AI技术更广泛应用

中国大力发展战略性新兴产业，目前已在多个AI领域取得主导地位。

中国本土科技公司正加快将人工智能技术转化为面向国内市场的产品和服务的速度。从扬声器到汽车，超过1.5亿部智能设备，正在使用百度的人工智能对话系统DuerOS。

今年，腾讯推出了将人工智能技术运用到医学领域的产品“腾讯觅影”，据介绍，截至7月，“腾讯觅影”已累计辅助医生阅读医学影像超1亿张，服务90余万患者，提示风险病变13万例。

中国许多城市都采用了阿里巴巴的人工智能城市大脑来改善交通流量以减少交通事故。中国第二大电子商务平台京东的金融科技部门，甚至将人工智能技术应用于提高养猪业的生产率。

此外，面部识别已经广泛应用于中国人的日常生活中——从抓乱穿马路的行人到银行开户时的身份验证。

网络游戏监管力度加大

为了避免青少年沉迷于网络游戏，保护青少年茁壮成长，有关方面加强了对网络游戏监管的力



度。腾讯微信应用的内容生态系统今年也受到了更密切的关注，微信自己“清理”了数万个账户。

时隔六年，今年腾讯组织架构进行大调整，该公司还决定将目光投向消费者以外的业务，将企业作为未来的另一个增长引擎。腾讯承诺将“拥抱工业互联网”，通过向企业提供云计算、大数据和人工智能能力，着眼于支持中国经济数字化转型的巨大潜力。

短视频应用人气飙升

过去一年，短视频应用在中国的人气飙升。TikTok，在中国大陆被称为“抖音”，和腾讯支持的快手，已经俘获一众年轻忠实粉丝。由美国互联网企业运营的TikTok，去年11月在美国的新下载量也超过了Facebook、YouTube等。

本土智能手机品牌成绩非凡

中国的智能手机品牌赢得了市场份额，提升了品牌知名度，增强了设计能力，实现了在国内外的双赢。

去年，在小型品牌被挤出主流市场之后，中国智能手机市场被四大本土品牌所主导：华



为、Oppo、Vivo和小米。这四大本土品牌目前控制着近80%的市场份额。根据国际数据公司全球季度移动电话跟踪器的初步数据，华为连续第二个季度超越苹果成为第二大智能手机供应商。

电动汽车及无人驾驶

自动驾驶技术的发展在今年开始起步，筹集了创纪录的资金，车辆规模也大幅增加。

由百度的阿波罗自动驾驶系统提供动力的无人驾驶巴士开始在几个城市运营，而Waymo的竞争对手，如小马智行、文远知行及Roadstar则在机器人出租车服务方面展开了试验。

帮助车辆探测物体和自行驾驶的人工智能，也用于帮助医生筛查癌症。腾讯、百度和依图科技推出了用于诊断肺癌和乳腺癌的人工智能驱动工具。

“突破”与“新王”

——2018中国体坛年度热词盘点



2018年，对中国体坛来说，是不平凡的一年：有速度的突破，有新王的诞生，更有重磅的政策落地。用些许热词盘点即将过去的这一年难免挂一漏万，但仍能管中窥豹，可见一斑。

一、突破

2018年，是中国体坛突破的一年。武大靖和苏炳添，一个来自北疆，一个来自南粤，在冰面和跑道上分别实现了突破。武大靖在平昌冬奥会短道速滑男子500米破世界纪录强势夺冠，夺得中国男子短道速滑队在冬季奥运会上的首枚金牌。而苏炳添则是年内两次平百米亚洲纪录、三破60米亚洲纪录，并以刷新赛会纪录的方式获亚运金牌。

二、新王

在经历了数次冲击无功而返后，辽宁队终于捧起

了第一座CBA总冠军奖杯，成为CBA历史上第七个总冠军。足球场上，上海上港则是用双杀卫冕冠军的方式，将独霸中超宝座七年之久的广州恒大拉下马。中国体育最有市场价值的CBA和中超联赛，正在开启一个新阶段。

三、VAR

中超联赛从2018赛季开始应用VAR（视频助理裁判），此后几乎每一轮中超，围绕VAR的新闻都会成为热点。经过一个赛季，VAR在中超应用的效果并不能让人满意，这项技术并不完美，甚至不够成熟。但开弓没有回头箭，足球运动必须拥抱技术，才能不被时代抛弃。

四、双国家队

时隔八年重夺亚运金牌，男篮“双国家队”收到

了成效。在一年多的实践中，一批过往默默无闻的年轻球员，在竞争机制的激励下勇挑大梁，给处于“换血期”的中国男篮注入了新活力。如今，合并的新国家队将面临2019年男篮世界杯和2020年东京奥运会的考验。

五、中国品牌

俄罗斯世界杯，中国队依然缺席，但中国品牌却在世界的朋友圈里刷足了存在感：七家中国企业在本届世界杯上作为赞助商亮相。从中国制造到中国品牌，中国企业与世界杯结伴而行，正在尝试以更自信的心态、更主动的作为和更开放的文化，追求新的跨越式发展。

(图片源自网络)