

# 车联网峰会走入第四个年头—— “车联网第一城”建设提速加力



本报讯(晚报记者 陶洁)一年一度的车联网峰会走入第四个年头。10月20日-22日,第四届中国(无锡)车联网产业发展高峰论坛在锡山区举行。除主论坛外,同期组织“车联网路侧系统功能安全”前沿标准研讨会、C-V2X 赋能智能网联汽车主题沙龙、汽车芯片升级与智能化发展论坛等平行活动。

本次论坛探讨C-V2X与单车智能融合的技术路径,推进车联网规模化、商业化的产业进程,促进形成健康强韧的车联网产业生态链。论坛期间,300多名行业顶尖专

家,国内外知名企业、高校、科研院所代表等相聚无锡,共商“车联网城 数智赋能”新未来。

由IMT-2020(5G)推进组编制的《C-V2X与单车智能融合功能及应用白皮书》发布,这是国内第一个面向融合功能开展关键技术探索的研究成果。江苏省车联网产教融合重点基地建设点揭牌。据悉,无锡学院于2019年7月成立车联网产业学院,并于今年7月获批江苏省车联网产教融合重点基地建设点。无锡(锡山)-苏州(相城)车联网跨区域互联互通建设启

动,两地正携手加快锡山-相城首条跨地市级行政区域示范道路建设,争创国家试点示范和首发标准。

在项目签约环节,无锡锡山-博世(中国)车联网创新中心项目签约落地。博世集团早在2020年就与锡山区达成战略合作,博世智能网联中国区总部及ITK工程公司中国分公司先后落户,推进智能网联汽车新型软硬件解决方案的研发、测试和产业化。锡山区与无锡市交通产业集团签约共建投资超百亿的车联网产业园,首批5家拟入驻项目集中签约。

焦点

## 商业化验证 检验“可用”到“好用”

10月16日至20日,作为本届高峰论坛重要组成部分,一场车联网数据应用商业化验证活动在锡东新城启动。此次商业化验证活动由无锡慧网科技发展有限公司联合中国信息通信研究院以及斑马智行、博世智联、仙途智能、晓枫汽车等一批具有代表性的车联网数据应用需求企业和测试服务单位共同参与。

测试范围为锡东新城商务区核心区全域,在真实环境下,从企业真实应用需求出发,采用PC5(直连通信)和Uu(蜂窝通信)两种模式,分别验证不同技术路线下的车联网数据应用价值。

斑马智行是专业研发智能汽车操作系统底层基础软件技术的高科技公司,当前采用斑马智行智能汽车解决方案的车企包括上汽、一汽、大众等知名企业10余个汽车品牌50余款车型。本次重点验证了Uu模式下路口红绿灯

数据应用质量,“标注每一个点位的数据反馈,并查找其中的错漏部分。”

作为最早入驻商务区的行业龙头企业之一,博世智能网联科技有限公司重点验证了PC5模式下融合路侧数据对车端辅助驾驶功能应用场景的赋能和支撑价值。协作式自适应巡航、闯红灯预警、路侧感知共享、弱势交通碰撞预警……博世L2级车路协同辅助驾驶功能商业化指日可待。

“目前,无锡车联网处在能用到好用这一发展阶段。整个行业未来还有很多路要走,还需要一个爆发点。”锡东新城的车联网头部企业天安智联总经理杨雷接受采访时表示,车联网的商业化验证,从真实需求端论证了产业规模化部署与先导性应用实践的效果。

据介绍,无锡全市的车联网核心企业近200家,2022年车联网产业营收增速达45%。

## 最贵单支过百元 十元以下难买到 牙膏真的越贵越好吗?

● 市场

款式花样繁多,整体价格涨幅明显

在海岸城一家连锁超市,牙膏货架上摆放得满满当当,促销价格从15元至60元不等,但20-40元的占据绝大多数,单价低于10元的牙膏为零,10-20元的牙膏只有2款。即便在小区门口的百货超市,个位数价格的牙膏也不易买到。在经开区万科翡翠东方附近的社区超市,店内只售卖冷酸灵、云南白药、好来等品牌的5款牙膏,最便宜的单支12元。

仔细观察,在牙膏包装盒上,大多有“酵素美白”“劲白小苏打”“含有高纯度玻尿酸”等宣传商品添加成分的字样,功效花样繁多,让消费者陷入踌躇。“现在牙膏的品牌有很多,同一款品牌,光是香型就有几种,快要挑花眼了。但凡包装好看的、有美白去渍功效的,都不会低于20元。”市民王女士表示,面对对多样性的供给,自己一般会购买品牌知名、价格适中的款式,但是在功效选择上

的确陷入了为难,“买过很多款牙膏,虽然广告说得天花乱坠,但用完都感觉大差不差。”

据艾媒咨询线下调研,在大型商超售卖的四五十种牙膏中,牙膏价格在10-20元之间的占六成,20元以上占比35%,而10元以下只有两三种。消费者常见的品牌,价格区间跨度较大,也有不少产品售价近百元。以高露洁为例,在天猫官方旗舰店,成人牙膏最便宜的卖9.9元(120g),10-20元之间也有不少产品可选择,最贵的一款进口酵素牙膏“双十一”期间券后的零售价为105.7元(101g)。

据Wind数据,2013年至今,中国牙膏价格整体保持上升走势,尤其是2018年以来,涨幅更为明显。截至2022年10月,120克左右普通牙膏均价为11.35元/盒,较2018年同期的9.09元/盒上涨约25%。

● 专家

并非越贵越好,主要功能还是清洁

无锡市精神卫生中心口腔科主任医师陆晓丰向记者介绍,牙膏通常情况下都是由清洁成分(摩擦剂、表面活性剂)、稳定成分(保湿剂、防腐剂等)、口感成分(芳香剂、植物萃取液等)几种主要功能成分组成。牙膏中最主要的成分还是摩擦剂,其最基本的功效是通过摩擦牙齿表面起到清洁作用,“部分牙膏宣称的美白、去渍、防蛀等功效,虽能起到一定作用,但肯定不能完全参考广告效果。”

“对于口腔较为健康的人群来说,选用任何一款符合国家标准的牙膏都可以达到清洁口腔的目的,效果差别不是很大。”陆晓丰介绍,市面上常见的美白牙膏比普通牙膏有更强的美白功效,是因为含有更多大颗粒摩擦剂和化学制剂。含有有效成分的美白牙膏对含有外源性色素沉积的牙齿会有一定的减轻作用,但是不能指望通过刷牙改变牙

最近,“牙膏越来越贵”成为社交平台上一个热点话题。无论是大型商超还是社区小店,10元以下的牙膏越发少见,很多品牌在宣传标语中将“酵素”“草本配方”“益生菌”等添加成分作为主打卖点,并宣称可以“亮白去渍”“防蛀清新”。

牙膏是否越贵越好?这些功效型牙膏真的有用吗?近日,记者进行了采访调查。



齿本来的颜色。“诸如专业脱敏等功能性的牙膏确实可以对症使用,但解决之道还是要找医生。没有特殊功效的高价牙膏,‘口感’比较好,很可能是使用了高质量的摩擦剂,综合配方性能更平衡。”陆晓丰说。

陆晓丰表示,随着生活水平的提高,人们对口腔健康越来越重视,诸如口腔喷雾、牙线、漱口水等口腔护理

产品不断细化,但是这些产品只能满足日常的清洁需求,保护口腔卫生,定期检查不可或缺,“从临床上看,大家往往是出现牙疼难忍等症状时才来就诊,这个时候治疗会比较复杂,花费的时间和资金也比较多。如果能保持一年2次的定期检查,那么很多问题在早期就能发现,实现早查、早诊、早治。”

(陈婧怡/文、摄)