

产经

新闻

责任编辑：刘静
新闻热线：(010)84151603
E-mail:grbcjxw@sina.com天津机器人产业
寻求重点突破

本报记者 张奎 实习生 赵飞

近日，天津市发布了《机器人产业发展三年行动方案（2018—2020年）》，提出在2020年前培育以机器人及机器人零部件为主的上市企业3~5家，全市机器人产业规模达到200亿元；取得重大科技成果（省部级及以上）3~5项；实现智能工厂项目30~50项。

着眼建设全国先进制造研发基地的天津，正在发力机器人黄金十年，并寻求重点突破。

明确重点目标

行动方案提出，到2020年天津将努力率先突破10类重大标志性机器人产品中的两项，即家庭服务型机器人和手术机器人。

家庭服务型机器人针对养老助残等家庭服务需求，可以识别各类语音，具有吸尘、人脸识别、血压监测、老人跌倒报警等功能，还可连接整个家庭的电子设备，通过红外系统，控制整体家电。

据统计，2013年到2021年我国将处于轻度老龄化阶段，老年人口随后迅猛增加，由2.58亿人增长到3.71亿人，老龄化水平在2024年将达到20.3%。

目前市场上已经出现了可以减轻照顾者与病患压力，并能提供心理慰藉、协助病患更加放松的居家疗养型机器人。另外，服务行动不便者的医疗护理也是一大趋势，可帮助行动不便者上下楼梯的多种医疗机器人已经投入了实际应用。

按照《天津市智慧健康养老服务实施办法》的要求，到2020年，在居家、社区和机构三个层面，将基本形成具有天津特色的智慧健康养老服务模式。届时，智能服务型机器人将走进更多老年人身边，给老年人一个健康安全的晚年生活。

在近日召开的2018世界机器人大会上，由天津大学、南开大学和天津医科大学总医院联合研制的国内首台微创外科手术机器人——妙手系统受到广泛关注。

天津大学副校长王树新表示，妙手系统起源于2000年初开始的一种微创手术系统研究。该研究致力于把微创手术机器人做得更精致更小巧，与达芬奇系统（麻省理工学院等研发，并用于外科手术的机器人）相比，妙手系统更加轻巧灵活，同时保有了达芬奇系统所有的功能，包括3D视觉、灵活末端、主从操作、远程操作等等。

聚集百余家企

目前，天津以机器人作为主营业务企业百余家，产品门类齐全，包括工业机器人、服务机器人、特种机器人，包括相关软件、零部件及系统集成应用，整体产业规模约100亿元。

据了解，2017年天津市机器人产业年产值达57亿元，较上一年增加近40%。天津装备工业逐步呈现出设计信息化、装备智能化、流程自动化、管理现代化的态势，为机器人产业发展提供良好生态环境。

除率先突破的两项之外，天津重点发展的其他8项机器人分别是混联机器人、轻型协作机器人、高压水射流除锈、喷漆机器人、白酒行业用机器人、自动化柔性高铁车身焊缝打磨系统、飞行机器人、水下滑翔机、教育机器人。

天津将利用未来3年时间，规划筹建包含技术研究、高层次人才培养、产品检验检测、信息咨询等多功能的天津市机器人产业技术研究院；健全天津市机器人联盟、协会、学会三位一体行业组织机制；打造全国规模和影响力最大的国际机器人博览会（展会）；完成机器人各方面服务人才培训3000~5000人次。

避免低端重复发展

围绕机器人产业，天津涌现出一批高层次的科研院所，如武清区与哈工大合作建立的哈工大机器人研究所、天津研发中心、东丽区分别与中科院自动化所、清华大学机械学院共同建立的天津中科智能技术研究院、清华大学天津高端装备研究院等。天津初步形成了武清区、天津开发区和临港经济区3个集聚趋势明显的机器人科技园区。

目前国内机器人企业已经有近1000家，各地有超过40个以机器人为主的产业园区。专家认为，最后能做机器人本体的公司，尤其是工业机器人，一定不会很多，地方政府应该冷静，要反对形势好时一哄而上，遇到困境时又一哄而散。

有专家指出，在地方政府及企业的热捧之下，中国机器人产业面临“高端空心化、低端重复建设”的尴尬境地，制约机器人发展的技术瓶颈有待破解。

业内人士指出，要做好国家机器人标准和评测体系建设，注重产业链的培育，对新一代智能机器人要在资本、人才、研发等环节做好引导，营造较好的创新创业环境，鼓励探索，促使机器人成为一个健康发展的产业。



黄政伟 摄/视觉中国

电商“触房”，中介行规能否被打破

本报记者 李国 实习生 李俊

在房产中介业内有这样一句话：“半年不开张，开张吃半年”。近年来，房价不断上涨，中介费率的变动却不大。于是，水涨船高，中介所获取的中介费总额也越来越多。

今年8月期间，苏宁有房上线。一个颠覆常规的交易平台浮出水面：没有中介，房源信息完全公开透明，买卖双方可实现自由沟通，按套收费，每套服务费9999元。

一石激起千层浪！二手房购买者欢呼：终于要告别被中介忽悠得团团转的时代。但房产中介们却在担忧：在巨头强势介入、行业规则不断被打破重建的今天，留给自己发挥的余地还有多少？

中介买卖通吃，成飙高房价“帮凶”

近些年来，凡与房子相关的事情，都非常受关注。与此同时，也兴起了一种新兴的高薪职业，那就是房产中介。不仅造就了一批创业者，更造就了一大批从业者。

“对于我们普通百姓而言，买卖房产毕竟是偶尔的行为，不熟悉行情，不懂相关手续步骤如何办理是很正常。”家住重庆观音桥的吉先生说，行业信息的不对称，再加上房产中介故意切断沟通渠道，杜绝买卖双方联系，于是，整个交易过程中，就只能任由中介人员摆布。

据了解，仅今年上半年，因乱收“茶水费”等问题，重庆市国土资源房屋评估和经纪协会就对中原、链家、到家了、大泽、汉驰等5家中介机构的9名中介人员进行了通报批评，涉事人员两年内不得参与房地产经纪人执业资格考试，违规中介机构门店也被要求停业整顿一个月。

房产中介被诟病历来有之，搜房网于年初开始在北京、上海、广州、武汉、成都5个城市，推行“直客式”网上购买二手房，佣金只收0.5%，比房产中介普遍2%-3%的佣金低了近75%，立即引来不满。多地发生了中介与搜房网的冲突，30多家中介机构工作人员近日更是不断“围攻”搜房网位于武汉的办公楼，甚至还发生了肢体冲突。

由于国内外不断变换工作地点，吉先生说自己也多了几次买卖房子的经历。他就自己买房的亲身经历告诉记者：有些中介，会发布一些位置



大庆/东方IC

极佳且价格相对便宜的虚假房源信息来吸引客户。一旦你找上门来要求看房，就以“后台更新不及时”、“挂牌房源已经被其他门店售出”、“没来得及下架”等各种原因推辞，然后再趁机推销其它房源。

记者还在采访中发现，有些不法中介，在楼层、面积上要花招，玩猫腻，误导交易，欺诈消费。至于低买高卖赚差价、虚报房价收回扣的现象，在现实中也是数不胜数。对此，有人甚至直言，传统房产中介在一定程度上成了房价不断飙升的“帮凶”。

打破信息壁垒，走不一样的路

在7月27日举行的苏宁818发烧购物节媒体发布会上，苏宁易购总裁侯恩龙称，苏宁有房是苏宁最新上线的无中介二手房交易平台，每套房价仅收9999元的服务费，相比于目前的房产中介，服务费大幅降低，同时致力于解决目前房产中介市场上信息不透明、交易流程复杂等痛点。

据了解，苏宁有房采用C2C（个人对个人）的新业务模式，整合了苏宁平台、数据、服务、金融、小店、银行等优势，能帮助购房人避开“隐形坑”和“潜规则”。

此间业内人士坦言，这一次，苏宁的强势入驻，

就是要走出不一样的路，“抛弃”了传统中介，自己提供房源信息不说，还让交易双方有了充分的协商权，行业信息壁垒可谓瞬间被打破。

侯恩龙表示，苏宁之所以选择这样的模式，与自身的资源有着巨大的关系，作为家电零售巨头，苏宁在全国拥有3800多家门店，并且近年来，由传统零售逐步向线上零售发展，形成了强线下+强线上的业务发展模式，强大门店的资源，无疑会成为业务延伸的巨大基础。

“不按总价，按套数来计算服务费用”的套路，彻底打乱了行业的传统思维，从此，霸道的中介费再也不是二手房交易中必不可少的一部分。

自带流量，电商巨头分切万亿大蛋糕

记者梳理发现，阿里、京东其实早在数年前就已在房地产领域有过试水。早在2015年，马云就开始试图进入房产销售行业，先是在淘宝上开通了房产销售类别，然后2017年又在支付宝上推出租房免押金服务，将支付宝的信用体系直接和房产挂钩。去年8月，阿里巴巴与杭州市政府签订协议，共同打造全国首个“智慧住房租赁平台”。

而京东也紧随其后，在京东网站上增设了新

房、二手房购买、租房这样的房产业务。更早前的2014年8月，淘宝携手万科，宣称“淘宝用户全年花了多少钱，就可在万科全国12个城市23个楼盘直接冲抵购房款，最高可抵扣200万元”。电商纷纷通过布局商业地产、商业地产等方式，涉足房地产业。

“阿里、京东各自电商平台每天数亿人次的流量，这是任何一家房企都不会忽视的资源。”易居研究院研究员赖勤表示，“特别是在当前一些城市楼市成交低迷的情况下，通过阿里、京东流量的导入，线上线下结合，既能帮助开发商以更高效、低成本的方式定向获得目标客户资源，还能帮助购房者更便捷地获取房源信息，而阿里、京东还能实现流量变现，这是一种共赢的局面。”

业内人士普遍认为，阿里、京东更多还是以“新零售”或“无界零售”的思维，依托自身在大数据、人工智能，特别是在流量导入等方面的优势，在开发商和购房者之间搭建某种沟通的“平台”，并将电商平台的流量导入到地产板块。而苏宁有房则是一种模式的创新。

记者在采访中发现，曾经有不少的互联网中介在进入房产这一行时，最初也打着颠覆传统中介的口号，但是终究还是逃不过高昂的中介费的巨大吸引力，苏宁能否打破魔咒，向用户提供房源，如何保证卖家上传房源信息真实？卖家买家谈判的价格与发布的房产价格如何控制在合理误差范围内？交易过程中买家的资金如何保障？其实，苏宁的这场颠覆，还有很长的路要走。如果仅仅是作为一个平台，9999元的服务费用也不低了。毕竟，能不能分到这一口蛋糕，最终的决定权，在用户手上。

在这个充满变革的年代，对很多企业而言，永远不知道自己的下一个对手会是谁？几年前，房天下大张旗鼓开设线下实体店，宣称只收房价1%中介费，直接冲击链家2.7%的高佣金模式，但很快宣布关店重新退回线上平台。如今，整个房产中介行业佣金收入市场可达1200亿元，链家在300亿元到400亿元之间。苏宁的玩法尽管跟房天下大不同，但同样是在砸二手房中介的场子。

眼下，房产中介在真正的互联网思维引导下，正面临着大洗牌。也正有了实力雄厚的巨头们当“鲶鱼”，才真正让中介行业感受到了压力，更倒逼着它们打破固有的利益思维，做出真正的变革。

房屋交易一定需要中介吗？

本报记者 赵昂

毕业季到来，针对年轻租客房租成本压力过大，有的房屋中介联合互联网企业推出了免押金模式，租客不用再支付押金。在传统的出租市场上，“押一付三”是通常的交易方式，但对于刚毕业的大学生而言，一下子拿出四个月的租金压力很大。

但是，很快有媒体报道，有的免押金模式，其实是让租客“被贷款”。名义上，租客是“押零付一”，租房成本大大减轻，但实际上，根据协议，租客的租金已经由信贷机构一次性付给了中介，当然，租客的储蓄卡也被授权。也就是说，看上去租客没有付押金，其实是变相申请了分期付款。在不知情的情况下“被贷款”，背后的个人金融风险不言而喻。

既然业主方和承租方都并不满意中介“吃了业主先吃房客”，那么为什么租房子还要找中介呢？特别是被“坑了”不止一次之后。

事实上，不依靠中介，业主和租客直接订立合

同，也是合法有效的，房屋中介所能起到的作用，主要是信息交换平台。那么，为什么在实际操作中，往往中介拥有了房屋和租客的“生杀大权”？

这是因为，如果业主拿着一整套房子到市场上出租，他是不容易找到租客的，而一旦业主未能及时找到有意愿承租整套房屋的租客，其每月的损失是整套房租的预期租金。

在城市，被出租的住房，往往是业主闲置的房屋，开发商设计并出售这些房屋时，是卖给使用而非租货者，是以家庭使用为考量的。业主在购买改善型住房之后，会将原房出租出去。但是，新进入城市工作的年轻人，其需要的并不是“几室几厅”，而只是一间卧室。当需要将整套房屋出租的业主碰上只需要一间卧室的租客，房屋中介的作用就体现出来了。业主不可能自己去为每一间卧室寻找租客，特别是同性租客，这样的交易成本对于业主个人而言太高了。但对于中介来说，其掌握大量租赁需求方的信息，完全可以承租下整套房屋，然后当“二房东”分割出租，也自然拥有了对租客的更高议价能力，房租价格也随之被推高。

其实，当下房屋市场租赁的乱象，背后是供需错配。即便是分割的居室房，其格局构造也不符合年轻租客的需求，比如为一家人共同使用而设计的卫生间和厨房。也就是说，仅靠整治房屋中介，是无法解决当下的乱象的，关键是从供给一侧，提供适合年轻人的租赁型住房。有关方面不妨鼓励企业自建自管单人宿舍式的长租公寓，并辅之以标准化的服务。这不仅有利于新市民的初次落脚，也有助于住房租赁市场回归正常。同时，政府可尝试开通租房供需直通市场，为租房者和房源主提供直接见面机会，打破中介的垄断。

产经观察



东方IC供图

将淡水虹鳟列入三文鱼类，引发争议不断

三文鱼“扩编”：食品安全是焦点

本报记者 徐潇

8月10日，备受业内关注的《生食三文鱼》团体标准正式发布，该团体标准由中国水产流通与加工协会牵头起草。值得关注的是，此前一直被指涉嫌将淡水养殖的虹鳟鱼归入三文鱼类涉嫌误导消费者；“假冒三文鱼”的淡水虹鳟，也被列入三文鱼类之后，企业会借此来误导消费者。

记者梳理发现，此次有关三文鱼“扩编”争议，主要涉及团体标准参考依据、制定流程等方面，而对消费者来说，虹鳟到底算不算三文鱼并不重要，焦点在于虹鳟是否能够生吃，生吃是否安全？也就是对产品的知情权、选择权以及食品安全问题。

有网友甚至认为，在目前的市场环境、社会环境下，如果将虹鳟归入三文鱼，将导致商家更多的造假可能，进而带来更多的消费隐患。

“扩编”的三文鱼团体标准惹争议

有关虹鳟的争论，源于今年5月中旬一则有关水产养殖虹鳟鱼的新闻报道。

对许多人来说，争论的焦点是这两种鱼生活的环境，大多数亚洲鲑鱼大部分时间生活在海水里，虹鳟则通常在水缸或池塘中养殖。这也使得有关“虹鳟到底是三文鱼”以及“生吃淡水生长的虹鳟是否存在感染寄生虫的风险”的争议不断。

到了今年7月份又有媒体报道称，中国市场上1/3的“三文鱼”实际都是青海省龙羊峡镇养殖的虹鳟。而耐人寻味的是，此次和中国水产流通与加工协会一起起草制定《生食三文鱼》团体标准的其他10多家企业中，有两家来自青海，其中包括养殖虹鳟鱼的青海一家水殖有限公司。

既然出现了“既当运动员又当裁判员”的现象，这一团体标准文件的公正性难免成疑，舆论也是质疑声不断。

上海市消保委8月20日公布的一份消费者问卷调查显示，截至目前，有8成以上的消费者认为将淡水养殖的虹鳟鱼归入三文鱼类涉嫌误导消费者；有7成以上的消费者担心将虹鳟鱼列入三文鱼类之后，企业会借此来误导消费者。

而实际上，将虹鳟划入三文鱼，在研究和学术角度，也确实存在争议。

有研究认为，日常说的三文鱼，最早指的是大西洋鲑，后来也包括了太平洋鲑。它们和虹鳟鱼都属于鮀科，但是不同种，因此不是同一种鱼。

美国食品药品监督管理局目前也明文规定，虹鳟在食品包装上不得标注为鮀鱼。一般来说，鮀鱼在淡水中产卵，但返回大海生活，是海水鱼；而虹鳟鱼的一生都在淡水中度过，是淡水鱼。

团体标准没有约束力

事实上，在国内消费者的惯性认知中，三文鱼是一种可以生吃的海水鱼，突然扩编一个“国产淡水三文鱼”，消费者难免心存芥蒂。

不少网友吐槽说，虹鳟鱼能否列入三文鱼，应当由权威的水产生物研究部门来宣布决定，而不是由一个协会的说法来决定。更何况，利益直接相关方直接参与标准制定，自说自话，没有公信力。

值得关注的是，《生食三文鱼》团体标准过程中所引用的文件依据也并不支持虹鳟归入三文鱼。

记者注意到，此次中国水产流通与加工协会所引用依据的原出处中，维基百科明确提到虹鳟不是鮀鱼，而长达113页的Marine Harvest公司三文鱼养殖手册

中，仅1处用到了“虹鳟”字样，还是讲到一处鱼病防治时带到的。而在Kontali Analyze AS公司网站上，关于2007年的报告的公开资料中，只字未提“虹鳟”。

此外，标准制定的程序方面也存在诸多不规范，关于《生食三文鱼》团体标准（报批稿）于8月6日公示，8月9日就截止了公示，仅公示了3天就已正式发布。而这种操作流程，并不符合中国水产流通与加工协会在2015年公布的团体标准管理办法文件所要求的15天公示期。

除了标准公示中“抢跑”，中国水产流通与加工协会官网还悄然删除了数年之前发布的“市面上低价三文鱼有可能是大马哈鱼、虹鳟鱼冒充的”等“矛盾性”文字链接。

根据《标准化法》，我国将标准分为五种类别，其中只有强制性国家标准为必须执行的标准。而推荐性国家标准、行业标准、地方标准都为国家鼓励采用的推荐性标准，并不要求必须执行。而团体标准仅是“供社会自愿采用”，这也意味着，团体标准没有强制指导力和约束力。

不能任由利益相关方自圆其说

以价格为例，据日料餐饮业内人士介绍，国内的三倍体虹鳟养殖成本低的已不到40元/公斤，而进口三文鱼（大西洋鲑）批发价目前要200元/公斤以上，两者利差最大时接近一倍。这也导致一些不法商家为了追求暴利，出现用虹鳟鱼替代三文鱼的现象。

然而，对消费者而言，除了价格，最担心的还是食用安全问题。此前有报道称，虹鳟是淡水鱼