拥抱AI，华为有史以来最大转型？

“华为没有转型，只是在前进”

在昨日召开的2018华为全联接大会上，华为全盘托出人工智能（AI）战略，吹响全面拥抱AI的号角。

AI芯片不会单独卖

此次大会上，华为轮值董事长徐直军首次发布华为AI战略，其中包括全球首个覆盖全场景人工智能的华为Ascend（▮腾）系列芯片以及基于华为Ascend（▮腾）系列芯片的产品和云服务。

这次华为直接带来了两颗AI芯片，分别是▮腾910和▮腾310。前者是目前单芯片计算密度最大的芯片，明年二季度正式商用，主要用在云端；后者是目前面向计算场景最强算力的AI SoC，主要运用到智能手机、智能附件以及智能手表上。目前华为已经基于▮腾310推出了AI加速模块、AI加速卡、AI智能小站、AI一体机和移动数据中心。

徐直军表示，华为的AI芯片不会单独销售，不会和同行业芯片厂商有着直接的竞争，而是会以加速模组、加速卡、服务器集成、自动驾驶模块等形式交付。

而此前有传闻称微软向华为采购AI芯片，徐直军表示两公司有接触，但不存在大规模采购一说。他表示昨天发布的芯片可以为友好客户提供测试卡，但到明年二月份才会为合作伙伴提供加速模块、服务器。

“华为没有转型”

华为的AI战略包括五大方面：投资基础研究、打造全栈方案、投资开放生态和人才培养、解决方案增强、内部效率提升。

在徐直军看来，AI作为一种新的通用目的技术，将改变每个行业和每个组织。而华为将主动拥抱这种“改变”。对此，有人评价说这是华为有史以来最大的转型。不过徐直军并不认同这种说法，他表示在华为内部，最讨厌的两个字就是转型。转型是从一个战略转到另一个。华为没有这么做，“华为没有转型，只是在前进。”

而这句话被外界视为徐直军本次大会期间最大的“金句”。

事实上，作为全球最大的电信设备商和第三大手机商，华为近几年一直在AI上布局。2017年9月，华为发布了面向企业、政府的人工智能服务平台华为云EI；2018年4月，华为发布了面向智能终端的人工智能引擎HiAI。

北京晨报记者 焦立坤

中行崇文支行进社区 开展“支付清算系统宣传月”活动

“叔叔阿姨，有了支付系统，您就可以在同一家银行交煤气、水电费和信用卡还款了，还可以跨行汇款，省得来回跑腿。”日前，中国银行北京崇文支行的员工来到了东城区花市枣苑社区，为小区的居民带来了一堂贴近百姓生活的支付清算知识普及课。

中行员工在活动现场设置了咨询服务台，悬挂了宣传横幅，还向过往群众发放了人民银行支付系统普及月宣传折页。结合社区以老年客户为主人群的特点和实际需求，该行员工利用宣传漫画深入浅出进行了讲解，现场气氛热烈、互动频繁，吸引了众多社区居民积极参与，受到了大家的一致好评。

“我原来不知道支付清算系统，没想到它与我们的生活关系密切，不用出家门就能办理快捷支付和实时汇划等业务，还能加强资金管理，真是很方便啊！”很多听了讲解的居民不由发出感慨。宣讲中，中行员工也不忘提醒社区居民要注意保护个人信息，不轻易给陌生人汇款，远离电信诈骗和其他骗局。

通过举办本次活动，提高了公众对支付清算系统知识的认知度，充分展现出人民银行支付清算系统在促进经济社会持续稳步发展、保障改善民生等方面取得的成绩。

沙发翻新
厂家订做沙发套，换皮面、布面、换海绵及布艺制品。
北京市明利沙发厂
010-58464658 13651017227

注销公告 栏花广告 刊登热线57491668

注销公告
河北省水利水电勘测设计研究院有限公司分院（统一社会信用代码：91110112778773384C）经济实体决定，现注销河北省水利水电勘测设计研究院北京分院，清算组成员：刘永清、刘伟明；清算组负责人：刘永清；请债权债务人于见报之日起45日内向本公司清算组申报债权债务，特此公告

买二手车价格“白菜”最关键

八成用户预算在3万至8万

北京晨报讯（记者 韩元佳）因为便宜，越来越多的人开始关注二手车。日前，58同城发布《2018年二手车消费者调研报告》，数据显示，63.5%的二手车用户为男性，二、三、四线城市用户占比均超过一线城市，8成消费者预算集中在3万元到8万元。

报告调研发现，对二手车感兴趣的人群中，超过7成用户是有车一族，而在有车用户中，超5成用户购买过二手车。对于没有汽车的用户，近7成用户未来也愿意购买二手车，这意味着消费者对二手车购买的意愿很高。

之所以选择二手车，价格“白菜”是关键。58同城报告显示，近八成用户的预算集中在3万元至8万元，更希望花较少的钱购买到心仪的汽车。

除了关心价格，质量也很重要。对二手车感兴趣的潜在用户更关注二手车的行驶里程，其被关注度超过对车龄和品牌的关注。从品牌看，大众是二手车用户偏爱的品牌，有近三成的用户喜欢大众车，可见大众品牌平价亲民的形象深入人心，而旗下多款车型也给了消费者更多选择。从地域看，南方和二线城市用户更青睐大众汽车，而在北方城市，丰田和日产更受欢迎。这说明，在不同地理区域和经济发达度不同的城市，消费者对二手车的品牌偏好有所差异。

从车型上看，93.7%的用户对二手车的偏好集中在轿车和SUV，特别是20岁-25岁的年轻用户，更偏爱SUV。由于SUV底盘高、车内更宽敞，不仅适合在城市代步，也适宜于郊外出行，对于热爱生活的年轻人来说是更称心如意的选择。

本版广告由北京宏远盛世广告有限公司独家代理
声明·公告登报热线 010-57754234 13366802685
每周二、三、四、五、六刊出
本版广告为信息资讯，不作为签订合同及承担法律责任的依据。