

我和我的祖国·科技创新接力谈



## 本期人物

方毅,个推创始人兼CEO,曾获科技部和团中央颁发的中国创新创业大赛第一名、“全国大学生建功立业重大典型”等诸多殊荣,曾作为创业典型登上纽约时报头版,2017年荣获由浙江省委宣传部、省科技厅评选的“最美浙江人·最美科技人”称号,并于2018年入选第四批国家“万人计划”科技创业领军人才。

用“数据智能”描绘的可视化人口热力图,公司墙上的个性化宣言:“如果不难,要你干嘛”“只要牛人和想成为牛人的人”。各种创新的制度:不提倡加班;一旦有紧急开发任务,程序员们就要进入“小黑屋”闭关研发……个性、活力、创新,这是方毅的公司——个推给人的印象。

## 方毅:创新是不断追求极致的过程

□陈樱之 陈心意

## 创新寄语

科研人员要能耐得住寂寞,科创人员要能应对接踵而至的困难。总之,要做自己喜欢的且能获得成就感的事情,找准自己的定位,找准自己的市场,并为之不懈努力。

2005年创业至今,方毅凭着一身闯劲、创造力以及钻研的精神,勇破一个又一个科技难关。作为一名持续创业14年,拥有三次创新创业经历的80后青年,方毅在今年3月带领个推登上了A股创业板,也成为首个登陆该板块的数据智能企业。

## 灵光一现背后的积累

在个推公司有“朝圣地”——挂了40多个手机的会议室,这些手机是方毅第一个创业故事的见证者。2005年,方毅开发出一款能备份手机通讯录的充电器——备备,此项产品获得了8项国家专利,被国家级媒体多次报道。个推的发展看起来顺风顺水,但深入之后就会发现其困难超乎想象,技术、资金、人员、产品化和市场推广,没有一样不用打硬仗。方毅说,那时候手机有40多个品牌、1000多种型号,要将这些手机的通讯录备份到一个小小的充电器上,手机数据传送最小的包是8KB,而充电器上的内存只有2KB,怎么解决?其难度就像让大象在冰箱里跳舞。

从提出方案到拿出原型用了半年,从原型再到产品又用了两年,在创业基金的帮助下,方毅从最原始的原理和技术出发,不停地在白板上演算公式,中间也曾一度怀疑方案的可行性,甚至想要放弃。但最终,他与团队“灵光一现”,将手机数据分4遍传输到充电器上,第一遍接受第一段,以此类推,每次接受2KB,以时间换空间。经过长期的思考、演算与尝试,1000多台手机的测试,他们终于将不可能变成了可能!

## 对技术的极致追求

2009年,方毅率先推出移动即时通讯应用——个信,这是一款利用流量通道来发免费短信的产品。相较于如今微信类的通信应用,“个信”其实更像是iMessage,方毅也成为了国内最早做移动IM的人。对话列表当中行与行之间的距离、头像到底采用方形还是圆形、点击的流畅度……一个又一个细枝末节的问题不断出现,方毅坚持将细节做好做精,使个信很快就积累了2000万用户。

但随着微信崛起,个信的发展遇到了瓶颈,方毅并没有气馁,而是迅速转型,从2011年10月开始,专注于研发App的消息推送技术,并成立了个推。方毅说:“我们在开始的时候就将技术做到极致,有自己的东西才有核心竞争力。在转型时我就在思考,个信里的干货是什么?是推送技术。我们将它提取



方毅接受本报科技小记者采访并合影

出来,采用长连接SDK,对流量和耗电量进行有效控制,手机用户接收消息推送只需要0.8到1.2M的月流量,每日耗电量小于2%。”

个推推出不久,新浪微博就成为其第一个重要合作伙伴,2012年伦敦奥运会时,每当一位中国奥运选手获得金牌时,新浪微博就通过个推SDK将奖牌信息实时推送给8000万日活跃用户。个推将信息分发速度做到了20万条/秒,相当于不到7分钟就覆盖全部用户。目前,个推的移动互联网服务受到数十万App信赖,SDK安装量近400亿,覆盖近40亿个设备,为数据智能的开拓沉淀了深厚的数据基础。

## 升级为数据智能服务商

从备到个信再到个推,从技术服务商升级为数据智能服务商,方毅凭着精益求精的精神,坚持在创新中将技术做到极致,才得以迎难而上,实现一次又一次的科技创新和成功。而促使他持续不断创新的原因其实很简单,他说:“就是为了满足客户和产业的需求,从而立足于市场、处于不败之地。”方毅的每一次转身,都是根植于对互联网浪潮和市场形势的判断,更是对自己核心竞争力的深度挖掘。

方毅表示,作为一名科技人,他会带领公司一直走在不断创新的赛道上。

对于方毅来说,在科技奋斗路上,是永无止境的创新和成长。在这个科技创新最好的时代,科技人正肩负着使命,不断进行科技创新和升级,从而获得致胜的关键技术及核心能力。“我们要撸起袖子自己上。”方毅说。

## 扫码更精彩

扫描二维码,观看方毅专访视频,听一听他对新中国七十华诞的深情祝福。赶快行动吧!



## 建立智能厨房研究所 打造厨具产业综合体

# 从“中国厨具之都”迈向“中国智能厨房”

31237人次。

特别值得一提的是,与往年相比,今年展会吸引了更多来自“一带一路”国家参展商和采购商,使得展会“国际化”特点更为明显。相关负责人告诉记者,除了去年就已参展的俄罗斯、印尼、乌兹别克斯坦、乌克兰、也门等10个国家的100多名境外采购商,今年还首次邀请到马来西亚、巴基斯坦、印度等“一带一路”沿线国家以及港澳台地区的17家企业参展。现场还设置了“一带一路”跨国采购专区,方便嵊州市厨具企业与境外采购商、参展商进行更密切的联系和交流,为他们更深入的合作打下扎实的基础。

30余年发展  
成就“中国厨具之都”

据悉,嵊州的厨具电器产业起步于上世纪80年代。早在1985年,嵊州就以生产传统厨房三件套而闻名。经过30多年的发展,嵊州的厨具电器产业从小到大,由弱到强,全市厨具电器产业生产规模和产品质量均已处于国内同行业领先水平,尤其集成灶的生产发展在全国处于引领地位,拥有“中国厨具之都”美誉。

目前,嵊州市已拥有厨具企业及相应配套企业近450家,从业人员4万余人,厨具整机及配套生产产量占全国总量的30%,集成灶销量占全国市场份额65%以上,其中侧吸下排式集成灶占到90%以上。企业覆盖电机生产、电器控制、风轮系统、燃烧系统、模具开发、整机研发制造等一系列制造环节,产品达到25个系列、100多个品种,形成了较为完整的厨具制造产业链,现代产业集群化发展的趋势十分明显。

目前,嵊州市的亿田、帅丰、森歌、万事兴、金帝、蓝炬星、板川等一批厨具企业正在不断成长。在第五次全国五金制品行业产业基地建设工作座谈会上,嵊州厨具产业被评为优秀产业集群产业基地。“世界厨具看中国,中国厨具看嵊州”的格局已基本成型,“集成灶,嵊州造”已经成为嵊州在集成灶行业的地位象征和城市名片。

两大平台落地  
向“中国智能厨房”跃升

随着智能化时代的到来,嵊州厨具行业发

展也迎来了更广阔空间。近年来,嵊州市委市政府抢抓新一轮科技革命、数字经济发展机遇,通过大数据、人工智能等技术的融合应用,全力做好在厨具机电产业方面“强企、补链、创牌”的三篇文章。

特别是今年以来,嵊州市坚持高标准定位,打造产业集聚新空间,以千亩智能厨具产业园为基础,建设嵊州厨具电器产业创新服务综合体,并与浙江工业大学合作共建创新研究院,旨在打造出“品质最优、配套最齐、环境最好”的厨具产业集群,推动嵊州从“中国厨具之都”向“中国智能厨房”跃升。

展会期间,还举行了嵊州市浙江工业大学创新研究院揭牌仪式,研究院位于嵊州市科创中心,下设智能厨房研究所。

据嵊州市科技局相关负责人介绍,智能厨房研究所建成后,将重点围绕厨具产业开展应用性科学研究,开发满足产业高质量发展需要的新工艺、新技术、新产品;挖掘全市产业共性技术难题,集聚科技资源,开展联合研究攻关,实现关键共性技术突破。同时,研究所将跟踪产业发展最新动态,统筹运用各类科技资源,引进孵化创新团队和创新型企业,承接产业转移,培育科技领军型企业,打造产业发展重要增长极。

记者还了解到,嵊州市厨具电器产业创新服务综合体已于今年1月成功入围省级创建名单。该综合体建成后,将为嵊州市企业提供外观设计、产品技术创新、产学研协同合作等九大公共服务平台,各平台还将设立多个公共服务平台,提升“集成灶·嵊州造”区域品牌影响力。

对于智能厨房研究所和厨具电器产业创新服务综合体的落地,当地厨具企业都充满了期待,希望这两大平台能与地方产业紧密结合,真正帮助全市厨具企业加强关键技术攻关,不断提升厨具产业的核心竞争力和影响力,为向“中国智能厨房”跃升提供强有力的技术支撑。

到2022年,嵊州计划力争电器厨具产业实现总产值翻番,培育30家亿元以上企业,10家5亿元以上企业,3家10亿元以上企业,2家以上上市公司,打造出“品质最优、配套最齐、环境最好”的厨具产业集群,打造“中国智慧厨房”。

本报记者 柳扬 文  
陈嘉宜 章家辉 摄

# 浙江制造

## ZHEJIANG MADE



10月23~25日,第十二届中国(嵊州)电机·厨具展览会暨首个人才科技日活动在浙江嵊州隆重举行。本次展会,嵊州向国内外宾客展示了“电机”和“厨具”两大嵊州支柱产业的全新面貌,开启了嵊州打造“中国电机之城”“中国智能厨房”的全新征程。

今年电机·厨具展会的主题为“中国电机之城”“中国智能厨房”,随着“中国智能厨房”的概念提出,标志着嵊州将从重视规模效应的“中国厨具之都”开始向注重高质量、智能化的“中国智能厨房”转变。

展会众星云集  
“国际化”特点更为明显

到今年为止,电机·厨具展览会已举办12届,已聚集了一大批忠实的粉丝,本届展会也是众星云集。在电机企业方面,不仅有上市企业迪贝电气、天马轴承等已参展多年的老朋友,而且还安排了安徽合力等今年首次参展的新伙伴;而在厨具企业方面,本地企业亿田、帅丰、森歌、万事兴等每年展会必到的明星厨具企业今年也如约而至。

据统计,本届展会参展企业356家,展位1024个,本地展位552个,外地展位472个,展出面积近2万平方米。现场成交额1.06亿元,意向成交金额3.21亿元,其中境外现场成交额117万美元,意向成交金额352万美元,展会参观人次达

