

网上中国

服务场景越来越丰富,智能化程度不断提升

智慧零售点亮“云生活”

本报记者 彭训文

开拓线上渠道实现“24小时不打烊”、无人配送车送货上门、智能自提柜打通服务“最后一公里”……伴随着大数据、人工智能、云计算等前沿技术的飞速发展,零售行业数字化、智能化进程加快推进,与消费者产生全新的互动。从制造、销售、物流到服务等各环节,一场关于智慧零售的变革正在改变人们的生活方式。



国邮快递物流智能装备(南陵)产业技术研究院内,工作人员在介绍一款快递配送无人车。
新华社记者 张端摄

无人车送货到门口

家住广东省深圳市坪山区的王先生最近在路上时常看到一种身上印着“天虹超市到家”的无人车。听街坊说,这是附近天虹超市配备的无人配送车,送货速度很快。

王先生很好奇,决定下单试试。他打开天虹超市的手机小程序,在页面上购买了水

果、鱼、蔬菜、油等生活用品。没过多久,无人车真的载着商品抵达了王先生居住的小区门口。

据介绍,这种无人车有很多过人之处。首先“肚量”大,载重可达500公斤,续航能力单次120公里,每天可完成数吨货物配送;其次很智能,不仅会看交通灯,还会自动识别前后方的障碍物,进行主动避让或低速绕行;它还是“保温箱”,能确保温热或冰冻商品以应有的温度送达。

实体零售企业天虹数科商业股份有限公司董事长高书林表示,零售行业目前面临着外部环境的多重因素叠加影响,随着信息技术变革和行业应用不断深入,特别是受疫情影响,消费新业态、新模式不断涌现,许多企业从战略上由内而外地进行转型升级。天虹推出无人车配送服务,正是希望构建智能化的社区配送网络。

天虹超市的尝试是近年来实体零售行业不断探索向智慧零售转型的一个缩影。据悉,智慧零售,是指通过运用互联网、物联网等前沿技术,感知消费习惯,预测消费趋势,引导生产制造,为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。无人超市、小程序下单、虚拟现实试衣、无人车配送、智能供货等都属于智慧零售的应用范畴。

业内人士认为,零售行业的智能化转型分为两个阶段。第一个阶段是实体零售企业建立线上渠道,包括线上商城、手机APP和小程序、与专业平台合作开展“超市到家”业务等。到了第二阶段,除了通过诸如短视频等建立新渠道外,很多企业开始利用数字技术实现降本增效,涉及营销、商品运营、供应链优化及建立数据中台等。

“智慧零售通过挖掘分析大数据,可以为消费者提供‘千人千面’的营销服务,并将数据反馈给采购、配送等环节,让生产供应更灵活高效。”中国连锁经营协会秘书长彭建真表示。

满足新消费需求

“现在的快递柜太方便了。”家住江苏省常州市泰和之春小区的陈女士平时喜欢在网上购物,最近,她发现小区里的云柜服务又有了新功能,不仅能随时取快递、临时存外卖,还能提供生鲜菜品配送等相关服务项目。

防疫期间,致力于无接触配送的智能快递柜、云柜等新业态服务兴起。陈女士居住小区的云柜由南京云柜网络科技有限公司负责运营。这些看似普通的柜子,实则内藏乾坤。通过运用云计算和物联网技术,云柜能够对保存在柜体内的商品进行智能化识别、暂存、监控和管理。为满足“宅经济”、“云生活”等新消费需求,该公

司还开拓电商业务。居民通过手机小程序购买蔬菜、水果、海鲜、半成品食材等商品,公司团队迅速采购、全程冷链运输,居民隔日即可到社区生鲜柜中取货,或由小区物业管家送货上门。

“未来的云柜将不只是一个快递柜,还是社区智能零售及生活服务的提供商。”据新城悦服务首席营销官兼云柜公司总经理杨博介绍,公司将开拓直购、寄存转交、本地信息服务、配送服务等业务,为用户提供更便捷、更智能的生活体验。

智能快递柜、云柜、社区生鲜柜……近年来,在计算机视觉、大数据分析、机器人、语音识别等人工智能技术的助力下,消费者享受到的无接触交易服务场景越来越丰富,智能化程度不断提升。

从技术层面看,零售业究竟靠什么提升“智慧水平”呢?专家认为,智慧零售的真正落地考验着互联网领域的基础设施建设能力,例如5G的大规模普及、物联网的大范围连接;需要不断提升大数据处理能力、增强算力、优化算法,实现人与货的高度匹配;还需要硬件设备以及软件体系的不断普及。

随着人、货、场等要素信息被互相关联和整合,智慧零售将释放出巨大价值。

身体力行拥抱变化

国家发改委日前发布《关于做好近期促进消费工作的通知》,强调进一步激发智慧零售新活力,并提出“推动实体商场、超市、便利店等数字化改造和线上线下协同”“鼓励办公楼宇、住宅小区、社区商圈等加快布局配套智慧超市、智慧商店、智慧书店、智慧药房”“发展无接触交易服务”等措施。

相关调研显示,目前市场上约70%以上的传统零售企业由于自身技术不完善,无法支撑高度数字化的智能运营业务体系;另外,近五成商家关于智慧零售的年投入预算在10万元以下。

彭建真认为,智慧化转型是零售企业的现实选择,但目前的主要问题在于缺乏相关数字化人才、资金投入较大,每年大量的资金投入对企业来说是一个巨大负担。他建议,企业在推动智慧零售业务进入办公楼宇、住宅小区和社区商圈前,要充分调研区域内消费者的实际需求,通过精准的数据分析潜在消费者群体,从长远角度考虑其发展空间和在商业逻辑上是否走得通。

纵观零售业的智慧变革,无论是技术的创新运用,还是技术创新不断推动零售模式、场景、工具的推陈出新,核心都在于通过不断满足消费者需求实现自身业务价值。

专家建议,企业应结合自身的核心能力,思考如何在发展的不同阶段制定合乎自身特点的智慧化转型模式。从业者需要及时转变观念、学习新知,身体力行拥抱变化,通过有价值的技术创新、模式创新推动企业业务增长,最终实现转型升级。



在浙江省金华市中医医院门口处,外卖小哥正往智能存取柜存放外卖餐。
胡肖飞摄(人民图片)



《说说我们村儿》第五期开播——感受乡村旅游中的民俗魅力

海外网 李昂尧

日前,由人民日报海外网策划的云采访系列直播节目《说说我们村儿》第五期开播,节目聚焦湖北省恩施土家族苗族自治州咸丰县曲山镇湾田村,邀请村党支部书记兼村委会主任杨本刚、湖北广播电视台驻村第一书记李宜翔、国家非物质文化遗产传承人万桃元做客直播间。

湾田村所在的鄂西山区,是土家族聚居地之一。“丰富的土家族文化是我们村的一大特色。”杨本刚说,吊脚楼营造技艺的传承人居住在村里,摆手舞、三棒鼓等土家族传统工艺在当地都得到了较好的传承与保护。未来在发展乡村旅游的过程中,要积极探索挖掘村里民族文化元素,让游客感受土家族文化的悠久历史和独特魅力。

“湾田村的基础非常好,缺乏的是推广。”作为一名媒体人,李宜翔通过湖北广播电视台的传播矩阵,对湾田村极具民族特色的乡村旅游进行了全媒体报道,并号召村民们在各自的短视频平台上传播推广。在节目中,李宜翔邀请咸丰青年公社农场主、返乡创业的致富带头人魏艳为观众介绍当地特色宴席“唐崖土司宴”。“扣肉做好后用盘子盖住,再倒扣过来,寓意着来年翻新。”魏艳在节目中这样介绍美食。

“现在人们都用钢筋水泥建楼,但这项手艺一定要传承下去。”万桃元在节目中说,从2007年开始,他把吊脚楼按照比例缩小,制成模型。如今,万桃元作品已经走入多所高校和科研院所,成为研究民族文化的生动教材。同时,他和徒弟们也在积极学习土家族的其他民俗文化,守护别具特色的民族记忆。

上图:《说说我们村儿》第五期节目海报。

海外网 张子旭制图

夜幕降临,北京市海淀区中关村大街上,新布置的5G+8K大屏播放着北京冬奥宣传片,流光溢彩。像这样的户外大屏正成为许多城市的靓丽名片。日前印发的《“百城千屏”活动实施指南》,提出“百城千屏”活动以试点示范工程为引领,通过新建或改造国内大屏为4K/8K超高清大屏,丰富超高清视听服务场景,加速推动超高清视听在多方面的融合创新发展,催生新技术、新业态、新模式。

带动信息产业整体升级

去年10月,工业和信息化部、中宣部、交通运输部、文化和旅游部、国家广播电视总局、广电总局等联合印发了《关于开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动的通知》,并于日前联合印发《“百城千屏”活动实施指南》。

“百城千屏”活动实施的背后,是近年来国内超高清视频产业的加速发展。据悉,超高清视频是继视频数字化、高清化之后的新一轮重大技术革新,能带动视频采集、制作、传输、呈现、应用等产业链各环节发生深刻变革。为推动产业链各环节向中高端迈进,工业和信息化部等三部门曾发布《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》,提出按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线,大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用,发展目标是“2022年,我国超高清视频产业总体规模超过4万亿元,4K产业生态体系基本完善,8K关键技术产品研发和产业应用取得突破,形成一批具有国际竞争力的企业”。

“超高清视频技术以其更强的信息承载能力和更具潜力的普及应用价值,为

促进消费升级,挖掘“夜经济”潜力

超高清户外大屏扮靓城市

本报记者 李贞

消费升级、行业创新、社会治理提供了新场景、新要素、新工具。”中国电子信息产业发展研究院电子信息研究所所长温晓君认为,发展超高清视频产业,一方面能促进民生服务水平提升,满足人民群众文化生活消费升级需求;另一方面也带动了信息产业整体升级,加速以视频为核心的行业智能化转型。

打造网红新地标

业内人士指出,超高清视频以分辨率为区分标准,更高的分辨率会带来更多的细节、更丰富的色彩层次,让观众在收看视频的时候更加感到真实、震撼,也使得许多城市的超高清大屏成为地标型建筑。

伴随着锣鼓声,一红一黄两只小狮子在半空中上下飞舞,活泼可爱,如在眼前。这是近日在四川省成都市春熙路裸眼3D大屏播放的一段“醒狮闹新春”视频。许多市民和游客驻足围观,纷纷举起手机拍摄。这一大屏幕已成当地一处网红打卡地。



央视主持人在“瑞雪迎春”复兴号智能动车组内的5G超高清演播室采访列车长。
孙立君摄(人民图片)

“百城千屏”活动旨在打造更多类似的网红景点。借助超高清大屏提升城市形象,同时促进消费升级,挖掘“夜经济”“网红经济”潜力,点亮城市空间。据悉,“百城千屏”活动支持产业基础较好、有意向的城市先行先试,形成可复制可推广的活动模式。鼓励在城市重要商圈、大型综合交通枢纽、网红地标、文化场馆等地改造或新建超高清大屏。鼓励各地依法依规开展多元超高清视频内容播放业务,探索多种技术路线方式传输,促进商业运营模式创新。

去年6月发布的《“百城千屏”首批公共大屏接入候选名录》中,包含了来自北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、杭州、无锡等20个城市的28个公共大屏。目前,北京时代广场、广州新大新百货、成都春熙路、重庆观音桥、无锡八佰伴等户外超高清大屏已经取得良好反响。

抓住“科技冬奥”新契机

北京冬奥会、冬残奥会的举办为国内超高清视频产业发展带来难得机遇。在

赛事转播上,北京冬奥会首次采用5G+8K的技术。1月底,北京中联合超高清协同技术中心有限公司暨超高清视频(北京)制作技术协同中心设计制造的8K+5G超高清视频全业务转播车已部署在首都体育馆,为短道速滑和花样滑冰赛事进行全程8K公共信号制作。据该公司副总经理杨剑介绍,此前,全球范围内从来没有如此高级别的体育赛事大规模使用8K直播。目前,转播车的技术系统和承载规模也代表了全球最先进的水平。“转播车的国产化率超过15%,形成了20余项技术、产品的全球首套套、全国首套套和国产替代,拉动了超高清视频8K产业的发展。”

在收视端,更多8K屏幕走进百姓生活。北京冬奥会期间,北京市在不同社区、商圈设置200多个8K落地展示点,直播冬奥会比赛、播放与冬奥相关的8K超高清视频节目。冬奥高铁线上的清河、延庆、太子城、崇礼4个车站,也设置了8K超高清大屏。冬奥期间,广电总局CCTV-8K超高清频道在全国数百块超高清大屏上同步播出。

除了大屏幕,8K电视能让百姓更直观地感受超高清视频的魅力。“这大电视看比赛可太过瘾了!”北京市朝阳区孙河地区市民活动中心最近安置了一台崭新的超大尺寸8K电视,方便人们收看冬奥赛事。社区居民赵和平在收看后赞不绝口:“不只我自己看,也会动员街坊邻居一起看冬奥比赛,为运动员们加油!”据悉,通过“8K进社区”活动,200台超大尺寸8K电视已走进北京市150个社区、10所高校、体育比赛场馆、行政副中心等场所,让市民零距离感受冬奥赛事的精彩。

专家表示,创新超高清视频传播新模式,以“科技冬奥”超高清赛事转播为契机,可以加快视频设备升级和应用落地,推动技术标准体系和产业链成熟,提速新型基础设施建设,构建协同发展产业生态。