

“3年内人工智能将消除95%安全事故”

AI 改变物流：“有温度 很愉悦”

较之于未来的蓝图, AI对当下行业产生的实际改变, 或许更有意义。

比如物流业正因此变得更加高效和安全。“AI技术的发展和落地正被持续推进, 物流和供应链追求的不再只是成本和效率, 人们对信息的诉求发生了显著变化。”在上周举行的“智能物联·共创未来”大会上, G7创始人马喆对目前物流业的智能变革进行详解时表示, 未来, 一个“有温度的智慧物联网和很愉悦的智能供应链”将可被期待。

青年报 王霞

智慧物流新版图产生 “未来可达”

智能手机、智能家电、智能音响、智能驾驶……短短1年时间里, AI已变得无处不在。在人工智能的大力推动下, 物流业亦经历着智慧化的巨大变革, 新一代智慧物流产业版图已经展开。

“随着AI技术的持续推进, 未来3年内人工智能将消除95%的安全事故。再也不会因为疲劳驾驶失去生命。”上周, 2017G7伙伴大会在沪召开, G7创始人兼CEO翟学魂在现场分享时表示, 能够切实推动行业整体的改革, 正是AI在物流行业落地的最大意义, “未来不仅是可知的, 也是可达的”。

据透露, 该平台目前已连接60余万车辆数据, 结合人工智能算法和平台优势, 预计可助力40000余家合作伙伴向智能化管理转型, 同时, 其大数据目前已涵盖13.5亿个轨迹点, 逾230万标准线路月度执行以及超过60万辆执行任务的货车、2200万次车辆事件/天的触发, “精准掌握中国公路运输物流一手大数据”。

以危化品行业的物流为例, 通过采用智能管理系统与平台数据对接, 降本增效颇为明显。

“较之于快递和快运, 冷链和危化品运输的复杂度并不一定特别高, 但是专业度很高, 从业者不仅要有物流专业知识, 还要具备一定的化学品专业知识, 以避免运输过程中可能产生的化学反应, 安全的成本比较高。”海科化工总经理张海伦在现场接受采访时对智慧物流的实际应用进一步解释道, 通过利用信息化的手段, 其物流业务已实现



对大额物流运单的拆分, 通过运用TMS调度系统, 解决了运营过程中货源和车辆匹配的问题, 与G7达成合作后, 应用危化品智能技术和人脸识别、算法实现了整个过程车辆的管控。

有温度的物联网 很愉悦的供应链

“随着AI技术的发展和落地不断被推进, 物流和供应链追求的也不再只是成本和效率, 人们对信息的诉求发生了显著变化。”据G7总裁马喆在现场透露, 目前其AI引擎正在快速迭代和自学习。通过搭建产业物联网平台, 产业链伙伴可获得简单、智能的车队管理服务, 用“物联网+AI”产业上下游的协作和行业资产管理模式的升级。

大会主论坛中, G7-007智

能化车队管理系统、“一路通”和智能挂车等3款新品也同步亮相, 可预知车队运行途中的安全风险和延误风险, 解决行业中小企业融资难的痛点, 实现运力的最大化释放。

针对此次发布的智能挂车新品, 挂车帮、威伯科、广东富华科技等挂车、零部件企业在出席分论坛智能挂车专场时, 现场体验了沉浸式VR情景展示的智能冷链、智能危化、智能中置轴多场景解决方案。智能车队分论坛聚焦人工智能演示了智能算法“如何从0到1推动挂车行业”的巨大变革, 邀请成长型企业共同探讨群体的发展新思路。

现场, 长安民生、壳牌、波士顿咨询、真冷平台等产业链企业分别宣布将联手G7, 共建合作伙伴智慧物流新生态系统。

在智能运营分论坛中, 来自

产业链的海螺水泥、海科化工、DB Schenker及地上铁分别展示了4大代表性案例, 并分获最佳技术创新奖、最佳生态服务奖、最佳科技奖和最佳社会价值奖。

“我们的共同目标, 是成为一个有温度的智慧物联网, 一个很愉悦的智能供应链。”马喆人在现场接受采访时对未来的智慧物流新生态补充道, 万物互联时代, 智能设备与数据将渗透到行业的每一个环节, 成为重要基础设施, 过去3年, G7着眼车队智能管理, 通过汇总各方终端数据, 降低车队管理难度, 贯通车队与上游数据的实时共享, 大幅降低了产业链上下游环节协作成本。未来, “通过深耕物联网技术创新应用和发挥平台影响力, 我们将努力打通行业链条环节, 让数据贯通生态, 推动行业效率的提升。”

■资讯

明月镜片正式 发布新LOGO

12月21日, 明月镜片正式发布新LOGO和全新的品牌VI系统。据悉, 在活动上, 明月镜片董事长谢公晚回顾了明月镜片十余年潜心经营从零到全国销量领先的创业历程, 并表示明月镜片发展到一个新阶段, 接下来会主动承担起引领行业升级、让更多消费者用上品质放心的镜片的大任。明月镜片的长期战略顾问——战略定位全球领导者——特劳特伙伴公司全球总裁邓德隆亲自解读明月镜片战略定位。会上还发布了重磅消息——明月镜片聘请著名演员陈道明为品牌代言人, 开眼镜行业之先河。

此外, 明月镜片与全球知名光学专家、中国工程院院士庄松林及其团队共建的眼镜行业首个院士专家工作站及眼镜光学工程技术研究中心也在活动中举行签约仪式, 目标是将明月镜片的研发和品质对标全球领先水平。明月镜片高调发布新的战略定位, 宣告镜片行业迈入消费者品牌时代。同时, 明月镜片发布了《镜片消费白皮书》, 并推出了行业领先的2018年新品——1.71系列产品。

青年报 王娟

新标家居发布 森珀雅品牌

12月25日, 新标家居在上海举办了新标·新力量——新标旗下全屋定制品牌森珀雅面世暨形象大使蒋欣的签约仪式。这也意味着, 新标家居厚积薄发, 正式迈入品牌2.0战略时代。

新标家居董事长黄东江表示, 新标子品牌森珀雅的成立基于新标全屋定制项目体系的成熟及巨大的市场空间, 它的独立发展将更有利于新标深耕全屋定制市场, 迎合更多消费者需求, 充分布局渠道, 抢占市场份额, 在新标战略布局上具有深远的意义。新标森珀雅将贴近80、90年轻群体的消费需求, 以“年轻·时尚·轻奢·优雅·环保·设计感”为品牌内核, 贴近当下风格与审美, 以全屋家具定制为主线, 配套护墙板、木门, 实现家居空间风格一体化。新品牌, 新战略, 新力量。

据了解, 新标森珀雅的面世不仅仅代表着新标产品线的创新升级, 对新生代生活需求的一种满足和提升, 亦是新标大家居战略发展中的一个重要里程碑。活动中, 新标家居董事长黄东江上台给蒋欣送上新标定制“巨匠图腾”。他表示, “巨匠图腾”由真金制作而成, 寓意两者的合作友好、长久。此外, “巨匠图腾”也包含着新标一直所倡导的匠人精神, 愿新标与蒋欣均不忘初心, 为用户带来更多的优秀作品。

青年报 王娟

过半沪上职场人为二次元用户 最爱“执事”一角

青年报 王霞

据近日O2O招聘平台香草招聘发布的《90后职场人二次元报告》显示, 目前, 有55%的沪上“90后”职场人是二次元用户。

“热血、搞笑、冒险是他们最喜欢的二次元题材, 而执事、剑士、魔法师是他们最喜欢的二次元角色。”报告撰写者进一步表示, 二次元爱好直接影响到“90后”职场人的择业和就业观念, 他们试图打破次元壁。

其中, 声优、配音等成为他们最向往的二次元职业。来自艾瑞的数据显示, 目前国内二次元用户高达2.19亿, 其中90后、“00后”、随

着“90后”全面步入职场, 他们钟情的二次元也日趋成长为全新的职场文化。

“90后职场新人用二次元平衡自己的工作和生活。”人瑞集团和香草招聘创始人张建国说。

报告还显示, 22.2%的上海二次元职场人坦承“在择业时受到自己该兴趣的影响”, 而不同职业人群择业时受该兴趣影响程度也略有差异。其中, 市场人、程序员、HR成为各职业中受影响最大的群体, 受影响比例分别达到42.9%、40.9%和33.3%。

另有29.3%的二次元职场人表示, 会将自己现实生活中所从事的职业与喜欢的二次元角

色做对比, 尤其是从事运营、行政、HR的职场人, 较之其他职业更喜欢对比。

都说爱一行干一行才是理想的选择, 但对于二次元爱好者来说, 目前理想的选择机会并不多。相关调研显示, 国内目前比较集中的二次元相关职位主要分布在ACG(动画、漫画、游戏)领域, 而这也正是目前二次元爱好者最集中的理想职位。

此外, 视频/后期制作、声优/配音、设计/插画位列“上海90后职场人最向往的二次元职业”前三, 将其作为理想职业的人群比例分别达到29.3%、28.3%和17.2%。

不同职业群体在二次元角

色喜好上呈明显差异化, 上海“90后”职场人最青睐的二次元角色是“执事”(即侦探), 该人群比例达到13.5%, 紧随其后的是剑士和魔法师, 人群比例分别达到13.1%和12.2%。而职业群体在所青睐的二次元角色上呈现明显差异, 比如销售和HR最喜欢侦探、客服和行政最喜欢执事、财务最喜欢魔法师、程序员最喜欢女仆等等。

不同的二次元题材也获得了上海90后职场人的关注, 其中热血最受欢迎, 喜欢该题材的人群比例达到14.7%。紧随其后的是搞笑和冒险, 喜欢这些题材的人群比例分别为12.4%和11.7%。