



百度举办第二届“AI开发者大会”

AI产业化入佳境 将“全面爆发”

AI的产业化步伐正迅速加快。

在近日举行的百度AI开发者大会上,无人驾驶、AI芯片、百度大脑、智能小程序等AI技术相关应用进程被集中披露,百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏现场表示,百度积累的AI能力将进一步开放,未来,人工智能将进入“Everyone Can AI”的时代,避免新的数字鸿沟的产生。

青年报 王霞

“造车和造PPT不一样,而我们去年吹的牛实现了,全球首款L4级量产自动驾驶巴士“阿波龙”已经量产。”上周,第二届百度AI开发者大会如期而至,百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏步伐欢快地出现在舞台上时,难掩对这份AI“成绩单”的欣喜,并连线厦门金龙联合汽车工业有限公司董事长谢思瑜,与全场7000多位开发者共同见证了第100辆“阿波龙”的量产下线。

双方还宣布,“阿波龙”即将发往北京雄安、深圳、福建平潭、湖北武汉等地开展商业化运营,并将销往日本东京,实现了我国自动驾驶电动车的首次“出海”。作为Apollo3.0的核心,基于“面向量产的解决方案”这套解决方案,未来开发者及合作伙伴最快3个月即可造出自己的“阿波龙”。

现场,另一个“重磅”——中国首款云端全功能AI芯片“昆仑”(包含训练芯片“昆仑818-300”和推理芯片“昆仑818-100”)也正式亮相,这是迄今为止业内设计算力最高的AI

芯片,基于百度8年的CPU、GPU和FPGA的AI加速器的研发,20多次迭代而生,

“‘昆仑’的诞生,使得百度大脑具备了更完备的软硬一体化能力,极大成就了百度大脑3.0版本的算力增长。基于此,百度大脑3.0形成了从芯片到深度学习框架、平台、生态的AI全栈技术布局。”百度高级副总裁、AI技术平台体系总负责人王海峰进一步表示。

此外,全新发布的“智能小程序”也有新突破——将彻底打通AI与移动端,让AI在手机上全面落地。“开发者只需要几行代码就可以直接接入百度大脑3.0的核心AI能力”。

同时,作为业界首个开放的小程序生态,百度智能小程序将于2018年12月全面开源,开发者的智能小程序将不仅可运行于百度移动端产品,更可以运行于外部App,以及DuerOS智能家居、Apollo车生活平台上,开发者一次开发就可以实现多端运行。

在百度大脑基础上升级的还有DuerOS3.0。这一次,Duer



打通了商业模式闭环,正式启动了商业分成模式——“DuerOS在前6个月将会把技能收入100%回馈开发者”。

这意味着,DuerOS要带领对话式AI领域的开发者开始“淘金”了。此前倍受瞩目的小度智能音箱的儿童模式、极客模式等多个创新技术此后将面向开发者彻底开放。同时推出超过20个跨场景、跨设备解决方案,包含有屏设备解决方案、蓝牙设备解决方案、行业解决方案等。

“百度成立18年来,我们一直致力于填平数字鸿沟。人工智能是一个堪比工业革命的技术变革,如何避免产生新的智能鸿沟?”

李彦宏说,答案是开放,“把百度多年积累的AI能力开放出来,通过数据、算力和算法的不断迭代,让每一个开发者能够接触到全球最先进的AI技术,让每一个公司、每一个企业都能够很方便地使用这些最先进的AI能力。”

■资讯

墨迹天气 “35℃计划”启动

近日,墨迹天气第4届“35℃计划”正式启动。未来两个月,用户所在城市气温达到35℃及以上,即可在墨迹天气App客户端内或官方合作平台领取(或参与游戏获得)免费雪碧兑换码,即可到麦当劳任意门店领取雪碧。

该活动此前已连续举办3年,总参与人数近5千万,通过活动在麦当劳店兑换雪碧近1千万杯。墨迹天气创始人兼CEO表示,墨迹天气一直希望在为用户提供更加精准的气象服务,并让用户精准感知环境、温度的变化,唤起全民关注环境变化和加强环保理念。据了解,今年全国共有2719家麦当劳店参与活动,并将在全国20多个城市亮相近60家“墨迹天气麦当劳旗舰店”。除雪碧和麦当劳,饿了么、高德、优酷、搜狗等多家企业也将助阵该活动,共同为高温预警,呼吁公众关注全球变暖和环境问题。青年报 王霞

首届征途 嘉年华举行



上周六,《征途》游戏粉丝心中“头号玩家”、巨人网络董事长史玉柱与《征途》电影主演刘宪华共同现身在沪举行的首届“征途嘉年华”,与来自全国各地的数千名玩家和粉丝共同“忆征途”。

作为《征途》的创始人,史玉柱现场回顾了从通宵研发到国战的游戏经历,并希望能够“重回征途游戏,和很多当年的战友游戏中再次相聚。”自2006年问世以来,《征途》全系列产品已累积超过5亿玩家,曾创下210万玩家同时在线纪录。由《征途》开启的免费商业模式,自动寻路、自动打怪、万人国战等创新玩法,对国内游戏行业产生深远影响。本次嘉年华中,征途采用“实景”搭建还原游戏体验,比如太庙、王城、运镖、龙舟等,并将现场进行“线上+线下”的国战比赛。

“未来,征途将继续以核心IP为优势,为玩家提供更加丰富多元化的体验。相关系列游戏也将引入如AR、VR等更具科技感的交互体验,让玩家感受国战魅力。”征途相关负责人表示。

青年报 王霞

连接线上线下一站式亲子模式

青年报 王霞

据不完全统计,我国亲子服务行业市场正以每年递增15%的速度成长,行业市场规模有望在2020年突破2万亿元。

近日,线上线下相结合的一站式亲子嘉年华2018大众点评“亲子奇妙日”在沪举行。较之去年,一方面,今年嘉年华实现了场地和合作商户的双重增长,覆盖亲子游乐、幼儿及少儿教育、亲子摄影、亲子餐厅等热

门领域并营造一站式亲子消费场景;另一方面,在互动体验上,今年新增了更多真实场景还原体验,以及AR、3D打印等黑科技,帮助大家一站式领略最前沿、最热门的亲子互动体验。

“面对用户多元化的需求和亲子行业消费升级的浪潮,美团点评亲子将发挥平台优势,打通线上、线下全场景,整合品类协同品牌商户深度合作,为用户提供丰富、专业的社会化育儿综合方案。”美团点评

高级副总裁黄海现场进一步表示。

为此,其目前采取了覆盖全品类的“π型策略”,即通过打通线上、线下全场景,为用户提供专业的育儿综合方案。美团点评亲子事业部总经理张晶透露,“π型策略”的横轴意味着横向延展亲子服务品类的广度——通过创新的IP营销方式实现线上线下的深度融合,满足用户各个阶段的消费需求;两大纵轴则从幼儿及少儿教育和

亲子游乐两大板块进行纵深打透,建立更加专业、丰富的内容体系和运营场景。同时,整合不同类目实现跨领域流量共享,助力交易形态转型升级。

据了解,作为中国一站式亲子本地生活服务平台方,除“亲子奇妙日”之外,美团点评亲子成功策划了“亲子日”、“亲子嘉年华”和“亲子大篷车”等不同类型和规模的主题活动,全年共计数百场活动,覆盖全国35个城市。

美团外卖世界杯“战报” 上海现万元高价订单

青年报 王霞

随着世界杯“激战”升温,随之高涨的不仅是球迷的热情,还有不断刷新纪录的外卖订单金额。据美团外卖最新发布的数据显示,其外卖订单在世界杯1/8决赛首日夜宵时段(21:00-4:00)飙升至赛事期间的最高峰,较平日增长40.3%。次日订单增幅为30.5%,再次日单增幅21.1%,均高于前一周同期。

其中,一位上海用户则因一次性下单万元外卖夜宵,成功成为世界杯期间当之无愧的“最壕球迷”。据美团外卖数据显示,7月2日,坐标位于上海的一位球迷在一家烧烤龙虾类餐饮商家一次性下单了高达15566元的夜宵,令人称奇。

对于世界杯期间的女球迷们而言,看球时吃东西不仅会提升幸福感,对于平复紧张的心情也是有一定作用的。据了解,近期一些女性更加热衷的

餐饮品类订单崛起明显,例如,水果茶品类订单涨幅73.1%、年糕涨幅64.5%、披萨涨幅63.3%、甜点涨幅45.8%。

有意思的是,赛事期间的外卖大军中,“养生”球迷群体也日益庞大。来自美团外卖的数据显示,汤品类订单的增幅亦是看涨。

开幕赛阶段,广受养生球迷喜爱的煲汤、鲫鱼汤始终保持较高的增幅,6月30日涨幅分别达85.1%和84.8%。同时,羊

汤也创下销量新纪录,订单较平日增长60.7%。“汤不仅可为身体补充熬夜所消耗的水分,而且还可以获得更多营养,熬夜观战的球迷朋友们可以好好考虑一下。”美团外卖在发布相关数据时随之建议道。

与此同时,不同地域的“吃”数也颇为有趣。数据显示,淘汰赛期间,南宁市的夜宵订单量涨幅达47.2%,位居城市夜宵订单涨幅首位,成为新晋的吃货型球迷城市。