

一键识别赛场球员！海信U7助你成为世界杯老司机

世界杯已进入高潮。无论谁晋级，谁离开，都是世界杯给我们留下的珍贵记忆。所以，喜悦也好，悲伤也罢，享受4年一次的世界杯赛事才是最重要的事情。

通过电视机观看比赛的朋友们就有福了，专为世界杯定制的海信VIDAA AI人工智能电视，拥有全场景实时图像搜索和全场景语音两大人工智能创新交互设计，能够一键瞬时截图，直接从电视底层画面截取高清画面，获取球员的相关资讯。当“伪球迷”用上海信VIDAA AI人工智能电视，转身就能变成无所不知的老司机球迷！

海信U7通过遥控器上的“小聚键”，一键瞬时截图。由于语音触发速度慢、无法快速准确地捕捉想要的瞬间，专门为图像识别设计的小聚键，“开启画面截图分享和图像识别功能，只需0.1秒即完成画面抓拍，并



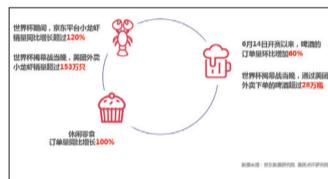
快速识别画面上呈现的球员、物品、台标和二维码。

全场景实时图像搜索技术属业内首例，是一种比语音更快的人机交互设计。其信息搜索支持20000+明星，400+类约10000+种物品，1000+电视台台标、物品和4级复杂程度二维码识别。世界杯赛场上的任何一位球员、教练、裁判，甚至是观众席上隐藏的看球明星，你都能迅速找到他的相关信息。

海信全场景语音交互依托于

其国家级人工智能实验室开发多年的语义理解和自然语音交互技术，加上科大讯飞语音识别技术加持，其体验感可以说超越了目前市面上所有的人工智能电视，实现了前所未有的六轮连续人机对话，能记忆、懂语境，可以精准理解用户意图，并识别多达33种人物关系。

一个足球搅动半个吃喝圈 京东&美团联发世界杯消费报告



线上线下数据，最新联合发布了《京东&美团世界杯消费报告》，让我们一起来揭秘本届世界杯的消费趋势，读懂这届球迷的观赛众生相。

京东大数据显示，世界杯开赛前，京东球迷囤货购买的啤酒中，进口啤酒销量占比超三成，高于非球迷用户进口啤酒销量的占比。而进口啤酒中又以墨西哥啤酒销量增长最快，相比德国、葡萄牙、比利时的进口啤酒，墨西哥啤酒比墨西哥队的热度更高。

作为“盛夏标配”，在世界杯期间，京东平台小龙虾的销量同比增长超过了120%，相比往年更受欢迎。自6月14日开赛以来，一向受欢迎的啤酒订单量环比也增加了60%，休闲零食的订单量同比增长达到100%。世界杯开幕战当晚，美团外卖小龙虾销量就超过153万只，啤酒销量则超过28万瓶。

世界杯比赛时段内，在深夜观球胃口大比拼中，男性贡献了56%的外卖订单，按照比例分析，在吃货属性上女性球迷惜败；其中八零后和九零后的男性稳稳占据外卖订单量先锋，占比高达90%。而在世界杯的南北“外卖大战”中，南方地区取得了压倒性胜利。世界杯期间，南方用户外卖订单高出北方38%，东部地区用户外卖订单占比近六成，二线城市用户贡献了近四成外卖订单。

看球的气氛激活了球迷们亲自下场的洪荒之力，球迷们用“买买买”为自己喜爱的球队和球星打call。美团数据显示，梅西、内马尔等超级球星比赛的场次，夜间外卖较平日上涨17%，法国队的姆巴佩、比利时队的卢卡库、英格兰队的凯恩出场时，外卖订单都有所上涨。值得一提的是，新晋超级球星虽然层出不穷，但是带货能力最强的还要属梅西和C罗。

饿了么上海日交易额破亿 新零售本地生活服务迎来质变



饿了么宣布，平台7月12日在上海日交易额突破1亿元，创下外卖行业单个城市日交易额历史新高。

进入夏季外卖高峰，加上世界杯的推动，本地生活服务市场的竞争日趋白热化。7月初，饿了么CEO王磊表示，今夏将投入数十亿元，围绕商家服务、消费者福利、物流体系等关键环节进行三大升级。仅十余天后，饿了么在上海单日成交破亿，在市场竞争中再下一城，占了先机。

尤其值得注意的是，饿了么数据显示，7月以来的商超外卖成交额环比6月大涨四成。饿了么所引领的本地生活服务的新零售时代，正在迎来一场关键的“质变”。

稳定的运力供给，为订单高速增长提供有力支持。世界杯期间，饿了么将准时达服务延长至全天24小时，即便在深夜，仍然为用户提供极致的分钟级配送服务，保障了“一日四餐”配送的体验。

业内专家分析，以上海破亿为标志，饿了么全维度赋能商家、发掘新零售和非正餐时段消费的创新“上海模式”正充分显现威力。此一役带来的不只是份额的增长，更重要的是商家服务能力和市场运营能力的快速提升，这将为平台在更多城市抢占市场先机打下坚实基础。

易观咨询数据显示，2018年第1季度，中国互联网餐饮外卖市场整体交易规模为705.8亿元人民币，但环比增长仅为4.2%。在外卖市场渗透率不断提高、增速逐步趋缓的背景下，饿了么仍在“夏季战役”中保持逆势高速增长，背后的关键因素之一是新零售不断被发掘的消费潜力。

在阿里生态资源加持下，饿了么新零售业务正进一步向纵深发展。日前，阿里巴巴零售通和饿了么宣布将对全国的天猫小店联合运营赋能，推动680万小型便利店的信息化和智能化进程；平台旗下的餐饮服务项目——“未来餐厅”年销售额已突破10亿，将对所有餐饮商家开放，赋能广大外卖创业者及其餐饮品牌。

饿了么CEO王磊表示：“凭借整个阿里新零售经济体的力量，饿了么将把自己打造为新零售时代的本地生活服务核心平台。”

亚马逊中国Prime会员日高潮来袭

2018年7月9日，亚马逊中国宣布与300年航海世家MSC地中海邮轮及全球领先玩具制造商LEGO乐高达成三方跨界合作，打造“Prime会员喜提邮轮之旅”。7月9日至30日，所有在亚马逊海外购消费达标或成功推荐好友成为付费会员的Prime会员，均有机会免费赢取价值超过万元的地中海辉煌号2018年9月25日出发7天6晚“上海-大阪（过夜）-高知-上海”邮轮之旅，除了体验纯正的欧式服务外，还能在船上的乐高海上乐园体验创造的乐趣。在精彩纷呈的会员专享优惠和商品基础上，“Prime会员喜提邮轮之旅”不仅成为亚马逊中国第二届Prime会员日期间最值得期待的会员专享惊喜，也是亚马逊全球首个Prime会员专享邮轮之旅跨界惊喜，引领了电商行业跨界创意营销的新风潮。



全新瑞典品牌Barnängen芭兰珂

带来幸福生活哲学

7月5日，在上海兴国宾馆，仲夏节的庆典在一段动听的瑞典民谣中拉开帷幕，这代表了Barnängen芭兰珂——来自斯德哥尔摩的瑞典国民身体洗护品牌，将北欧瑞典的幸福生活哲学，带进了中国。



Barnängen芭兰珂的产品分为两个系列，有以瑞典植物成分为灵感的北欧纯护系列，以及以瑞典人文情怀为灵感的北欧风情系列，覆盖沐浴清洁和身体乳共9个产品。

北欧纯护系列，分别以接骨木花和燕麦为主打成分。燕麦为人所熟知的保护和滋润功效可以帮助肌肤建立抵御干燥的天然屏障，泡沫细腻丰富；接骨木花富含多酚，可以舒缓和柔软肌肤。两者再配合经典修护冷霜配方，能给干燥、敏感的肌肤带来滋润与修护。

Kyligence宣布完成1500万美元B轮融资

2018年7月5日，主题为“大数据赋能，智能创未来”的Kyligence融资暨新产品发布会在上海中心大厦举行。会上，Kyligence宣布完成由斯道资本（富达国际有限公司“Fidelity International Limited”自有投资机构）领投，原有股东红点中国、思科、宽带资本、顺为资本跟投的1500万美元B轮融资，并发布了下一代大数据智能分析产品——Kyligence Enterprise v3.0及Kyligence Cloud v2.0，通过机器学习等增强数据仓库分析技术，进一步赋能企业释放大数据生产力。



Kyligence由Apache Kylin核心团队于2016年3月创立，提供基于Apache Kylin的企业级智能大数据分析产品Kyligence Enterprise，及云计算核心产品Kyligence Cloud。

本次大会，数百名嘉宾亲临现场，共同见证Kyligence领先的技术成果与成长历程，包括来自斯道资本、顺为资本、红点中国、宽带资本等投资人代表，来自金拱门、OPPO、太平洋保险、招商银行等企业的客户代表，及来自微软、Cloudera、汉得等企业的合作伙伴代表。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com



历久弥鲜
容声全生态养鲜冰箱
你的食材养鲜专家

