



图片来源于网络

热点追踪

中国平民体内发现美国转基因 SCoAL 纯属谣言

本报记者 马爱平

这几日,微信上流传着多个“10万+”文章——《触目惊心:中国平民体内发现美国转基因的 SCoAL 基因!》(英国研究:中国人体内已出现转基因作物中常见的基因,请当心下一代!)……这些文章的内容均大致相同,并被广泛传播和讨论。业内专家认为,这篇文章内容纯属杜撰,实属“钓鱼文”。

2月26日,中国农业科学院生物技术研究所所长、研究员林敏告诉科技日报记者,他推测,这些文章或来源于2012年7月右岸新闻社的一则报道。

那则报道显示,英国学术期刊《雪莱遗传学通讯》发表了一篇论文,文章指出,在对中国平民进行的基因组研究时,发现了转基因作物中用来促进生长的基因 SCoAL,这种基因可能会对健康造成长期影响。文章还说:“记者特地采访了遗传学家维克多·斯坦因教授。斯坦因来自德国泰斯特罗莎医学中心。”“斯坦因在对中国的志愿者进行全基因组测序后发现,超过半数的志愿者中,其25号染色体上发现了名为‘SCoAL’的基因。”

“实际上,并没有《雪莱遗传学通讯》这本英国学术期刊。”林敏说,文章指出,在对中国平民进行的基因组研究时,发现了转基因作物中用来促进生长的基因 SCoAL,这种基因可能会对健康造成长期影响。文章还说:“记者特地采访了遗传学家维克多·斯坦因教授。斯坦因来自德国泰斯特罗莎医学中心。”“斯坦因在对中国的志愿者进行全基因组测序后发现,超过半数的志愿者中,其25号染色体上发现了名为‘SCoAL’的基因。”

# 无人零售:科技企业的风口还是泡沫

本报记者 陆成宽

近日,成都的无人货架项目“GOGO小超”被曝出停运,与其隶属一家公司的“GOGO无人超市”也暂停运营。与此同时,亚马逊发布的2017年四季度财报显示,其当季销售额中,来自实体店的部分超过45亿美元,这一数据显示了亚马逊在线下零售领域的“野心”。

回首2017年的零售业市场,无人零售无疑发出了最强音,随着亚马逊、阿里、京东、娃哈哈等巨头的入局,无人零售成为投资创业的一个新风口。然而,进入无人零售的初创企业项目失败、创业阵营业务整合的消息也频频出现,让人担心无人零售是否会“短命”。

发出了最强音,2017年也可以说是无人零售元年。随着亚马逊、阿里、京东、娃哈哈等巨头的入局,无人零售成为投资创业的一个新风口。去年下半年开始,无人货架领域爆红,据不完全统计,进入无人货架市场的初创企业已不低于50家。然而,初创企业项目失败、创业阵营业务整合的消息也频频出现,让人担心无人零售是否会“短命”。

那么,无人零售究竟是风口还是泡沫?

650亿,三年复合增长率在50%左右。

正因为有着如此巨大的商业蓝海,无人零售才能吸引各路资金纷纷入局。创业垂直媒体铅笔道调研后发布的《2017无人零售行业发展现状与趋势盘点》显示,从2017年初至当年11月3日,行内的公司吸纳资金约33.7亿元。但是近期无人货架领域波澜不断,暗示行业进入了整合期。2017年融资近5亿元的猩便利,在2018年1月10日接连传出关闭首家便利店,疑在多个城市撤柜,裁员的消息。除了项目倒闭,创业阵营近来已不时传出业务整合的消息,易果生鲜与哈米科技达成战略合作,猩便利收购51零食、果小美和番茄便利合并……那么,

未来无人零售的前景究竟怎样呢?

“无人零售只能说是零售的方向之一,无人零售在美国主要由人工智能和大数据推动,通过大数据了解到消费者当前的消费习惯,无人零售布置的各种商品,都是根据大数据导入的,如果没有大数据作依托,就没法做无人零售。没有大数据支撑的无人超市会成为泡沫。”2月23日,中国科学院大学经管学院教授吕本富告诉科技日报记者。科技创新创业服务平台36氪研究院分析师查楠在《无人值守,“码”上就走——无人零售研究报告》中,也表达了类似的观点,“未来,无人零售)将是基于大数据基础上的物品售卖。”

## 基于大数据的物品售卖

据了解,无人零售是指在无营业员、收银员以及其他商店工作人员的情况下,消费者自己自助进店,进行挑选、购买、支付等全部购物活动的零售形态。目前,无人零售市场主要包括三种形式:自动贩卖机、开放货架和无人便利店。其中自助贩卖

机市场较为成熟,而开放货架和无人便利店则是在2017年集中“爆发”,并且均处于发展前期。

艾瑞咨询《2017年中国无人零售行业研究报告》显示,2017年无人零售市场(含贩卖机)交易规模保守估计将接近200亿元,预计2020年将突破

## 初创公司等巨头来收购

过去一年,虽然无人零售赢得了不断叫好声,但是也存在不少发展瓶颈需要破解。艾瑞咨询分析认为,典型优质企业能够起到很好的示范作用,整体无人零售市场有发展前景。但目前来看,不容忽视的是市场刚刚经历一年左右的发展,还处于前期探索阶段,因此还存在一些比较共性的发展阻碍,主要集中在产品技术优化、区域市场拓展、企业规模化发展、企业开放加盟和供应链的协同效应。

其中,产品技术方面的提升是无人店规模化的先决条件。无人便利店面积大多小于传统便利店且店内少有备货,因此店内商品补货频次较高,对供应链提出了更高的要求。业内人士曾指出,便利店市场需要持续至少五年以上的投入才可能产生明显增长。因此,市场的发展需要经历时间的积淀期。

在吕本富看来,无人零售在运营中除了要得到大数据的支撑以外,还有一系列“问题”需要解决。“无人零售的核心是大数据,除此之外,还需要一些配套系统,比如,支付系统、监控系统。还有就

是与无人商场相关的各种各样的技术支撑也是必须有的。此外,传统商场的一些必要条件比如地段选择,无人超市依然需要。”吕本富说道。

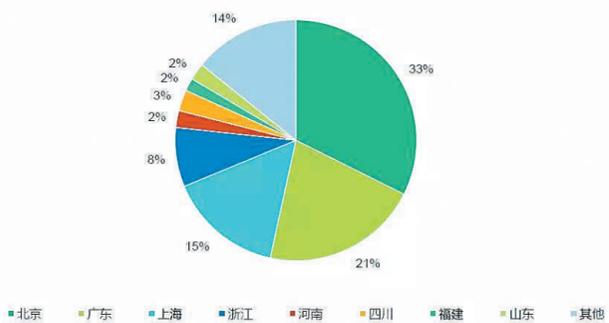
与此同时,也有人认为无人零售不是初创公司能够玩得好的游戏,只有那些集资本、技术、管理于一身的“巨头”才能在这场竞争中脱颖而出。对这种观点,吕本富并不认同,他认为:“初创公司和大企业没有特别大的差别,初创公司如果能够从其他地方得到数据源,也可以在无人零售站稳脚跟,最重要的是有没有大数据的支撑,这很关键。”吕本富也表示:“之前无人零售之所以那么火,就是因为亚马逊做了无人超市,阿里也在做。而创业公司做无人超市,某种意义上并不是想要盈利多少,它们最后就是想被收购。”

缤果盒子创始人兼CEO陈子林就曾表示,作为一个创业公司,当下最重要的就是先把产品打磨好,继续提升效率降低成本,未来不排除与巨头进行合作。

### 互联网巨头入局无人零售

名称	类型	应用技术	依托资源	战略意图
亚马逊Amazon Go	无人便利店	深度学习,压力传感,视觉识别,红外扫描	应用商店,技术共建	切入线下零售,完善生态布局
阿里巴巴咖啡	无人便利店	RFID,电子围栏,IoT支付方案	技术共建,发达的零售系统	切入线下零售,探索新零售的未来落地形态
盒马鲜生(阿里巴巴控股)	无人货架	—	店仓一体,共用生鲜供应链系统	办公室场景可以带来新流量
京东无人便利店	无人便利店	RFID人脸识别,图像识别	技术共建,共用原有用户数据,共用京东供应链	切入线下零售,完善生态布局
京东到家Go	智能货柜	人脸识别,重力感应,智能库存管理,智能广告屏	共享京东到家平台上数万家商超资源,协同京东供应链	办公室场景可以带来新流量

### 无人零售行业创业公司地点分布情况



资料来源:铅笔道研究院

## 本质不是无人而是把握数据

无人零售市场虽然才刚刚开始,在数据、技术、供应链等多环节共同促进下,无人零售市场三大业态相互融合,且正与传统业态紧密融合。查楠认为,未来无人零售将与传统有人便利店互补共存,与电商、本地O2O相互引流,无人零售的本质不是无人,而在于对整个消费过程的数据把握。在新零售业态下,前端是人、货、场,后端则是AI、大数据、云计算等基础层。在未来很长一段时间内,它都不会完全替代传统模式,而是与传统商业模式长期共存,并在此过程中不断进化。

艾瑞分析认为,短期内,无人零售企业的运营重点在于技术优化和市场规模化,通过快速获取融资,开展加盟模式等使门店快速落地,打开市场,例

如与每日优鲜,饿了么等具有供应链优势的企业进行合作。

中期,企业的运营重点在于供应链与管理效率的提升,包括企业进行技术算法提升,并将供应链进行网状转变,同时扩充或开发零售多场景,覆盖主要消费场景,品类、商品组合进入精选模式,根据不同用户个性化/精准化推送等。

长期,企业的运营重点着力于精细化运营和体验的进一步提升,包括根据数据反馈绘制更精准的用户画像,分析多维度数据,进行精细化运营,业务延伸、产品创新以进一步提升用户体验。其中产品创新,包括研发自有品牌商品等。各期运营重点主要还是围绕技术、数据、供应链三方面进行展开。

# 二次元:别急着爆发,让内容沉淀

## 第二看台

本报记者 崔爽

根据外媒传闻,在2018年第一季度或第二季度,国内二次元经济的代表、弹幕视频网站哔哩哔哩将赴美上市,其融资规模在4亿美元,估值可能超过30亿美元。另一家重量级网站AcFun也在经历停服风波后于2月12日重新上线,作为国内二次元弹幕视频网站跑道上唯二的选手,续命成功。

艾瑞咨询发布报告分析,二次元行业在经历2011年到2017年的成长期后,会在2018年之后迎来高速发展期。开局即动作频频,助跑多年的二次元行业会在今年起飞吗?

### 不再“非主流”

“次元”在日文中表示“维度”,二次元即是“二维”,指相对真实可触摸的三维世界的虚构世界。二次元最初以A(日本动画)和C(漫画)为主,后来发展出G(游戏)以及N(小说Novel),逐渐形成了所谓的“ACGN圈”。作为一种舶来品,二次元不是

新鲜事物,但二次元产业走进国人视野,是近几年的事。

二次元产业以黏性很高的二次元粉丝为基础,围绕游戏动漫周边展开。B站董事长陈睿曾表示,丰富的物质环境、完整高质量的教育和伴随成长的互联网服务,让今天的年轻一代具备了前人无可比拟的,多元化、个性化的文化需求。

根据《中国二次元行业调查分析及市场前景预测报告》,2017年国内二次元市场规模已达到1000亿元人民币,并且预计五年后将迎来1000亿美元的市场规模。显然,拥有可观的规模用户数量和良好发展前景的二次元已经一洗“非主流”的传统印象,进入大众视野。

### “高速发展”乐观观

针对“2018年迎来高速发展期”的判断,艾瑞咨询二次元行业分析师黄燕华给出“乐观观”的判断。“这个行业不像电商或直播,有集中爆发期,它是稳健发展的行业。”黄燕华表示。

作为泛文化产业的一部分,二次元行业的核心内容是内容。黄燕华以动漫领域为例做了解释:动漫领域需要内容的不断积累,有内容才有产业链,周边

衍生品、线下内容、用户联系才能不断充实。“动漫领域的内容属于文化内容,需要时间的不断积累、持续更新,才能形成优质IP,后续布局才会开展起来。”黄燕华说。

虽然不会发生“爆发性增长”,二次元行业确实处在很好的大环境下:互联网和移动互联网的普及、创作者跨界思维的发达、年轻用户的拥护、投资圈的看重等,都在推动二次元文化从小众爱好成为大众需求。

从早早布局,产业链完整的腾讯,到拥有“咪咕动漫”品牌的中国移动,再到投资漫画及IP孵化公司的“九月光合”的小米科技、cosplay社区“半次元”的今日头条,二次元行业的确是投资圈的“香饽饽”。“巨头布局二次元行业,一方面是因为互联网公司希望扩大对各领域的覆盖,收购或投资垂直平台可以更快深化对这一领域的理解,又能通过旗下资源让垂直平台发展更快。另一方面,喜欢二次元的大部分是年轻人,他们或许现在消费能力有限,但他们是未来的主力消费人群,开发潜力比较大。”黄燕华说。

不过她也坦承,“前景好不等于现状好,现阶段二次元行业的盈利模式还不乐观。”

### 巨大的消费潜力

IP运作是二次元行业最有价值的部分,也是事关行业未来态势的关键。“大家都想快,有的资本和平台追求快速变现,IP还没成熟,就改编手游改编影视,欲速则不达。”黄燕华说。

据她介绍,和日本、美国相比,国内动漫行业的人才比较稀缺,并且人才队伍不是能够快速培养出来的。以动漫产业发达的日本为例,从演唱会到周边开发,产业链每个环节都有很成熟的企业支持,IP开发更有保证,但国内很多环节还处在搭建阶段,这是阻碍行业发展的重要因素。

《2017中国游戏产业报告》显示,二次元经过多年动漫文化培育,代表的是“青年化”及“巨大的消费潜力”。二次元移动游戏用户主体“90后”“95后”,正逐步成为可支配收入较高的社会群体。同时,移动通信技术的发展打破了二次元游戏“小众”的标签,将其成功推向了更多的泛二次元用户。

前景可期,“但必须通过时间的积累和内容的持续更新,让好的作品慢慢浮现出来。”黄燕华强调。

## 图个明白

### 售货机器人科技馆里与市民互动



近日,天津科技馆推出机器人天地展,展示的内容兼顾历史、技术、体验、教育、互动等多重元素,把机器人及相关人工智能技术充分展现在市民面前。图为2月25日,市民在天津科技馆体验售货机器人购物。李胜利/视觉中国

### 西北首家知识产权审判机构成立



2月24日,我国西北地区首家知识产权审判专门机构西安知识产权法庭正式挂牌成立。图为法院工作人员在西安知识产权法庭体验智能法律助手。新华社记者 李一博摄

扫一扫  
欢迎关注  
科技视点  
微信公众号

