

互联网思维助推品质农业小步快跑

互联网时代，中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，人们生活水平的提高也助推了广泛性的消费升级，特别是在饮食方面，人们对高品质农产品的需求正在快速增长。基于此，品质农业领域近几年也成为关注的焦点。其实，作为国民经济的基础产业，农业高质量发展本已是大势所趋，品质农业更是拥有广阔蓝海。

在农业转型升级的当下，高品质农产品跟科学公正的评测体系相遇，会产生怎样的反应？二十年前，被称为“水果大叔”的桃太萌创始合伙人王关存在飞沙走石的戈壁滩上用铁锹种出了桃太萌油蟠桃；二十年前，中国中化集团创建中国优质农产品榜单——熊猫指南用科学公正的测评体系，为中国品质农业带来行业新标准；几年前，熊猫指南与其上榜的三星产品桃太萌油蟠桃在“一颗来自未来的桃子”上做文章，双方用极具互联网思维的科学测评来定义“好吃”，共同探索品质农业的未来。

品质农业的蓝海

高品质农业要能“乘风破浪”，就需要提高优质农产品供给，以提升产业链为重点，优化农业产业体系，坚持绿色种植的可持续发展理念。

熊猫指南作为中国优质农产品榜单，通过严格筛选，将品质优异的农产品从田间挖掘出来，并以创新的互联网思维，让好东西为人所知、为人所信，为



品质农业提供“信息供给”。随着平台的不断完善，正有越来越多的天赐良物被消费者熟知。

来自新疆库尔勒的桃太萌，拥有得天独厚的自然气候资源，依托独有的种植管理方法，桃太萌将小小的桃子玩出大花样，成为品质农产品的一张“名片”。

熊猫指南副总裁马伟表示，熊猫指南用科学定义好吃，致力于打通种植端到消费端的“信息壁垒”，改变传统农业“面朝黄土背朝天”的形象，帮助品质农产品打开市场大门，为渠道商提供好产品信息，促成合理高效的供给，并最终让消费者享受到优质农产品。

“熊猫指南与桃太萌的此次尝试，不仅是熊猫指南对优秀种植户的创新赋能，同时也是双方对品质农业的一次积极探索。”

原本就拥有优异的产品品质，再加之得益于熊猫指南平台互联网思维的支持，使桃太萌油蟠桃迅速获得了中高端消费人群的认可。而面对人们对品质农产品需求的日益增长，桃太萌将继续引进优良种苗，在库尔勒自然气候下，进行适应性改良和杂交，并以数字化标准严评评估筛选品种，满足消费市场需求。

品质农业的未来

每一个熊猫指南的上榜产品，都经历了严格的层层筛选，种植地勘察、全球顶尖实验室采样分析、专业品评员感官评测……能够上榜，并且蝉联榜单“状元”，桃太萌油蟠桃在优质农产品中一马当先。

2016年，桃太萌品牌正式创立。运营团队依托对优质桃子品

种的科研技术成果与种植管理方法，形成规模化、科技化、品牌化、标准化产业，以科研技术先行，用卓越领先的产品敲开品质农业的大门。

在品质农业发展的当下，熊猫指南打造的良心推介榜单成为“金钥匙”，解锁中国领域农产品劣币驱逐良币，优质农产品无法实现优劣的难题。

为此，熊猫指南建立起独有的农产品评价体系。在后端，熊猫指南认证官团队深入种植地源头，就环境、种植等内容实地调查，筛选合格农产品。在检测部分，熊猫指南采用国际通行的感官评价标准体系和标准方法，与顶尖实验室合作，对品种繁多，产地各异，品质参差的粮食、水果、蔬菜的样品进行测评，开发对某个品类农产品的标准化评价方法，构建风味轮廓体系，建立一把可以科学、客观、公正的评价农产品品质的尺子。在市场前端，熊猫指南推出熊猫品评溯源二维码，将农产品信息数据集合，为消费者进行农产品的360°扫描。

在桃太萌油蟠桃的包装上，就印有熊猫品评二维码，当消费者扫码后，关于油蟠桃的感官数据、产地信息等便呈现在眼前。此外，二维码还激励引入消费者评价内容，通过收集消费者的喜好数据，反哺桃太萌，形成品质农业发展的良性循环。

专家认为，当前互联网技术还无法从根本上解决我国农业“大而不精”的现状，但在推动品质农业“小步快跑”方面还是意义重大。

(捷闻)

日前，清华大学校园里出现了一辆奇特的自行车：它好像一只乖巧的宠物狗，不仅能根据指令拐弯、加速，还会自动绕开障碍物，跟着主人跑。驱动自行车的，正是中国科学家研制成功面向人工通用智能的新型类脑计算芯片——“天机芯”，并成功在无人驾驶自行车上进行了实验，引起高度关注。

国际权威期刊《自然》杂志以封面文章形式发表了清华大学类脑计算研究中心施路平教授团队的相关论文。此举带来的直接意义是，不仅让世界看到了我国在芯片领域的实力，更实现了中国在芯片和人工智能两大领域《自然》论文零的突破。

“天机芯”是一款新型人工智能芯片，采用28纳米工艺制成，整个芯片尺寸为 $3.8 \times 3.8\text{mm}^2$ ，由156个计算单元(Fcore)组成，包含约40000个神经元和1000万个突触。它能够把人工通用智能的两个主要研究方向，即基于计算机科学和基于神经科学这两种方法，集成到一个平台上，可以同时支持机器学习算法和现有类脑计算算法。

“类脑计算芯片”是借鉴人脑的信息处理机制发展的新型计算芯片。“就像人类大脑中的神经元，一个神经元能连接上千个神经元，能够实时传递脉冲信号，保持丰富的编码机制。”施路平说，“这些是我们研发‘天机芯’的重要参考。”

研究人员在一一辆无人驾驶自行车上验证了这一芯片的能力。搭载“天机芯”的自行车，实现了实时视觉目标探测、目标追踪、自动驾驶和避障、自适应姿态控制、语音理解控制、自主决策等功能。

“原则上，人工通用智能平台可以执行人类能够完成的所有任务，但这是一个长远的目标。”施路平说，这需要让芯片能够识别、处理各种不同来源的信息，就好比在芯片上建起一座“巴别塔”，让不同种类的机器“语言”在这里找到能相互理解、沟通的“世界语”。

研究小组指出，“通过随机将新变量实时引入环境中可以产生高时空复杂性，例如不同的道路条件、噪声、天气因素、多种语言、更多人等。通过探索允许适应这些环境变化的解决方案，可以检查对AGI至关重要的问题——例如概括、稳健性和自主学习。”

美国《麻省理工学院技术评论》就此发表文章说，“天机芯”芯片成功在无人驾驶自行车上进行实验，显示了中国在芯片领域日益增长的专业能力，以及旨在优化人工智能算法的全新芯片设计方法的价值。文章坦言中国科研人员展示了研制专业人工智能芯片的能力，体现了中国在提升自身芯片设计能力方面的重大进展。

美国知名研究机构斯克里普斯研究所专家埃里克·托波尔表示，“天机芯”的研发及其在无人驾驶自行车上的实验，成功展示了这种结合机器学习和类脑算法的混合设计，标志着人工智能发展进程中的重要时刻。

据了解，“天机芯”第一代、第二代产品分别于2015年、2017年研制成功。经过不断改进设计，目前的第二代“天机芯”具有高速、高性能、低功耗的特点。未来，“天机芯”的发展方向，是为人工通用智能的研究提供更高能效、高速、灵活的计算平台，还可用于多种应用开发，促进人工通用智能研究，赋能各行各业。

中国「天机芯」的天机何在？

□ 史诗

首个顺风车行业用户委员会将成立

近日，伴随“顺风车行业标准课题研究集思会”的启动，为打造共建共治的顺风车治理新格局，让公众能够有序、深入地参与顺风车行业标准课题研究，课题组决定面向社会征集用户代表，组成顺风车行业标准课题研究用户委员会。

这也将成为移动出行行业的一个用户委员会，通过吸纳专业用户的力量，为顺风车行业标准课题研究提供更多有价值的参考，让顺风车行业标准更好地反映用户的诉求和心声。

据悉，首期用户委员会成员将包含5名车主和5名乘客，他们将和行业专家、学者、媒体代表一起，共商共议顺风车行业标准相关课题，委员会成员在课题研讨中将享有充分的讨论权和建议权，同时享有在《顺风车行业标准课题研究报告》上的署名权，每位成员任期一年。

用户现在可通过嘀嗒出行App报名，8月20日停止征选，8月31日之前完成沟通和评选。9月1日对选出的十名代表在嘀嗒出行APP内进行公告。相信此次征集的顺风车用户委员会成员，将代表广大顺风车用户的心声，同时又具备为行业标准制定提供专业而建设性意见的素质。

抖音发起暑期安全教育宣传月

青少年暑期安全问题一直是社会关心的热点。8月1日至8月31日，在共青团中央维护青少年权益部的指导下，抖音青少年网络健康成长研究中心发起“安全过一夏——暑期安全教育宣传月”。旨在通过短视频的形式对青少年人群进行安全知识讲解，增强青少年的安全意识，提高他们的自我保护能力。

目前，官方科普系列动画《我会保护我自己》由@抖音成长乐园(抖音青少年网络健康成长研究中心官方微博)在抖音、头条等多平台已经发布。该动画由团中央权益部和抖音青少年网络健康成长研究中心联合制作，内容来自团中央权益部儿童安全科普系列书《我会保护我自己(上下)》，涵盖了青少年暑期出行、上网时遇到危险的正确处理方式，通过四个主人公桃子、小陀螺、小智、熊猫童童的故事，以轻快活泼、通俗易懂的方式，讲解安全知识。

据了解，本次“安全过一夏”活动结合了人们日常生活中的真实案例，生动形象、深入浅出为青少年讲解暑期安全的重要性和在面对一系列安全事故时该采取的措施。系列动画共十期，包括出行安全篇、上网安全篇(上下)、急救安全篇、游泳安全篇、性侵害预防和自我保护篇、雷击避险篇、泥石流避险篇、野外防火篇、台风避险篇。

特斯联完成20亿元C1轮融资

8月12日，特斯联宣布完成C1轮融资。本轮融资本金额为20亿元人民币，由光大控股领投，京东、科大讯飞、万达投资等跟投。在此之前，特斯联已获得光大控股、IDG资本、中信系产业资本、商汤科技等顶级投资机构和行业伙伴的投资支持。

特斯联成立以来保持年均营收200%以上高速增长。以AIoT(人工智能物联网)为核心，推动新技术与实体经济的深度融合。特斯联Gaia行业智能云夯实数据中台，打造数字孪生城市云操作系统；业内最早投入边缘计算研发，推出Poseidon系列产品；超级智能终端Titan系列平台级智能机器人重塑场景服务。

作为首家提出AIoT技术架构理念的企业，特斯联为客户提供从产品到系统、从单项到全案的智慧场景服务。在北京、上海、重庆、武汉、深圳等地设立研发中心，全国落地8400多个项目。特斯联六次入选Gartner报告，成为亚洲最佳物联网公司之一，截至目前获得专利523项，位居同业领先地位。

据了解，本轮融资后，特斯联将继续保持创新活力，加速裂变，以更丰富、更可持续的技术与产品能力深耕市场，加快场景智慧化步伐，秉承从连接到赋能的发展思路，向着全球领先智慧场景服务商的愿景前进。

飞猪加入阿里生活圈添新场景

“剁手”之后，走出国门去逛世界的“剁脚族”也能省钱了。8月8日，随着“阿里一卡通”88VIP的会员权益全面升级，飞猪旅行成为阿里生态内此次唯一新增加88VIP的新场景。

当下，旅游成为人们生活的刚需，出境游越来越火。来自文化和旅游部发布的数据显示，去年中国出境旅游人次已增长到1.49亿人次，这是首次出境旅游人次超越入境旅游人次。飞猪希望能助力更多年轻人普惠全球游。

事实上，高涨的全球游热情下，作为阿里巴巴“全球游”战略的主要实施者，飞猪不断在通过联合全球旅行大牌，扩展会员权益，实现旅行普惠享受。仅以飞猪与万豪国际合作为例，自2017年8月7日，阿里巴巴与万豪成立合资公司以来，万豪与飞猪及阿里生态不断产生着化学反应。飞猪万豪国际旗舰店成为万豪在中国的直销渠道，两年来，其交易总量增长逾2倍。来自阿里巴巴渠道的万豪会员增长超过60万人。



机甲大赛

8月11日，第十八届全国大学生机器人大赛RoboMaster 2019机甲大师赛总决赛在广东深圳落下帷幕，东北大学TDT战队战胜上海交通大学龙战队，捧起冠军奖杯。

新华社记者 梁旭 摄

顶层指导意见下平台经济的新动向

此前，新华社曾报道，在今年618前夕，为实施更为彻底的“二选一”，有平台打造了“竞争雷达”，对全网近似商品进行全盘“扫描”，覆盖商家数以十万计。期间，至少有数十家知名品牌发表特别声明，表示将退出某新晋电商平台，只在另一电商平台销售商品。与之对应的是，知名电器品牌格兰仕数次发声谴责“二选一”行为，并表示，因遭遇搜索屏蔽、商品限流等“制裁”，企业于某电商平台的销量趋于停滞，造成重大损失。

其实，“二选一”是商业竞争的最初级手段，本质上是通过逼迫品牌只能选择单一渠道，来影响消费者的择优。此类垄断行为的最终目的，是获得更多利润，这些成本最终由消费者买单。相信随着《意见》的出台与实施，“二选一”这类“一家平台受益、万家企业受损”的垄断与倒退行为，将逐渐退出历史舞台。

网络出行将加快行业标准体系建设

电子商务之外，网约车也是最令大众瞩目的平台经济之一。近些年，以网络出行为代表的共享经济呈现野蛮式增长，行业也是问题重重。较为突出的无外乎作为一种新兴产业，行业并没有形成与之体量对等的行业标准体系。《指导意见》要求加快完善新业态标准体系。对部分缺乏标准的新业态，要及时制定出台相关产品和服务标准，为新产品新服务进入市场提供保障。对一些发展相对成熟的新业态，要鼓励龙头企业和行业协会主动制定企业标准，参与制定行业标准，提升产品质量和服务水平。

其实，在共享经济逐渐从“风口”跌落的近两年，各种“大战”下存活下来的共享出行企业，已然开始将发展的眼光关注到行业标准体系的建设之上。

由哈啰出行承担了其中部分核心内容的起草和编制工作的共享电动助力车系列团体标准，已在有关部门支持下有条不紊推进中。哈啰出行愿意并已经开始将自己过去3年中在共享出行领域积累的经验分享给整个行业。而另一广泛受欢迎但更具争议性的网络顺风车行业更是极力在推进行业标准建设。日前，“顺风车行业标准课题研究集思会”的首期议题讨论告一段落，参与首期集思会的网友就超过400万人次，其中超过30万人参与投票，这些意见无疑将为正在讨论研究的顺风车行业标准提供更为广泛的民声样本。

总的来看，《指导意见》既考虑平台经济的特点和发展需要，也考虑到了参与者利益，未来具体要看这些意见是否能够落实到具体文件和日常监督、管理工作中，进而促进我国平台经济发展再上新台阶。

大众净水观念从“饮水”转向“用水”

中怡康的数据显示，在2018年各家电市场呈现下行趋势的背景下，净水设备却保持着14%的增长，预计2019年中国净水器的市场容量或将超过2亿台，市场总额超过2000亿元。

千亿元级的市场规模，国内的净水器市场显然比人们想象中要大得多，是互联网时代大众消费升级的直接表现，也是人们净水观念从单纯的饮水向更为综合全面的用水的转变。

近日，2019净水行业新技术新趋势论坛吸引了众多来自净水领域专家、学者、意见领袖齐聚一堂，共同探讨中国净水器行业的消费发展趋势。与会专家认为，伴随着消费升级和健康饮水观念的普及，净水器已

经逐渐成为家居市场的标配，而且消费者已不再满足于单一的基本净化功能，除了健康饮水还要安全用水，能够根据不同使用场景提供一站式净水解决方案。

与此同时，安吉尔正式推出了全球首款厨房全能净水器，这是一款专门针对厨房场景设计的全能净水器，可以解决传统厨房用水淘米、洗菜、洗碗、洗水果、煲汤等只能用“非净水”的痛点，从饮水到用水这种“全能净化”的特性，也让安吉尔厨房全能净水器创造了中国净水器行业的一个全新品类，带领国内市场进入全能净水新时代。

中怡康市场研究公司总经理左延鹤表示，中国净水器市场正在进入

好的保障。

在新的消费需求以及理念的带领下，国内的净水器厂商也率先进行了创新升级。安吉尔集团总裁孔德华表示，当下净水器已逐步转向为家居建材的必需品，多元化、精细化、自主化成为了市场新的需求点，安吉尔厨房全能净水器的发布，正是安吉尔品牌向精细化、个性化、场景化方向延伸的体现。

当下，经济高速发展已然带动了人们生活水平的提高，水质安全已成为大众普遍关注的焦点，这也催生国民对于净水设备的关注度和使用率不断上涨，而这对于能深谙消费者心理的净水器企业而言是一个不小的商机。

(杨娜)