

3C 周刊

从天翼展看中国电信 5G 布局

繁荣 5G 生态 降低手机门槛

9月19日,由中国电信携手高通公司举办的第十一届天翼智能生态博览会,一连三天在广州正式开幕。本届大会以“hello 5G, 赋能未来”为主题,重点聚焦5G、物联网、智慧家庭、DICT、云和大数据以及互联网金融等诸多领域,集中展示了中国电信近几年在5G、大数据、人工智能等方面的最新成果。更重要的是,电信高层在会上透露了政府宣布发放5G商用牌照后,中国电信5G发展的新思路,以及在5G产业链生态上的新布局。

■新快报记者 郑志辉



■VCG/图

坚定 5G 独立组网

在此次天翼展上,中国电信再次明确 SA(独立组网)的 5G 网络建设方向,并与行业上下游合作伙伴达成 4000 万部终端的采购。中国电信董事长柯瑞文表示,GSMA(全球移动通信系统协会)正式宣布,中国电信牵头全球 5G 产业,共同制定《5G SA 部署指南》,在此过程中,中国电信坚持 5G SA 方向。

在 5G 手机通信性能评测中,中国电信认为目前 5G 手机的现网下行最大速率均超过 1Gbps,最大上行速率超 120Mbps,满足 5G 商用需求;现网(NSA)时延最小值低于 10ms,相对 4G 有显著优化;运行稳定性基本达到商用水平,相对同期 4G 手机水准存在较大优化提升空间;续航水平满足用户一天的基本使用需求,整体上与 4G 手机续航水平尚有一定差距。

目前,中国电信已经建成 SA 为主、SA/NSA 混合组网的跨省跨区域规模试验网,在北京、上海、深圳

等 17 个城市开展 5G 创新示范点。

在谈到 5G 网络建设时,柯瑞文指出,5G 的本质是开放的,共建共享也是 5G 时代的必然要求。日前,中国电信也正式与中国联通携手共建 5G 网络,特别是在 5G 接入网、传输网共建共享方面达成一致意见。展望未来,柯瑞文表示要推进 5G 生态构建,与客户一起探索,与产业一起创新。

全力推动 5G 手机普及

在最新的市场经营策略上,中国电信市场部副总经理陆良军近日表示,将与重点厂商合作,2020 年上半年上市 2000 元以内的 5G 手机。

中国电信预计,2020 年中将迎来 5G 手机规模换机潮,5G 手机价格将迅速下降;2020 年上半年 5G 手机将普及至 3000 元以下价位段,2020 年底可覆盖 2000 元以内价位段。5G 手机价格会更便宜,更多的用户将买得起、用得起。陆良军称,2020

年中国 5G 手机将达到 1.7 亿部,中国电信将占 6000 万部。

陆良军透露,中国电信坚持“三不原则”,老用户不换卡不换号不登记,换 5G 终端即可使用 5G 网络。同时,在 5G 网络覆盖地区持续开展 5G 体验活动,10 月底前,5G 终端用户可持续领取 100GB/月的流量。此外,友好用户可提前体验 VR、云游戏等 5G 特色应用。

对此,中国电信还推出了专项政策。用户可使用套餐合约、以旧换新、橙分期信用购机。年底前,中国电信将精准锁定千万级换机用户,电信线上、实体和直销渠道加载。同时,中国电信还将扩大橙分期覆盖,开放门店,新业态合作门店优先加载。

对于 5G 创新终端,中国电信聚焦重点 5G 业务,联合厂商打造 VR、AR、云游戏、云电脑等创新终端产品。联合行业 TOP 终端和内容厂商,打造创新终端+业务+内容用户体验。这一市场规模将在 2020 年达到千万级。

相关链接

天翼博览会:5G 智能展现科技与艺术融合之美

新快报讯 2019 年广州“天翼智能生态博览会”如期举行,展馆内有一座“VR 时空电梯”前大排长龙,队伍甚至排到了展区外,不少观众一走出“电梯”就直呼“太刺激了”;而旁边的“VR 藏画空间”前更是人头攒动,参观者络绎不绝,戴上 VR 眼镜后,一秒置身梵高的《星月夜》、莫奈的《睡莲》中,成为“画中人”……

这两个热门项目都位于展馆 A 区的百视通展台内,围绕此次“Hello 5G 赋能未来”展览主题,百视通携手 SMG 旗下幻维数码带来了当下最新锐的互动展示和交互技术,囊括了虚拟现实 VR、AR、AI 等技术,结合实景造像、多媒体互动装置等综合手段,将科技与艺术完美结合,带给体验者耳目一新的创想和前所未有的感观体验。此次以广州天翼展为契机,百视通与中国电信强强合作,表明 SMG 愿意将旗下优势资源进行整合,对外开放,从而连接更多行业合作伙伴。(郑志辉)

程序员的审美?

AI 预测的时尚趋势,正在决定你下一季衣橱

新快报讯 记者郑志辉报道 不要再嘲笑程序员们万年如一的格子衬衫审美了,因为他们正在越来越多地参与并决定了你下一季穿什么。

近日,天猫联手太平鸟、三枪、YIRANTIAN、SHUSHU/TONG 等中国品牌相继登上纽约、米兰等世界顶级时装周,品牌们亮相 T 台的多款糖果色西装、夸张荷叶边上衣、满印打底 T 恤引发时尚圈疯狂打 call,而这些走秀款的设计元素均来自天猫 AI 算法对 2020 年春夏流行趋势的提前预测。

“天猫已经建立起一整套流行趋势的预测模型,通过 AI 算法预测未来半年的走红设计,帮助品牌把生产研发的周期整整提前 6 个月。”天猫趋势算法工程师天术表示。

据了解,早在 200 年前,在被誉为世

界时尚之都的法国巴黎就诞生了时尚趋势预测这门生意,二战结束后,专业的预测机构更是遍地开花,影响力越来越大,时装的趋势预测、生产、流行链条也被中国品牌所效仿,并变得全球化了。

而如今,天猫通过对 AI 的深度培训,让趋势预测的流程进一步缩短,品牌提前半年就能按照这一套方法论进行生产和研发,整个创意周期,在以往需要一整年。

将趋势点变为未来明星爆款,幕后推手是天猫趋势预测中心。在这支神秘团队里,AI 训练师们负责每天收集海量的时尚趋势点,像老师给学生划重点那样,教育 AI 自主学习,趋势点们被吃透后,AI 就能反复地通过来自社交媒体、电商平台的消费数据去校验这些趋势点的热度,从而达到预测趋势的效果。

“AI 的认知一开始犹如一名直男,随着训练的深入,它会渐渐变得时尚,甚至成为未来时尚领域的预言家。”天猫趋势中心 AI 训练师亦表示。“当然,在培训的过程中,必然渗入一些主观的判断,培训师和算法工程师的判断决定着 AI 的成长性和对趋势预言的准确性。”

除了预测流行外,天猫趋势预测中心还深入到对品牌供应链的打通上,以求孵化明星单品,推动品牌供应链的快速反应。今年,天猫携手九大中国品牌登上了纽约、巴黎、米兰等三大世界顶级时装周,这些走秀的款式中就大量应用了趋势中心对于未来半年趋势的预测。而品牌们的生产、响应也十分迅速,从趋势词到秀场款,整个流程不到三个月。

AI 算法是如何预测流行趋势的?



▶ 算法工程师每天喂给 AI 海量图片、资讯,教它认识阔腿裤、荷叶边



▶ 培训师反复给 AI 对话, AI 的审美判断力逐渐从直男晋级为时尚达人



▶ AI 预测出未来 3-6 个月的时尚风向,并归结为趋势点



▶ 天猫趋势预测中心将这些趋势点开放给品牌



▶ 品牌开发符合流行趋势的商品,整个过程比传统的预测法加速了一倍