

促进科技创新 是互联网巨头应尽的责任

互联网累积的数据和算法,除了流量变现,还有另一种打开方式,即促进科技创新,人们期待巨头们不仅能在商业模式上进行创新,更能承担起推进科技创新的责任。

步入互联网下半场,中国互联网企业在算法能力、软件能力上要始终保持持续投入和不断迭代,守住自己的优势,抓住核心命脉的主动权,才能在不断创新中突破能力的边界。

■新快报记者 陈学东

在斯皮尔伯格的电影《头号玩家》里,描述了2045年的科幻世界,人类借助AR与VR技术,可以在现实与虚拟中自由穿梭,彼时生活中机器人已是常态。

电影呈现的“元宇宙”,正成为当下互联网科技巨头探索的新方向。事实上,电影中无人机送餐的场景,在2020年的中国实现了。大数据结合超脑系统创新,美团在本地生活搭建“无人技术”,正是极具代表性的实践之一。

两个月前,美团将“零售+科技”调整为新的战略方向,在“百年之大变局”的互联网下半场,似乎在向华为看齐,找到新的生态。而阿里、腾讯、唯品会、京东等巨头也在不同领域进行着各种创新与尝试。

如同《人民日报》评论所讲:互联网累积的数据和算法,除了流量变现,还有另一种打开方式,即促进科技创新,人们期待巨头们不仅能在商业模式上进行创新,更能承担起推进科技创新的责任。

在PC互联网时代,中国互联网创新几乎都在向“硅谷”看齐。而在移动互联网时代,中国互联网巨头走出了一条独特的道路,在众多消费领域开辟了全球领先的应用场景。

近年来,全球人工智能产业化发展迅速,人工智能底层核心掌握在自己手中,某种程度上决定着中国科技竞争力的“天花板”。在中国科学技术发展战略研究院研究员李修全看来,智能化正在为中国新旧动能转换和国民经济高质量发展提供有力支撑。

去年以来的疫情防控工作中,人们也亲眼目睹了技术对保障社会稳定的重要性,人工智能、大数据对疫情监管研判、智能诊断、药物开发等方面发挥了非常重要的作用,也正在改变我们的产业模式和经济业态。

百度也自主研发了百度昆仑人工智能芯片、百度鸿鹄人工智能芯片,在全国10多个地区拥有数据中心;百度Apollo发布“ACE交通引擎”,是国内外第一个

车路行融合的全栈式智能交通解决方案。

在“百年未有之大变局”的背景下,在“碳中和”已经成为全世界的共识的大背景下,中国互联网巨头“碳中和”的推广与落实正在稳步推进。今年1月,腾讯宣布启动碳中和规划,积极响应国家碳中和目标,成为国内首批启动碳中和规划的互联网企业之一。4月底,阿里巴巴发布了2021减碳账单报告,6月,百度发布“碳中和全景图”,要全面构建2030年碳中和目标的科学实现路径。

BAT作为互联网头部平台企业,一方面主动承担起了节能减排的社会责任;另一方面,作为高科技企业,有足够的科技手段实现减排。可以为实现“碳中和”提供强劲的助力。

步入互联网下半场,中国互联网企业在算法能力、软件能力上要始终保持持续投入和不断迭代,守住自己的优势,抓住核心命脉的主动权,才能在不断创新中突破能力的边界。

新电商持续助力农产品上行主流化发展 “品牌化+平台化”成乡村振兴新动能

新快报讯 记者郑志辉报道 在青藏高原腹地创业,年销藜麦超千万元的青年商家,今年在新电商平台又打磨推出一款潜力爆品杂粮青稞;在四川大凉山年销盐源苹果1500万斤的拼多多店铺,今年加入了新电商苹果产业带双11狂欢;电视剧《山海情》的原型、闽宁镇上的留守妇女组建了一个电商扶贫车间,通过平台把闽宁凉皮、蘑菇等产品销往全宁夏……2021年,一批新农人、新业态、新模式,继续涌现在我国农村电商领域,推动农产品上行主流化发展。

根据瞭望智库近日发布的一份《2021农村电商发展趋势报告》(下称“报告”),在坚持扩大内需、提振消费的新发展格局下,我国的农村电商迎来了重大历史机遇。以拼多多为代表的新电商平台,近年来持续深耕农村市场,推动农产品上行主流化发展,并在生产端“最初一公里”给偏远地区带去新思路、新逻辑,助力重塑农产品价值供应链。

与此同时,在乡村振兴背景下,2021年以来,农产品线上“品牌化+平台化”方向趋势发展明显,农业科技、人工智能等正在持续推进农村电商的数字化发展。

“新电商”为乡村振兴带来新思路、新逻辑

在农村电商发展初始阶段,以阿里、京东为代表的传统电商平台,主要依靠工业品下乡助力乡村发展。

而以拼多多为代表的新电商,则通过变革农产品供应链、推动农产品上行的方式,为乡村振兴找到了破解困局的密码。

自2020年以来,拼多多在“三区三州”发起消费扶贫活动,有效打通贫困地区农产品上行通道,并以多多课堂为工具,扶贫先扶智,培训出一批电商思维的新农人,助力偏远地区持续发展完善特色产业,帮助农民培育更多富农果、惠农果。

在新疆阿拉尔市,海外硕士毕业的新疆姑娘赵闫,放弃澳大利亚“绿卡”回到家乡从事新疆红枣的种植、加工和销售,迅速成长为平台头部商家,年销红枣3000万元,并带领当地合作社村民一起致富。在青海省海西蒙古族藏族自治州,青年创业者冯常俊创造了一个边远地区农产品电商的神话:在当地一间民房,冯常俊每天向全国各地发出2000个藜麦包裹,全年累计销售藜麦超过千万元。

《报告》称,拼多多基于开拓性的分布式人工智能“农地云拼”体系带动农产品大规模上行,让偏远地区的农产品突破传统流通模式的限制,直连全国大市场,盐源苹果、丹东草莓、永定蜜柚、广西芒果、赣南脐橙、度尾文旦柚等农产品一跃成为消费者口中的“爆品”。

《报告》还称,随着数字化赋能农业农村,数字科技农业也正引领农村电商发展的新趋势。

作为国内最大的农产品上行平台,拼多多在2021年宣布设立“百亿农研”专项,旨在面向农业及乡村的重大需求,不以商业价值和营利为目的,致力于推动农业科技进步,科技普惠。

近期,拼多多宣布一项“农产品种植方法、装置、系统、设备及存储介质”专利,这一发明可实现温室种植的各类设备的自动控制,从而促进和提高作物



■2021年,文旦柚等地理标志农产品在拼多多“触网”,通过产地直发销往全国。

的种植成果和种植效率。

农产品“品牌化+平台化”趋势发展明显

今年以来,中央一号文件多次提及“培育国产优质品牌”“推进区域农产品公用品牌建设”“支持地方以优势企业和行业协会为依托打造区域特色品牌”“引入现代要素改造提升传统名优品牌”“强化品牌保护”等。

今年以来,拼多多在以“拼购+产地直发”模式加速推动“真香”农货上行的过程中,扶持重点逐渐转向了优质农货,包括地理标志农产品、品牌农产品、精深加工农产品等,成效斐然,枸杞原浆、黑芝麻丸、山药饼干等农货“新赛道”大受年轻人欢迎,拼多多8.6亿消费者的新消费趋势成为了农副产品新的增长点。

在四川大凉山深处,“离太阳最近,离城市最远”的国家地理标志产品盐源苹果,从养在大山的“丑苹果”,逐渐成为全国消费者熟知的“网红苹果”。2020年,盐源苹果在拼多多“苹果畅销榜”排名第一,打败了其他产区的苹果。

一批如盐源苹果、宁夏枸杞、寿光蔬菜等特色农产品区域公用品牌,正在以品牌化引领整片农产区规模化生产、标准化管理和产业化经营,从而进一步推动农产品赛道质量效益和市场竞争力的全面提升。

《报告》总结认为,在乡村振兴背景下,农产品线上“品牌化+平台化”方向趋势发展明显,农业科技、人工智能等正在持续推进农村的数字化发展,农村电商发展趋势向好,是数字经济的重要组成部分,为乡村振兴提供了新动能、新载体。