

“雪龙2”号今出发 将开始“双龙探极”

开启中国极地考察新格局

文/羊城晚报记者 赵燕华 李天军 鄢敏 图/羊城晚报记者 李天军

赴深圳亮相2019中国海洋经济博览会的“雪龙2”号破冰船14日向观众开放,开展系列科普活动。当天上午,中国第36次南极考察新闻通气会在“雪龙2”号上举行。会上透露,作为我国首艘自主建造的极地科学考察破冰船,“雪龙2”号15日于深圳首航出征南极,并与“雪龙”号一起“双龙探极”,开启中国极地考察新的格局。



“雪龙2”号将出征南极

不惧海风水流 作业时船体“稳如泰山”

14日是“雪龙2”号观众开放日。记者探秘发现,“雪龙2”号亮点多多。

“雪龙2”号是全球第一艘采用船艏、船艉双向破冰技术的极地科考破冰船。“它跟‘雪龙’号最大的区别就是,科考和破冰能力更强。”“雪龙2”号船长赵炎平指出,“雪龙2”号采用两台7.5MW破冰型吊舱推进器,双向破冰均具有以2节~3节船速连续破冰1.5米冰+0.2米积雪的能力,可实现极区原地360°自由转动。同时,“雪龙2”号对海底地形地貌的探测范围、精度都比“雪龙”号要高。

据中国第36次极地考察队临时党委书记兼领队夏立民介绍,在设计上,“雪龙2”号也为科考人员开展研究创造了

更多便利。以往极地科考中,科考队员进行取样调查和布放海水探测器时都需站在船边,安全隐患很大,如果海浮冰太多,取样器甚至到不了水下。为了解决这一问题,在“雪龙2”号的船艏中部,建有一个边长3.2米、深达底甲板板的“井口”,被称为“月池”。科考仪器设备可以从这里直接入水,即便是100%海冰覆盖的海区也能进行采样作业,极大提升了在极地冰区的作业能力。

此外,对于极地科考船来说,如果能长时间将船体位置固定于海面,将会大大有助于考察。为此,“雪龙2”号配备了两套动力定位系统。定位时,通过船上的电力推进器、舵、艏侧推协调配合,船艏根据

海上风向和海水流向选择合适角度,使船体“稳如泰山”。此外,“雪龙2”号在4级海况下可满足大型科考设备的定位收放要求,在6级风、1.5节流速时满足漂泊调查作业要求。

“雪龙2”号还拥有一套集智能航行、智能能效、智能机舱、智能船体的综合平台,控制着整个船体系统。在船上,共安装了7000多个智能感应“神经系统”。它可以对内、对外收集信息,优化船体功能,也可以使其在复杂的环境中实现自动驾驶。而机舱智能化集成平台,则可以对主柴油机、发电机等设备进行实时监控和分析评估,为船舶操作提供决策建议,提前发现船体安全隐患等,及时预警。

船上生活精彩 餐厅菜式一月不重样

除了科考能力突出,“雪龙2”号的生活配置可谓“麻雀虽小,五脏俱全”。船上生活精彩,有健身房、图书室、小型影院(报告厅)等。

中国第36次南极考察队领队徐世杰告诉记者,船上除了会议室、图书室,还有娱乐休闲场所。“4层有餐厅、6层有健身房”,餐厅菜式一个月不重样。船上还配备了一名船医。船员的住处也是“高标准”的“海景宿

舍”,两人间,有床、书桌、衣柜,还有独立卫生间。此外,“长期在海上生活,心情都需要调节”,徐世杰表示,科考期间也会在业余时间组织活动。

在船舱设计上,科考队员不需要房门钥匙,一款腕带式装置就是门卡,并可以记录队员身体状况等相关信息。除此之外,这款装置自带定位系统,可随时明确队员位置。



“雪龙2”号上的科考潜水艇

“雪龙2”号配备了“雪鹰301”直升机

配备直升机 协助野外考察等任务

“雪龙2”号与“雪龙”号首次配合执行“双龙探极”任务,是本次考察的一大亮点。

徐世杰说,“雪龙2”号将于15日从深圳起航,“雪龙”号将于22日从上海出发。两船预计11月25日左右抵达中山站。“雪龙2”号将实施破冰作业,“雪龙”号向中山站运输货物和人员开辟海冰通道。此外,两船将在南站的普里兹湾展开协作,回收和布设海基浮标。

国家海洋局极地考察办公室主任秦为霖表示,在结束中山站第一阶段任务后,“雪龙”号将按顺时针方向

前往阿蒙森海作业,“雪龙2”号则按逆时针方向航行,向宇航员海进发。

第36次南极考察队首席科学家潘建明说,与以往相比,“雪龙2”号此次大洋考察将使我国在东南极海域的调查首次向西拓展至宇航员海。进行“双龙探极”,分别对宇航员海和阿蒙森海进行同步调查。

同时,利用“雪龙2”号月池系统,有效克服冰密集度难以进行科考作业的困难,开展冰区站位的调查作业,获取水文、化学、生态等资料。此外,在南极地区,将利用22米柱状沉积物采样器尝试柱状沉积物采样,以及更为系统地开展全程环境参数走航自动采集。

旅行也要点外卖

多家外卖平台数据显示,假期外卖订单量一路飙升。美团全国外卖订单同比增长43%;京东到家数据显示,节日期间外卖生鲜销量同比增长三成。外卖市场三大特点值得关注。

特点一,旅行也要点外卖。美团数据显示,今年国庆假期,旅行外卖订单同比增长47%,点外卖出旅行“打卡”新方式。有网友调侃“旅行不过就是换个地方继续点外卖而已”。肠粉、麻辣炒手、生煎、热干面、鸭血粉丝汤等代表地方特色的小吃,则是用户在旅游景点下单最多的菜品。

特点二,外卖品类多元化。从矿泉水、啤酒到感冒灵、水果、充电宝,用户通过外卖“买一切”。假期期间,美团闪购订单同比增长了60%。增幅最快的品类是药品,同比增长达到249%。此外生鲜品类也有大幅增长,同比涨幅为135%。农夫山泉饮用水、百威啤酒、999感冒灵、可口可乐位居销量排名前列。

特点三,外卖高价订单频出。京东数据显示,今年国庆期间售价不菲的大闸蟹销量一路飙升,国庆假期1日至4日平台销

量为去年同期的两倍,环比更是增长4.5倍。美团数据显示,深圳一个用户购买了粤菜以及小龙虾,总金额高达17309元。

链接服务业与零售业

在业内,外卖服务属于生活到家服务的中流砥柱,也被简称为“到家服务”。这一市场火爆的背后,是零售业与服务业进一步打通的新趋势。

美团点评高级副总裁王莆中表示,外卖是服务业和零售业的交叉点。餐饮和零售的共同点,都是要交付服务,且都能通过快递员来实现,因此两者有很强的共性。

易观国际发布的《2018中国本地生活服务市场年度盘点》显示,数字化已经成为到家服务平台竞争的重点。

中国社科院财经战略研究院互联网经济研究室主任李勇坚表示,虽然很多人认为外卖行业是拼小体力的“劳动密集型”产业,但实际上,科技才是外卖行业的内核。

智能调度系统是外卖产业的关键技术,这套系统可以极短时间内将大量涌新的订单和周围的骑手进行实时匹配,同时兼顾用户体验、商家体验和骑手体验,追求体验、效率和成本的最佳平衡,这意味着这套系统需要具备庞大的计算量、极高的运算速度和复杂的算法模型。

消费者的需求也在不断推动服务业与零售业的融合。从消费者的需求角度看,二者融合将带来更大便利。比如,外卖送药模式的出现,解决了夜间用药的刚需。叮当药房高级副总裁王广磊告诉记者,夜间10点到次日早上6点的下单量占公司平台全天下单量的35%以上。

用户数据为市场指路

除了送餐、送药、送生鲜商品等普通到家服务,上门洗衣、服装租用等其他品类的到家服务

也发展迅速,成为新亮点。

如上门洗衣的“e袋洗”APP,用户在下单后,有专人到家取衣,洗好后再由专人送到家里。这背后是高效的数字系统作为支撑。e袋洗和百度AI部门合作重塑升级智能洗护供应链体系,通过采用图像视觉识别技术实现洗护工厂的智能分拣,实现衣物品牌、型号等信息的快速识别。通过一系列智能化改善,实现了洗护成本较传统洗衣行业下降。

再如在线租衣APP“衣二三”,用户缴纳一定的月费之后,可以无限次租用衣服,商家负责衣物洗护与送达,这背后也是庞大的外卖系统作为支撑。

值得一提的是,到家服务作为供应链的末端,能够有效影响产业的前端,最大限度地降低库存,起到“逆向调节”的作用。

创立“e袋洗”APP的张荣耀告诉记者,通过对用户数据、订单数据、衣物数据等多维度大数据的挖掘分析,精准营销、个性化推荐等数据服务得以实现,即所谓“千人千面”。

变化已经在发生,目前,直播行业的发展,已经带动部分服装企业从“生产之后给消费者挑选”过渡为“粉丝订货后厂家再生产”,实现了供应链的变革。未来,生活到家服务也将发生类似的变化,在一定程度上引起零售业乃至制造业的变革。(新华社)



“万物皆可外卖”

送餐送药、上门洗衣…… 外卖市场显现新动向

故事

广东有几十万骑手,他们努力打拼

送外卖也能赚第一桶金

羊城晚报记者 吕楠芳

近年来,中国的外卖市场增长迅速,外卖小哥的群体也日益庞大,仅服务于美团外卖的骑手就达到270多万人,其中广东是骑手大省,超过30万人。他们不仅送餐、送饮料,鲜花绿植、生鲜果蔬等都一网打尽。他们的工作看似简单,却支撑着中国高达4700亿元的外卖市场。

“不愁没钱赚”

一年多前,曾智威从湖南邵东县火坪镇的一个村庄来广州送外卖。“那是我第一次来广州,我们站点负责天河商圈到珠江新城这一片的外卖配送,‘师傅’告诉我这边的订单多得不行,不愁没钱赚。”21岁的曾智威很坦率地说,一开始吸引他入行的,就是高薪诱惑。

曾智威的“师傅”叫宁定坤,是他的湖南老乡。宁定坤花两天时间教曾智威使用骑手软件、手机导航,然后就放他“单飞”了。“前面几个月不熟悉,每天只能送20来单,现在平均至少可以送30单了,每月收入七八千。”随着工作越来越得心应手,曾智威也越来越喜欢骑手这个职业。“我很喜欢骑着车在广州四处兜风的感觉,尤其是在天气好的时候,都不觉得自己在上班。”

宁定坤做骑手的时间稍久一点。之前,他在一家快递公司上班,每月收入五六千元。跳槽送外卖

“压力挺大的”

天河商圈是广州最繁华地段之一,外卖订单量最高峰时一天达3200多单,全靠104名骑手“陀螺”般地来回运送。他们的站长张顺圳是整个骑士站最老的员工,今年27岁。他以前有很多“光辉事迹”:

“最多的一天跑了76单,至今还没人破这个纪录。”
“你是没见过他送奶茶的壮观场面,两条胳膊上都挂满奶茶,一次可以送60多杯!”

面对同事的打趣,张顺圳只是羞涩地笑笑。“这几年明显感觉外卖行业越来越规范了,加上公司管理要求特别严,骑手其实压力挺大的。”张顺圳说,面向骑手的招聘并没有设太高的门槛,但很多人干不了几天就离职了。

为了稳定骑手队伍,提高团队的专业素质,外卖平台做了很多工作,例如把每年的7月17日打造成骑手专属节日——717骑士节,增强骑手们的职业认同感,也引发了社会对这一群体的关注。还有一些外卖平台设立专门的骑手驿站,夏天提供清凉饮料,冬天提供御寒衣物,让他们在户外劳动中也能感受到家的温暖。

在张顺圳看来,现在的90后不像他们的父辈,在工厂、工地赚钱。他们更希望有一份体面而稳定的工作,有五险一金,有企业关怀,有“钱途”更有前途。