



无人配送外卖、快递领域“大展拳脚”时刻渐近

□信息时报记者 卢云龙

无人配送技术在外卖、快递等领域“大展拳脚”的时刻越来越近了。上周三,美团举行无人配送开放平台发布会,多款无人配送车集体亮相,并透露计划于2019年实现外卖无人配送片区化运营;同一天,京东智能配送机器人在郑州轻工业学院送出河南首单包裹,而类似的画面预计9月就会出现在位于广州的广东省某高校内。

有专家认为,物流智能化是大趋势,无人配送将在未来一两年内迎来爆发。而就记者采访了解来看,虽然相关平台正在不断扩展无人配送的商用范围,但受制于成本等因素,配送员的“饭碗”暂时并不会受到影响。用户方面则比较期待无人配送设备未来在恶劣气候条件下的表现。

无人配送 商用领域不断扩展

在此次美团无人配送开放平台发布会上,美团联合创始人、高级副总裁王慧文演示了无人配送车的“日常工作”:用户下单,大约十几分钟后无人配送车就能根据下单定位将商品送到用户手中。据记者现场了解,这次亮相的美团无人配送新款概念车采用L4级别(无人化程度高)自动驾驶技术,使用激光雷达、超声波、摄像头等多传感器融合方案,具有城市道路低速自动驾驶的通行能力。此外,开放平台合作伙伴的无人车当天也集体在现场亮相,包括优地、Segway 配送机器人、智行者-蜗Ω等。王慧文介绍,这些无人车的服务范围覆盖了酒店、餐馆、医院等众多日常生活服务场景。

美团方面表示,此次开放的无人配送平台仍处于实验室试运营阶段,有商家端尝试用户自家配餐,到2019年可以在指定片区内看到使用。

相对于无人配送领域的“新丁”美团来说,电商巨头京东一直在持续推进“无人送货”战略。去年“618”电商年中大促期间,京东推出了无人车、无人机等“黑科技”应用,用于现实配送场景。而在今年7月25日,京东物流自主研发的第52号智能配送机器人,在郑州轻工业学院完成了其在河南省首单派送任务。记者从京东华南区负责人处获悉,目前京东已经在多个大学场景下试运营无人车配送,预计在今年9月也将开进广东某大学试点,今年“双11”广东用户或能看到其正式投入使用。



新款无人配送概念车。



腾讯觅影 助力医疗创新

信息时报记者(记者 卢云龙)2018“互联网+”数字经济中国行·广东峰会上周在广州举办。在医学人工智能论坛上,腾讯旗下AI医学解决方案“腾讯觅影”正式发布乳腺肿瘤筛查AI系统,首次在国内利用人工智能实现对乳腺肿瘤良恶性判别,并自动生成乳腺影像报告和数据分析系统(bi-rads)分级报告。

据腾讯方面介绍,“腾讯觅影”乳腺肿瘤筛查AI系统检测乳腺钙化和恶性肿块敏感度分别达到了99%和90.2%,对乳腺肿瘤的良恶性判别敏感度和特异度分别为87%和96%。

京东金融承办 大数据分享会

信息时报记者(记者 卢云龙)日前,由ACM数据挖掘中国分会(简称“KDD China”)主办、西南交通大学和京东金融联合承办的2018 KDD Summer School举行。京东金融副总裁郑宇发表了题为“城市计算:用人工智能和大数据打造未来城市”的演讲,展示了京东无人车、无人机、无人超市等人工智能落地应用,还向学生介绍了大数据与人工智能在城市商业和经济、智能交通、城市规划、环境和能源等城市画像的应用。

浙江大学计算机学院副院长教授陈为指出,在大数据时代,可视化可以用于大科学、大安全、大工程、物联网与智慧城市、互联网与社交媒体等重要领域。

抖音月活跃用户 突破5亿

信息时报记者(记者 卢云龙)抖音官方日前首次对外正式公布,抖音全球月活跃用户数超过5亿。抖音方面表示,一年来,抖音国内版的内容已经从最初的运镜、舞蹈为主,变化为政务、美食、人文、亲子等更多元的内容。主力用户群体从早期的18到24岁,上升到了24到30岁,该年龄段用户占比目前已经超过40%。此外,根据第三方市场数据机构App Annie的公开记录,抖音海外版在全球已经覆盖超过150个国家和地区。

配送员“饭碗”短期内无虞

对于无人配送即将实现更多场景内的应用,物流行业资深专家、众诚众享创始人罗辉林早前接受记者采访时表示,智能化是未来物流行业大方向,无论是无人机还是无人车都是向智能化发展的。艾媒咨询集团创始人张毅认为,无人配送将在未来一两年内迎来爆发,“目前越来越多无人驾驶汽车被允许上路测试,无人驾驶的外部工作条件已越来越成熟。”

受这一趋势影响,我们日常所见的配送员是否会丢掉“饭碗”呢?据记者了解,这种情况短期内不会发生,配送员的岗位暂时无虞。

美团相关负责人表示,无人配送车是对骑手的有效补充,它可以持续工作,比如承担更多夜间配送的工作;而骑手更为灵活,可以处理一些较为复杂的场景,骑手与无人配送车可以发挥各自优势,提升效率与优化用户体验。

与此同时,无人配送车的成本投入也是必须考虑的一大因素。记者在美团无人配送开放平台发布会上采访了深圳一无人车硬件生产商,对方称

一台功能完善的无人配送车大约价值数万元(成本);记者早前采访京东了解到,其正在使用的自主研发无人机成本大约在60万元左右。而目前一线外卖小哥和电商快递员的平均收入大约在5000~6000元之间,相比之下,大肆使用无人配送车显然对商家的成本要求更高。

更重要的是,智能应用除了助力无人配送技术发展,也帮助人力资源优化。据达达-京东到家相关负责人介绍,AI深度学习算法、大数据整合处理等技术已在帮骑手们“赚钱”。

在订单智能集单和分发方面,平台通过大数据计算,对收发地接近的订单进行智能集单,将多个订单合并成一单,从而提升配送效率。同时还根据骑手画像、顺路分计算和骑手接单意愿等依据,进行订单推荐和指派,提升派单的精准度。在提升用户体验方面,平台推出了基于人脸识别的骑手身份验证系统,该系统能快速完成审核流程和身份信息的认证,提升了骑手的入驻体验。

用户期待智慧物流未来应用

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,38.7%的受访网民认为智慧物流的发展有利于电商和外卖的销量提升。用户需求更容易推进无人配送的发展,从事产品营销工作的梁女士对此深有体会。她告诉记者,在给客户策划推广案例时,发现用户认可个性化配送。例如无人机担任“信鸽”角色,快递给女朋友情人节/生日礼物,也有企业品牌用无人配送车/机将产品寄送到用户手中,用户会对产品和品牌有深刻的记忆。

此外,也有用户期待无人配送能够改变恶劣天气下人工配送难的问题。广州市民卢先生上周三在某生鲜电商平台购买了一些水果,恰好当天

普降暴雨,配送员迟到两小时才把水果送到卢先生家中,“我并没有投诉这位配送员,这种极端天气我更关心配送人的人身安全,这时候无人配送设备能派上用场就好了。”

卢先生所讲情况目前在部分城市已经成为现实。本月中旬,北京市连降暴雨,京东在北京市应急办的指挥下,利用无人机在密云区和怀柔村的受灾村镇执行了飞行任务。据京东方面介绍,京东一方面发挥了勘测无人机的快速查勘作用,快速掌握当地各村庄的受灾情况和道路桥梁损毁情况并及时进行反馈;另一方面则重点利用Y3货运无人机,协助救援人员完成物资运输工作。