

无人零售热潮涌向何方

□ 俞懋峰 许嘉桐

2017年,多家企业开发的无人便利店相继在北京、上海等地亮相,无人零售大有成为新零售“风口”之势。日本媒体近日报道说,中国零售店迎来无人化大潮。

业内专家认为,作为一种新生事物,无人零售目前还处于起步和探索阶段,我国在实用化方面领先世界,未来无人零售要在全球实现大规模商用仍面临诸多挑战。

欧美日“看上去很美”

无人零售店起源于美国亚马逊公司2016年底推出的名为Amazon Go的实体无人便利店超市,一经推出便广受关注,并引发了2017年无人零售热潮。它采用机器视觉识别、深度学习算法和传感器融合等技术,可自动探测到顾客从货架上拿起商品或把商品放回货架,在顾客带着商品离开商店后,亚马逊从顾客的亚马逊账户里收取货款,并向

顾客发送收据。

业内人士表示,Amazon Go超市提出的解决方案是对消费者购物体验的重塑,颇具颠覆性。尽管前景美好,其商业化进程没有那么快,未来也需要试错的过程。

在美国,无人零售业可以说“一切还只是宣传”。Amazon Go超市因技术问题最终未能如期对公众开放。有专家表示,亚马逊无人零售技术仍有瓶颈,只能在小型超市采用,尚无法应对大型超市的复杂购物环境。

在消费习惯更为传统的德国,人们最钟爱的付款方式依然是现金,因为他们担忧刷卡机技术故障、移动支付无法保护个人信息。考虑到多数德国人对自助结账台、移动支付等新趋势存疑,专家认为,无人零售在德国这样的传统国度推广并不是一件容易和快速的事情。

在日本,无人零售也尚未进入实用阶段。日本法政大学经营学教授李瑞雪认为,在日本推广无人便利店有两个问

题:一是无人便利店缺少日本实体店一直崇尚的周到服务;第二,手机支付手段在日本尚未普及,很多日本人还执着于现金,这是在日本推广无人零售最大的制约。

移动支付普及引领热潮

去年11月,法国大型零售企业欧尚公司宣布,计划在中国开设数百家24小时无人便利店,推广无人零售。欧尚的这一举措正是为了顺应在我国刮起的无人零售热潮。

谈及无人零售为何能在我国率先火起来,海外专家认为,移动支付在中国的快速发展是一个重要原因。

李瑞雪认为,当一个系统非常成熟之后,使用者会产生依赖,从而很难接受一个全新的系统。日本移动支付没有普及正是这个原因,日本使用现金非常方便,ATM机遍布,取现非常方便,民众已经习惯现有支付方式。而在我国还存在很多提取现金不方便的地方,如果有不用现金的一种新型支

付手段,大家接受起来的心理空间就会大一些。

此外,我国无人零售兴起与企业极具创新精神有关。专家认为,支付宝和微信支付在我国很普及,和两家企业勇往直前的创新精神有很大关系。如果没有这两家公司积极采取各种方式进行推广普及,我国现在手机支付普及程度也不会如此之高。

李瑞雪认为,创新就是要突破原来的框框,我国社会对勇于试错的行为相对宽容。

大规模商用仍需时日

业内专家分析,像Amazon Go这样零售新业态的推出不是偶然的,说明其背后的支撑技术已达到实用阶段。

德国趋势研究机构“趋势办公室”创始人彼得·维佩曼认为,无人商店是对现有生活用品超市一种更合理化的补充,提供了额外的服务,可以为消费者节约大量时间成本。

长期研究零售业的文化人类学专家雅尼纳·塞茨认为,无人零售店从本质上说更像是一种小卖铺和自动贩卖机的混合体,它可以提供24小时服务。

不过,上述两位专家均认为,无人零售店的目标群体依然是生活在大城市的年轻人,他们时刻都在使用手机。在农村地区推广还存在困难,那里生活着很多老年人,新技术的使用对他们来说是一个难题。

专家认为,实体店和网购融合这条路应是未来零售业大方向,但无人零售店成为主流零售业态还很困难。李瑞雪认为,人的需求是多样化的,复杂的,不是完全靠技术解决得了的。

“对商业而言,从来就不仅仅是买东西。”李瑞雪说,“商业是一种文化。一个城市的魅力很大程度上取决于商业繁荣,即便不买东西,走在一个非常繁荣的市面上,人会有一种幸福感和一种充实感,这才是商业的一个很大的功能。”

能排队取号点餐。现在,通过相应的小程序,我们已经实现了扫码点餐、扫码结账等。生活中,小程序已经应用在不少场景,方便我们的生活。

腾讯数据显示,微信小程序的日使用用户数已经达到1.7亿个,其中30%的用户在一线城市,31%的用户分布在四线及以下城市。上线的小程序数量已经达到58万个,小程序的企业和个人开发者已超过100万个。

但是张小龙并不希望小程序被“催肥”。“因为我觉得对一些面向未来的基础架构性设施来说,并不是说我们设计好它的功能,用户立马卷入进来就获得成功了。相反,我们需要更长的周期铺垫它,需要它慢慢成长起来。”张小龙说。

张小龙表示,小程序不是专门为某一个领域去准备的,并不是说现在电商是风口就是为电商准备的;微信也不会给小程序做中心化的导流入口,希望小程序是一个基于去中心化而存在的一个更大的平台。

科技炫动校园

近日,河北省阜城县英华小学开展“乐享科技魅力”主题科普课外活动,学生们在老师的带领下体验各类趣味科普展品,学习科学知识,感受科技魅力。图为阜城县英华小学的学生在体验趣味科普展品。

新华社记者 朱旭东 摄



微信的目标是做互联网上最好工具

公众号手机端APP将发布并将进一步探索线下精彩生活

□ 许晟 叶前

腾讯集团高级执行副总裁、人称“微信之父”的张小龙近日在广州的2018微信公开课PRO版上说,微信的目标是做互联网上最好的工具;微信不会去看聊天记录;微信公众号APP将发布,赞赏功能也将恢复;2018年微信将进一步探索线下生活。

不会看用户聊天记录

微信方面表示,从保护用户隐私角度说,系统里面没有用户聊天记录是最安全的,微信不会有侵犯用户隐私行为,包括从来不给用户发骚扰信息等。

“对微信来说,我们遵循尊重用户、尊重个人的理念。”张小龙说,这意味着微信把用户当朋友,意味着必须给用户提

供最好的产品和服务,也意味着不会去看用户的聊天记录等。“从微信第一个版本开始,系统就是这样设计的。”

对于一些人质疑的“微信连

此外,张小龙还表示,微信下一步将探索线下生活。“2018年我们希望能做一些新尝试,探索线下精彩生活是我们想要尝试的一个方向。”他说。

将持续打击外挂

小游戏“跳一跳”近期风靡全国,日活跃用户数量已超过1亿个。在对抗“跳一跳”外挂的道路上,张小龙并不轻松。

张小龙说,如果游戏里有一堆用户通过外挂得了很高的分,对其他一些每天在练习、试图提高自己水平,从而获得高分的人很不公平,外挂行为会破坏整个系统规则,让规则立即失效。

“和外挂的对抗是无止境的。”张小龙说,“跳一跳”目前会判断每个人是不是有练习的成长曲线,如果不符合一般的成长曲线,就会判定用户可能作弊,这也是为什么“最近朋友间异常高分突然少了”的原因。

赞赏功能将回归

“之前只有微信公众平台

建 言

探路共享单车退出机制

□ 欣 欣

1月9日,滴滴出行、小蓝单车以及小蓝单车联合创始人李刚发布公告称,小蓝单车将托管给滴滴出行,未来用户可以通过滴滴出行内的共享单车平台免押金使用小蓝单车。

经过一轮短暂的狂热之后,共享单车问题终于爆发。去年年底,小蓝单车、酷骑单车等共享单车公司相继由于资金链断裂而倒闭,随之而来的“身后事”成为社会担忧的难题。

从上述情况来看,滴滴正式托管小蓝单车是以市场化手段解决平台型共享经济企业倒闭问题的案例,具有十分重要的启示意义,可以为共享单车等类似平台市场化退出探路。

公司诞生、倒闭本是正常的市场现象,甚至是市场出清的必然选择。但共享单车公司往往具有平台经济特点,其倒闭具有较大的负面外溢效应。比如,押金退还问题、城市管理问题等。中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示,到目前为止,共享单车领域的存量押金规模近100亿元。这些问题如果处理不好,将

给消费者造成巨大损失。

从这一点来看,小蓝单车将业务托管给滴滴出行,用户今后可通过滴滴出行APP继续使用小蓝单车,滴滴出行为用户的押金、特权卡和充值余额还须提供备选方案,这对于小蓝单车创业团队和滴滴出行都不失为一种相对靠谱的解决方案。除了能让被废弃的小蓝车重新转动起来,还能为消费者的押金、特权卡、充值余额提供解决方案,在某种程度上是一个各方都可接受的方案。

当然,上述方案不可能取得全部消费者的认同,有部分消费者还是期望拿回全部的押金或充值余额。这一诉求尽管具有合理性,但在大多数托管案例中往往难以实现。而且,平台型的企业倒闭还会牵涉股东利益及责任等问题。

换一个视角看,平台型企业与普通企业有所不同,公共利益最大化、整体消费者利益最大化,才是盘活小蓝单车要坚持的方向,过于追求完美方案,反而会在实际操作中难以落地。所以,对于滴滴托管小蓝单车,有关各方应该多开“绿灯”,给予扶持,创造条件让小蓝车重新站起来,这恐怕是滴滴托管小蓝单车的最大社会价值。

资 讯

西藏电商培训助力女性脱贫

以传授实际操作经验为主,包括品牌营销、自营产品产权保护、资金使用和风险判断

本报讯 参加完巾帼脱贫电商培训班后,30岁的准妈妈索珍想着为山南老家的姐妹们开办一家网店,出售当地特产——羊毛藏装。

“村里的壮劳力都出去打工了,留下的女人没什么收入来源。”近日,西藏自治区妇女联合会主办的第三期巾帼脱贫电商培训班在拉萨结束后,索珍说。她觉得参加完培训班,又向脱贫致富的梦想迈进了一步。

“很多贫困地区女性虽然组建了合作社,但由于地处偏远乡村,产品销路不好,脱贫并不容易。”西藏自治区妇女联合会培训中心副主任陈昌廷说:“我们开办电商培训班,就是希望帮助贫困女性转变观念,脱贫增收。”

培训班承办方西藏动力青年创客学院负责人薛泓说,很多学员培训前就想利用微信和

网站推销身边的土特产或民族手工艺品,但缺乏相关技能。为此,培训以传授实际操作经验为主,包括品牌营销、自营产品产权保护、资金使用和风险判断等。

培训班学员已初步感受到电商红利。西藏妇联精准扶贫巾帼电商平台2017年6月开通,首批入驻的14家企业全部由前两期学员参与经营,截至去年11月底营业额达12万元。2016年来,共有百余名女性接受电商培训,其中大多是来自西藏各地的农牧民群众。陈昌廷介绍,培训成效逐步显现,参加人数越来越多,第三期学员从此前每期20人左右增长为67人。未来培训人数将进一步增加,而且会努力实现培训下乡,“让更多贫困女性拥抱电商带来的新机遇。”

(张 熠 柠索朗德吉)

天津物联网使能平台正式发布

依托联通云平台能力,助力各行业领域转型升级

本报讯 近日,中科院计算所天津分所与天津联通共同举行以“智慧天津、万物互联”为主题的天津物联网使能平台发布会,正式推出立足天津、服务北方的天津物联网使能平台。该平台将依托联通云平台能力,助力各行业领域转型升级,为构建新型智慧城市提供有力保障。

据了解,天津物联网使能平台功能主要包含物联网链接平台、物联网应用平台、物联网市场平台、物联网开放平台。链接平台可以轻松实现物联网终端设备接入和管理;应用平台为开发者提供满足云服务不同层级需求的应用工具;市场平台为企业提供各行业一站式海量应用解决方案;开放平台提供全面、完善的开放学习资源。

天津联通相关负责人介

绍,天津物联网使能平台将在新型智慧城市建设的各领域,为各类客户提供专业、全流程、托管式物联网产品与服务。平台将面向物联网应用开发者提供快速开发、部署及管理应用平台,面向有智能升级需求的企业客户提供一站式物联网解决方案,面向物联网生态合作伙伴提供资源共享和渠道互通平台。

未来,天津物联网使能平台将在智慧民生领域提供智慧环保、智慧消防、智慧社区、智慧停车等解决方案;智慧政务领域提供社会网格化治理、智慧环卫、智慧城管、智慧井盖、智慧街区等解决方案;智慧产业领域提供智慧园区、智慧农业、智慧物流等解决方案;智慧家居领域提供净化云、厨电云、热能云等解决方案。(付光宇)