

产经

新闻

责任编辑：刘静
新闻热线：(010)84151603
E-mail:grbcjxw@sina.com

“互联网+”让餐饮服务越来越智慧

本报记者 徐 潘

一项目针对餐饮行业的“大数据+人工智能”精准推荐解决方案，近日在深圳召开的微信智慧餐饮行业大会上备受关注。

业内人士普遍认为，越来越多的00后、90后，已经成为新的消费主力，他们的消费需求越来越个性化、时效化，并且不仅注重品质，还追求消费过程中的体验性、享受性和时尚性。而通过大数据、人工智能等科技能力助力线下商业，如今已经成为众多餐饮企业发展的新方向，尤其是已经高度融入日常生活的互联网社交平台成为餐饮商户获客的有效渠道。

数据显示，在国内消费者生活节奏和消费节奏加快的同时，愿意花在餐饮上的消费占总比的37%。可见，餐饮仍然是生活消费的主流之一。

与此同时，2017年全国餐厅总量超过600万家，其中超过1/4的餐厅是中小型单店。2018年全国餐饮收入预计将达到4.4万亿元，增速达11.2%，中小型单店市场空间巨大。

在此背景下，餐饮行业已经迎来了多元化的时代，业态层出不穷、快速迭代，餐饮业者只有不断创新才能保持竞争力。

据介绍，在智慧餐饮领域，以微信支付为例，正通过AI、大数据、人脸识别、无感支付四大核心技术的应用和创新，帮助传统餐饮完成线下场景数字化升级。

一直以来，漫长的排队、等待餐位都是餐饮业盈利的“痛点”。在用餐高峰期，收银员、厨师、服务员都在紧张地与时间赛跑，希望通过拉升客源的流动率和餐桌的翻台率，提升餐厅营业额。

而机器人、语音识别等AI技术的应用，可通过技术替代人工环节，实现行业自助化服务；人脸识别和无感支付可将用户与微信ID进行绑定，缩短身份识别、支付等流程环节；大数据则通过深度学习能力为企业提供定制化、精细化的运营能力。

不仅如此，网购的快速发展，为不同规模的餐饮机构提供了以流量为主的支持，传统餐饮业的经营从线下到线上已经是不可逆转的大趋势。有效带动餐饮行业整体的增收。2017年，国内外卖客户端市场规模突破了2000亿元。

特别是外卖的顾客不占用餐厅的位置，翻台率趋近于无限大，且不占用餐厅的租金成本，而且流水的瓶颈一下子便被解放了出来，这等同于颠覆了传统餐饮企业的成本结构，改变了盈利模式，形成了新的生态系统。

土豆烧肉、黄焖鸡、炒青菜、青椒炒紫茄……一道道菜品香气诱人，米饭、面条、花卷……各种主食非常丰富。在如今的一些写字楼内，个性化点餐服务，能够使上班一族根据自身情况定制餐饮食品，深受年轻人欢迎。

现在，餐饮已经呈现出智能化发展趋势，从运营、推广到供应链、生产等各个环节，都变得更加科学、更加高效，餐厅采购头一天在手机上预订好需要的食材，第二天配送方就能按时按质送至餐馆；顾客不再担忧排队，使用App即可预约座位，如果遇到拥堵，可以直接通过外卖网站送餐上门；厚重的菜单也一去不复返，点菜、买单，扫一扫就能完成。

在一些味多美门店，AI识别面包将烘焙行业长久以来产品不标准、过度依赖人工结账的问题，通过人工智能的方式解决。味多美电商事业部总经理范志涛表示，味多美智慧门店在试运行期间，顾客自助购物时间缩短50%，门店减少员工预计降低20%。

事实上，这些新技术的运用以及消费群体的需求为行业带来了新的发展机遇。菜品从过去的大而全转向单品爆款、高颜值与营养并重的饮食特征；差异化的服务定位，定制化的需求满足成了越来越多食客的真实需求，尤其是通过手机、微信等扫码点菜后，系统都会记录下消费痕迹，如果顾客第一次点餐时备注了不喜欢的食材时，顾客再次光顾时，系统会自动提醒厨师顾客的喜好。

调查显示，在餐饮消费中，“快+”相结合的休闲简餐、轻食正迅速发展，而年轻人并没有对大品牌有非常明显的偏好，中小餐饮品牌同样对年轻人有很强的吸引力。略显浮夸的色彩搭配、耳目一新的菜品设计，甚至是餐厅的整体装潢设计，这些都可能成为吸引顾客的原因。

业内人士认为，在“互联网+”、大数据、云计算、新零售的时代背景下，一场变革和创新正在兴起，餐饮企业如何在供给侧发力，不断满足广大消费者在“舌尖上”日益增长的美好生活需要，是所有餐饮人面临的新课题。



餐饮博览会上，参展商在为观众介绍可人脸识别结算的智慧餐台。
成加贝 摄/东方IC

本报记者 李刚毅

自2016年7月起国家大力推动特色小镇建设后，各省积极响应，特色小镇不断涌现，呈现出一批产业“特且强”，形态“小而美”，机制“新又活”的小镇，成为经济结构转型的新样本。

一面是火爆的建设场面；另一面有的地方却出现发展乱象……作为新型城镇化的重要抓手，特色小镇该怎么走？走向何处？

记者走进特色小镇建设起步较早的浙江，恰遇到这几天，特色小镇正在进行一年一度的大考。

需要产业定位

自2016年7月起国家推动特色小镇建设以来，我国的不少省份迅速作出反应。浙江、河北、天津等都出台意见，提出到2020年特色小镇固定资产投资完成50亿元。截至2017年底，全国31个省市自治区都提出了特色小镇建设计划，其中20个省份明确了具体建设数量，总量达到1700多个，且均要求在2020年前创建完成。

江苏提出，按照创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，特色小镇创建聚焦高端制造、新一代信息技术、创意创业、健康养老、现代农业等产业；浙江提出以产业为导向，通过特色小镇建设，促进传统产业转型升级。

记者在采访中了解到，浙江拥有深厚的产业基础，形成了众多块状产业、特色产业。据悉，自1997年起，浙江全省88个县市区中有66个形成了块状经济，年产值超过亿元的区块达到306个。例如慈溪小家电、南浔木地板、桐乡蚕丝被、诸暨袜子、上虞伞业、义乌小商品等，这些块状特色产业规模不大，但是市场占有率很大。

曾经依靠粗放方式发展起来的“块状经济”前些年遇到了“瓶颈”：产业低端，如诸暨的袜业，一双袜子利润仅两三毛钱；往深层次追究，缺乏创新、转型升级不到位。

如何解决？2015年，浙江省政府提出，未来3年总计投入5000亿元培育100个左右特色小镇。目前，108家特色小镇都由深厚的产业积淀而成。

不是盲目制造特色

经过这两年的蓬勃发展，许多特色小镇已显现



位于杭州的巧克力小镇 视觉中国 供图

活力，但一些地方的特色小镇显现了建设弊端：概念不清、定位不准、盲目发展、质量不高、同质化严重、特色不鲜明、房企过度参与、变相搞房地产开发等等。

特色产业是特色小镇发展的核心，有专家指出，选择什么样的产业？如何做精做强特色产业？才是保持特色小镇生命力的最关键因素。

记者在走访时发现，浙江特色小镇重在打造适合生长的土壤，为防止特色小镇建设“跑偏”，从顶层设计上就力戒弃房地产开发。2015年4月，浙江省政府就出台了《浙江省人民政府关于加快特色小镇规划建设的指导意见》，对特色小镇的创建程序、政策措施等作出规划，根据《指导意见》，浙江省将三年内培育100个特色小镇。

紧接着出台了《浙江省特色小镇创建导则》。根据《指南》，浙江特色小镇创建规划在遵循“产业‘特且强’，功能‘聚而合’，形态‘小而美’，体制‘新而活’”的原则基础上，分成“以提供技术与金融服务产品为主”、“以提供实物产品为主”和“以提供体验服务产品为主”三大类，作为引导特色小镇“特色化”规划分类的基础。

同时，浙江对特色小镇的形态、功能提出了细致要求。在形态上，原布局在城乡结合部，规划面积控制在3平方公里左右，建设面积控制在1平方公里左右，所有特色小镇建成3A级景区，旅游产业特

色小镇按5A级景区标准建设。

浙江之所以对特色小镇分类别分细化，就是为防止特色小镇建设“跑偏”，从顶层设计上就力戒弃房地产开发，规定：“产业定位须符合信息经济等七大产业以及丝绸等历史经典产业；投入资金须完成固定资产投资50亿元以上（商品住宅项目和商业综合体除外）。”

在这一要求下，浙江的特色小镇形态各异，不拘一格：有的依山，有的傍水，有历史古镇，也有现代产业园；有的改古粮仓，也有厂房规整的新建筑。

如杭州“云栖小镇”，四面环山，一泓碧水从镇中蜿蜒而过，“云生态”是小镇的主导产业。“一出门，随处能碰到同行；一聊天，很快就碰出火花。”IT精英们对这样的高端要素集聚、行业人才遍布小镇赞誉有加。

特色小镇的“溢出效应”

特色小镇创建，有带动有效投资增长、促进城乡一体化、推动改革创新迈向纵深等多项“溢出效应”。

记者走访过浙江的梦想小镇、云栖小镇、青瓷小镇、巧克力小镇等地，发现这些小镇大多建在城郊接合处，不光产业层次高、人才集聚多，而且景色优美、环境宜人，具有产城融合、带动城乡一体的良好基础。

为了建设好特色小镇，政府思路一定要清晰。如浙江各级政府在规划引导、设施配套、公共服务、环

境保护、制度供给上发力，深化“放管服”“最多跑一次”改革，降低行政成本、提高行政效率，营造更加公平开放的市场环境。

由此，一批脱胎于“块状经济”抢占优势产业中的制造业小镇，突破传统建制街镇的行政区划局限，成为新常态下推动产业创新升级和新型城镇化发展的重要抓手。

因为特色小镇，各地的产业由“低小散”升级为“高精尖”。江苏常州的石墨烯小镇、西安世园罗曼小镇、厦门集美汽车小镇、海宁的皮革小镇等，他们都立足于当地的优势产业，在新的平台上引入代表产业高端的研发、设计、时尚等高附加值的产业环节，改变传统工业区“文化沙漠”现象，彰显出独特的人文气质。他们既是产业转型升级的发动机，又是开放共享的孵化器，集聚人才、资本、技术等高端要素，释放“创新”新动能，带动一方产业转型升级。

“小而美”，“颜值高”，避免“百镇一面”

同质化严重，特色不鲜明，是特色小镇建设的大忌。那么，怎么做到避免“百镇一面”？

浙江的经验是，对于特色小镇建设，实施“创建制”，重谋划、轻申报、重实效、轻牌子，上不封顶、下不保底、宽进严定、动态管理，不搞区域平衡、产业平衡。用创建制代替审批制，实施动态调整，彻底改变“争个帽子睡大觉”的旧风气。

为此，浙江省政府明确“宽进严出”的政策，每年考核，只有合格才能享受相应优惠政策。为避免“百镇一面”，同质竞争，浙江省发改委还建立了省级特色小镇统计指标体系和监测制度，采取一季一通报、一季一现场会、一年一考核、不定期约谈等方式，对省级特色小镇创建和培育对象开展统一监测。

浙江省省长袁家军曾表示，浙江特色小镇将一年一大考，健全优胜劣汰机制。今后要把建设实际作为唯一标准，对照要求，该降格的要降格，该警告的要警告，该淘汰的要淘汰。

对于年度考核不达标的特色小镇，实施退出机制。如奉化滨海养生小镇因为考核不达标，从省级特色小镇创建对象被降格为省级特色小镇培育对象。到目前为止，共有9个被警告，6个被降格。

通过3年多的探索建设，浙江特色小镇在管理、考核、评价与规划等方面形成了较为完善与系统的管理体系，走在了全国前列。在住建部公布的两批全国特色小镇名单上，浙江共有23个乡镇榜上有名，数量居全国第一。

网络偶像经济到底能走多远

本报记者 赵 昂

6月23日，网络综艺《创造101》迎来总决赛，通过网友投票点赞，最终点赞数最高的11名女生组成了偶像团体出道，前11名的点赞数总和超过了13亿次。除了这个女子偶像团体选拔综艺节目，男子偶像团体选拔综艺节目《偶像练习生》也受到关注。

这两款选秀类的综艺节目，与过去成功的同类综艺节目最大的不同点，就是它们都是基于网络平台传播的，由网络视频平台主办主播，并通过网络渠道点赞投票。而在过去，同类节目是由电视台制作并播出的，投票渠道从电话、短信到网络不一而足。

就在《创造101》总决赛之前，微博与艾瑞咨询联合发布了《2018中国网红经济发展洞察报告》，报告显示，截至2018年5月，中国网红粉丝总数达5.88亿人，同比增长25%；粉丝中，53.9%的年龄集中在25岁以下。

借助网络平台，通过某个事件或某个行为而走红，已经成为许多新艺人出道和积累人气的重要路径之一。而偶像团体一旦成名，收益也不菲。就在上个月，日本当红女子偶像组合AKB48发行了第52张单曲，首周销量166万张，至此，AKB48唱片总销量超过了5500万张。而这第52张单曲中，也有即将到来的第十次投票选拔的投票券，团体成员的得票数将关乎未来站位，这也促使了粉丝大量购买唱片。

在偶像界，“偶像+粉丝投票”是个经久不衰的推介方式，如果再配上网络平台，爆发力和影响力可想而知。但是，“网络+偶像+粉丝投票”的网络偶像经济模式，究竟能走多远呢？

一组不可回避的数字是，截至6月23日24时，《创造101》累计播放量突破47.3亿，同时，《偶像练习生》的累计播放量也已经超过30亿次。不可否认的是，由网络视频平台自制并推介的综艺节目，为平台本身带来了巨大的流量，以及相应的广告及会员费收入。事实上，这样的模式，与10年前电视台的各类选

秀节目并无本质上的不同，只是平台变了，依然是凭借庞大的收看人群赢得广告，以及衍生付费项目。

也就是说，网络偶像赢利的关键在于平台，而不是偶像团体本身，平台是团队的创造者、策划者，也是收益者。这与AKB48先扎根小剧场，团体本身有了影响力后再上电视截然不同，对于AKB48而言，电视台只是合作方而已，核心竞争力还在于自身。

网络平台推出偶像团体，是为了增加自身流量，最终增加广告、会员费等收益。那么，如果平台想要获得持续性的流量，就势必要不断推新。不管这样的推新，是推出新的偶像，还是在已有的偶像团体里进行新旧人员更替。网络平台如此，电视台亦然。当然，这样的推新，看重“快钱”却忽视偶像团队的长期养成，最终会冲淡受众对原有偶像的关注度。

10多年前那些获得高票的电视台选秀选手，如今有多少还活跃在舞台上？更关键的是，这样的“推新”进行过几次后，受众很容易审美疲劳，这也是当年火爆一时的电视台选秀节目，如今大多销声匿迹的原因之一。

在当下的互联网时代，网络当然可以成为偶像推介的重要渠道，甚至是偶像组合成功绝对不可忽视的渠道。但真正决定偶像组合最终成败的，并非传播渠道，而是相关文化经纪公司从节目创作、节目制作到运营水平等多方面综合实力，并且赋予偶像团队相应文化特色，而非简单模仿国外已有节目和团队，这就需要长期制作和推广。而在这方面，我们一直不敢欧美和日韩同行。这也就是为何选秀节目搞了多少年，高票者也不少，但只见中国粉丝后援会为欧美和日韩偶像团体一掷千金，甚至还有为海外偶像“代办投票”的生意，却不见有外国粉丝为中国偶像消费。

网络偶像团队能走多远，不取决于能一时红到什么程度，而取决于能否久久为功。



人工智能：投资热 落地难

本报记者 李国 实习生 李俊

6月25日，在重庆2018高考志愿填报咨询大会，上人工智能、智能控制相关专业格外火爆，有特别多的考生和家长前来咨询。记者发现，教育部公布的“2017年度普通高等学校本科专业备案和审批结果”中，“机器人工程”“数据科学与大数据技术”等人工智能方向的专业屡次上榜。在新增备案本科专业名单中，有19所教育部直属高校申请开设“数据科学与大数据技术”专业，全国申请新设该专业的高校约有250所。

而与学生及家长们的热捧相反，在日前发布的《2018中国人工智能商业落地研究报告》称，过去一年，产业对人工智能期待值很高，各种应用层出不穷，但收获却很少。2017年中国AI创业公司获得的累计融资超过500亿元，但2017年中国AI商业落地100强企业公司累计产生的收入却不足100亿元，90%以上的AI企业亏损。

业界普遍认为，作为2017年全球信息通信领域最大热点的人工智能产业，雷声大、雨点小，遭遇商业落地之痛，确实令人深思。

AI机器人替代人工成为趋势

人工智能，英文缩写为AI。它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。2017年，从AlphaGo打败世界围棋冠军起，人工智能的产业热度再次被引爆。

随着人力成本的不断上升和先进制造需求的放大，全球工业机器人快速增长，增速达到每年17%，预计到2020年将达到400亿美元。工业机器人被用于自动化生产，包括装配、包装、焊接、产品检查和喷

漆等环节。机器人可以确保更高质量的生产，减少人为错误和满足中小企业日益增长的需求。因此，机器换人已经成为制造业发展的重要趋势。

中国信息通信研究院发布的《2017年中国人工智能产业数据报告》显示，人工智能是2017年全球信息通信领域的最大热点，远高于物联网、5G、安全与隐私、区块链等。

记者近日从“2018中国IT市场年会”上获悉，2017年中国人工智能核心产业规模超过700亿元，随着国家规划的出台，各地人工智能相关建设将逐步启动。预计到2020年，中国人工智能核心产业规模将超过1600亿元，增长率达到26.2%。

据工信部副部长辛国斌透露，2017年工信部共确定了202个智能制造综合标准化和新模式应用，97个智能制造试点示范项目，完成了25个智能制造标准立项。在示范项目的带领下，一大批企业积极推进智能化改造升级，服务型制造，共享经济等新模式日益普及，形成了许多新的增长点。

资本的热情与实际应用反差过大

此前已有报告显示，2018年将是人工智能行业的大洗牌期。根据腾讯研究院2017年发布的《2017年中国人工智能创投现状与趋势》，截至2017年6月31日，全球AI公司总数达2542家，其中中国有592家。仅去年一年，全球已有超过50家AI创业公司宣布倒闭。

尽管如此，资本对AI产业的青睐不减。今年4月，人工智能平台公司商汤科技宣布完成6亿美元C轮融资，继去年旷视科技4.6亿美元融资之后，再次刷新了全球人工智能领域融资记录。而商汤科技刚于去年7月获得4.1亿美元B轮融资。云从科技也总计获得25亿元发展资金。

虽然融资额不断提高，但是国内人工智能的应用目前仍然处在初级阶段，商汤科技从事的机器视觉领域，不过是人脸识别这一块应用。安防领域，主要是海康威视和依图科技。云从科技主要瞄准的是传统银行。