

政府工作报告再提人工智能 应用落地将加速

本报记者 马秀岚 李静 北京报道

人工智能自2017年首次被写入《政府工作报告》后,又在今年的政府工作报告中被作为首条建议提出,国务院总理李克强表示,“加强新一代人工智能研发应用,在医疗、养老、教育、文化、体育等多领域推进互联网+。”

经历2016年到2017年的火热

上升为国家战略

新一轮科技革命和产业变革正在萌发,大数据的形成、理论算法的革新、计算能力的提升及网络设施的演进驱动人工智能发展进入新阶段,智能化成为技术和产业发展的重要方向。

2017年3月,李克强在《政府工作报告》首次提到人工智能,表示要加快培育人工智能等新兴产业,应用大数据、云计算、物联网等新技术加快改造提升传统产业,把发展智能制造作为主攻方向。

2017年7月,《新一代人工智能发展规划》颁布,人工智能成为国家发展战略,并且提出三步走战略——到2020年人工智能总体技术和应用与世界先进水平同步,到2025年人工智能基础理论实现重大突破,部分技术与应用达到世界领先水平,到2030年理论、技术与应用总体达到世界领先水平,成为世界主要人工智能创新中心。

为了加快发展先进制造业,推动人工智能和实体经济深度融合,落实“中国制造2025”和《新一代人工智能发展规划》部署,2017年12月工信部发布《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018-2020)》,以三年为期限明确了多项任务的具体目标,提出了四方面主要任务、17个产品和领域,包括重点培育和发智能网联汽车、智能服务机器人、智能无人机、医疗影像辅助诊断系统、视频图像身份识别系统、智能语音交互系统、智能翻译系

以,《中国经营报》记者注意到,2018年无论是代表委员们的提法,还是人工智能企业所设立的目标,都开始强调要从理论和实验阶段向加速产业化落地的方向迈进。

科大讯飞(002230.SZ)董事长刘庆峰在3月5日的媒体见面会上对本报记者表示:“去年我们明确的主题叫‘顶天立地AI赋能’,强调应用是硬道理。人工智能不能只谈

概念,应该立足于特定场景,真的为用户创造价值。”百度(纳斯达克: BIDU)CEO李彦宏则在两会期间透露,今年百度的无人车将会量产。

而联想集团(00992.HK)CEO杨元庆也提出“行业智能化”的建议,他表示,人工智能技术作为新一轮产业变革的核心驱动力,必须与各行各业紧密结合,实现人工智能与各行各业的融合创新,才能真正发挥作用。

统、智能家居产品等智能化产品,推动智能产品在经济社会的集成应用。

当前,新一轮科技革命和产业变革正在萌发,大数据的形成、理论算法的革新、计算能力的提升及网络设施的演进驱动人工智能发展进入新阶段,智能化成为技术和产业发展的重要方向。人工智能将进一步带动其他技术的进步,推动战略性新兴产业总体突破,正在成为推进供给侧结构性改革的新动能、振兴实体经济的新机遇、建设制造强国和网络强国的新引擎。

刘庆峰表示,2006年时,以深度学习为代表的主流算法的源头核心技术,都被美国、加拿大、英国所掌握,但经过十几年发展,中国的很多核心算法水平已经跟发达国家齐头并进,甚至有些领域在一定意义上处于领跑位置。

而在今年的两会上,很多的话题是将美国和中国的人工智能水平进行了对比。李彦宏对媒体表示:“客观地讲,中国在人工智能领域处于第二的位置,第一确实是美国,但是如果将除美国以外的其他国家来和中国比人工智能,我们还是有的优势的,甚至是有明显优势。”

商汤科技方面在接受本报记者

采访时表示,中国原创AI技术目前在全球具备领先优势,也是技术应用落地最广泛、产业化程度最高的国家。原创技术的爆发,以及国家政策全面支持,正让中国原创AI技术走向全球金字塔顶端。

据腾讯研究院统计,截至2017年6月,我国人工智能企业达到592家,占全球人工智能企业23%,与美国的1078家仍有差距。搜狗方面在接受本报记者采访时表示:“从人工智能的领域来看,我国侧重于应用层面,在自然语言处理、计算机视觉等领域世界领先,可与美国比肩;而美国更侧重于基础领域,远胜其他国家,产业布局更为合理。因此,国家出台了《新一代人工智能发展规划》等政策顶层设计,统筹规划我国人工智能产业发展,希望发挥优势,补齐短板,赋能各行业发展。”

人工智能上升为国家战略后,对于人工智能企业而言,面临巨大机遇。“产业链上整体都会有投入和期待,这样有利于从技术和产品上来提升。很多大客户主动找我们,说明企业希望改造现有的制造业或者是其他的行业。”国内人工智能AR公司亮风台产品总监孙红亮对本报记者表示。

确实到了实用的阶段

今年的政府工作报告中强调人工智能研究应用,特别切合中国在这一轮人工智能全球竞争中迅速占据制高点、占据先发优势的重要战略举措。

2017年人工智能领域具有标志性的事件包括百度无人汽车驶上五环、国家颁布《新一代人工智能发展规划》、AlphaGO再次战胜人类棋手、国家正式发布人工智能四大平台(百度、阿里、腾讯、科大讯飞)。

李彦宏最近对媒体表示,人工智能确实进入到了实用的阶段。他认为随着技术本身的推陈出新、技术积累越来越多以及计算能力越来越强,算法、服务器和计算能力这三者的不断循环和不停相互加强导致我国这几年在人工智能基础技术上能力提升非常快。

“无论是语音识别技术,还是图像识别技术,还是对用户画像的把握,以及个性化的推荐等等这些技术都是最近几年有突飞猛进的发展。”李彦宏说。以百度为例,搜索背后用到的技术和十年前完全不一样,目前使用的都是机器学习的技术,网站排序是根据机器学习产生的结果。

“我觉得在今年年底或者明年年初是资本对商业、营收、落地有要求的时候,大家的看法会发生变化。刚开始要占赛道、选选手,后面就要看营收。”孙红亮告诉记者,目前,亮风台人工智能AR技术已在工业、营销、教育等领域有落地应用。

对于人工智能企业而言,未来选择在哪些垂直行业深耕落地是要面临的问题。

“现在AI都应用于一些专用场景,要将这些场景划得足够窄、

足够清晰,通过深度学习把它的特征、数据了解之后,开发成算法。AI的通用或许还远,我觉得先从垂直领域入手,垂直方面我觉得已经有很多机会可以做了。”腾讯(00700.HK)CEO马化腾近日对媒体表示。

科大讯飞方面对本报记者表示:“2018年,我们并不是去开辟更多的赛道,而是将主赛道做透、做扎实,做成不仅有刚需,而且有代差。我们希望代表中国,在全世界的这些行业去做改变。”据了解,科大讯飞过去已经在教育、医疗、政法、汽车、客服等多个领域布局,也不乏开发出面向C端的产品。“人工智能领域不可能是一家公司把所有的源头技术都做完,所以我们选择在几个领域做到全世界第一。”

在刘庆峰看来,今天科大讯飞选择的领域有教育、医疗、政法,教育代表每个家庭的未来,医疗决定我们每个人以后的幸福,政法决定一个社会的公平正义。如果把这方面做透,将对整个人类的贡献是非常之巨大。此外,科大讯飞的目标是打造一个产业生态,把技术开放,让大家一起成功。

而杨元庆在今年全国两会则建议国家选择智能制造、智慧医疗、智能交通、智慧社区等影响国计民生的重点垂直行业,率先建设一批以行业大数据应用为重点的智能化示范项目,推动我国行业智能化水平整体提升和均衡发展。

商汤科技方面对本报记者表示:“在产业化的落地应用方面,

商汤科技的战略布局方向主要在生产力工具和交互工具方面,在公安、手机、车载及互动娱乐业务等行业进行深耕,为超过400位合作伙伴提供支持。在这些行业中,人工智能技术作为生产力工具,可以替代劳动力,带来生产效率提升。作为交互工具,在交互方面将带来颠覆式的变化,具有很大的潜在价值。”

语音识别是近两年特别火的一个方向,搜狗方面对本报记者表示:“在跨语言搜索方面,搜狗基于自主研发的机器翻译技术,用户输入中文查询词,就可以直接得到英文结果,还能够对英文结果网页进行全文的中文翻译,现在还新增了日韩网站的翻译结果。搜狗输入法的智能分享功能中支持英日韩三国语言翻译,帮助用户跨国沟通无障碍。搜狗的机器同传自2016年于乌镇世界互联网大会上发布以来,已对上百场国际会议进行了翻译技术支持。这一技术同时应用到搜狗智能翻译硬件——搜狗旅游翻译宝和搜狗速记翻译笔。”

“今年的政府工作报告中强调人工智能研究应用,特别切合中国在这一轮人工智能全球竞争中迅速占据制高点、占据先发优势的重要战略举措。未来3到5年,人工智能主要行业应用的格局将会确定,如教育、医疗、政法、养老这些行业,我相信中国会走在全世界前面,这些行业格局以后一旦形成后,可以反哺研究,形成以企业为主体产学研合作的创新体系。”刘庆峰表示。

OTA下半场比拼用户体验

消费升级 全域旅游进入黄金发展期

本报记者 李甜 李静 北京报道

3月5日,国务院总理李克强在第十三届全国人民代表大会第一次会议上作政府工作报告中释放出对旅游行业的利好消息。

李克强在提到“五年来,人民生活持续改善”时表示,“出境游人次由8300万增加到1亿3千多万。”同时,在“积极扩大消费和促进有效投资”这一章节中提到

消费升级下的两大蓝海

景区门票消费需求正在逐年上升,来自中国旅游电子门票研究中心《中国旅游电子门票2017年度研究报告》显示,2015年我国景区门票在线预订消费频次为2次/人,而2017年上升至3.6次/人。

据本报记者了解,在景区门票、周边自助游的市场占有率和用户满意度上,目前国内OTA行业中,驴妈妈旅游网居于头部。来自驴妈妈旅游网方面的数据显示,在2018年春节假期,驴妈妈平台周边游人次同比增长1.6倍,而景区门票和度假酒店的打包产品最受市场欢迎。在过去两年,执行淡季价格的高星景区,在景区门票、景区门票+酒店组合线路同比预订人次增幅达到30%。

驴妈妈旅游网方面认为,景区门票价格下降将有助于推动周边游发展,“未来周边游的发展方向是全域旅游,而非景点旅游。”

全域旅游已经进入黄金发展期。3月5日,全国政协委员、国家旅游局局长李金早在政协经济界别小组会议上提到,全域旅游并非要把整个区域建成景区,而是整个区域的元素都应该具有旅游标准,例如,在全域旅游格局下,公路不仅需具备交通功能,还具备观赏

要“创建全域旅游示范区,降低重点国有门票价格。”

实际上,据《中国经营报》记者了解,对内完善产业布局,往纵深化发展,对外涉足广域,往横向化发展是如今旅游行业新常态。随着国内中产阶级人群数量扩大,人民对高端生活的需求进一步增强,互联网旅行平台正在进一步优化产品和服务,从跑马圈地进入到比拼谁能走进用户心里。

功能,民宿不仅能够提供住宿,还要展示当地的文化和风格。降低门票价格,看似该项营收降低,但是能通过游客增多带动在景区内产生的消费。李金早认为,全域旅游已经成为中国经济转型、调结构的重要抓手。

同样值得注意的是,出境游指标系首次纳入到政府工作报告中。

收入与知识层次的提高使得人们对跨境旅行接受度和需求增强,国内市场被各大品牌争相挖掘,而国门以外却是一片相当广阔的待发掘区域。正是海外市场的存在使得如今近乎稳定的OTA市场格局在未来仍具有不确定性,OTA企业因此都开始在跨境游上发力。

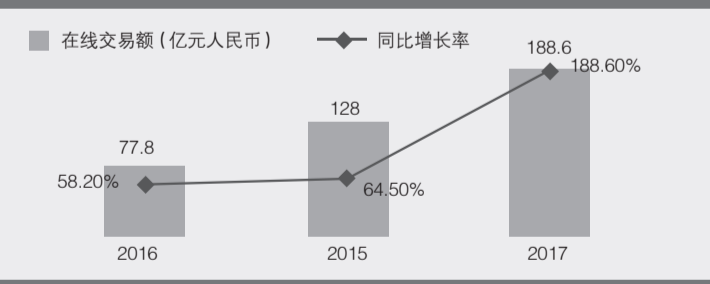
来自中国旅游研究院和携程旅游集团联合发布的《2017年中国出境旅游大数据报告》显示,2017年我国国际旅游支出达1152.9亿美元。从在线预订数据看,2017年出境游人均旅游费用达到5800元,同比增长7%。

“一带一路”倡议的确立带来了出境游增长新机遇。2018年1月29日,飞猪“在线签证中心”正式上线了11个“一带一路”国家,用户可在线完成签证办理,飞猪通过进

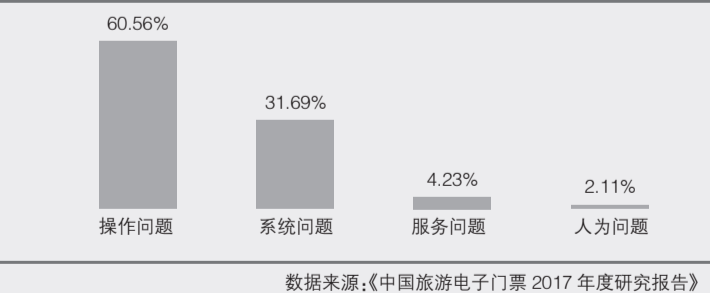


对国内完善产业布局,往纵深化发展,对外涉足广域,往横向化发展是如今旅游行业新常态。 本报资料室/图

2015-2017 在电子门票在线交易规模和增长率



OTA 投诉问题细分



数据来源:《中国旅游电子门票2017年度研究报告》

一步便民以抓住这一线路出境游份额。关于上线一个多月以来的数据,飞猪方面对本报记者表示:“消费者对于新兴国家还有个接受的过程。”而达成这项合作之前,飞猪亦与美国航空达成会员互通合作,并将在今年4月1日生效。

根据OTA方面的数据监测,“一带一路”沿线中东欧国家确实受到欢迎,在过去一年内显示出增长趋势。

驴妈妈旅游网发布的《2017中国出境游总结报告》显示了具体

的地域。驴妈妈平台出境游人次2017年同比增长78%,其中上海、北京、广州、杭州、苏州、南京、无锡、深圳、天津、重庆等城市出境游人数位居国内前十,泰国、越南、菲律宾、日本、马来西亚、美国、澳大利亚、英国、斯里兰卡等国位居驴妈妈平台人气榜前列。

从整体来看,2017年出境游的各项数据显示,游客对中高端酒店、特色度假酒店,以及小众目的地、个性化特色玩法的要求标准正在提升。

口碑营销成重点

在这个普通人也掌握着越来越多传播渠道的时代,每个人都是口碑营销的一个分节点。用户一桩小小的投诉,都可能借助网络传播的力量引起大的波澜,这也使得已经在市场中立住脚跟的OTA品牌不敢再轻视用户的投诉建议。

2017年起,各大旅行平台纷纷宣布盈利。有OTA业内人士认为,健康的增速、更低成本的流量、更有忠诚度的会员、更高的年轻用户以及更有差异性的产品是接下来品牌所要追求的。

实际上,旅游行业的特殊性使得处理用户投诉的成本不低,但是OTA品牌商无法因为高价而放之不理。

一位驴妈妈旅游网工作人员向本报记者透露,驴妈妈旅游网单纯处理一个用户投诉的成本甚至达到798元。“只要有投诉,不仅这个用户不会再来了,获客成本浪费了,为了处理这笔投诉还要再花一笔钱。”

该工作人员表示,2018年驴妈妈旅游网在用户体验上的预算相比2017年提高了将近5倍,并已将投诉中心升级为一级部门。每一个投诉案例都会进入投诉案例库并梳理出产品尺度、产品意识与流程上的原委。同时,用户投诉会落实到具体责任人,限时整改,并定期对这些案例做宣讲。

经历了此前身陷一系列舆论危机后,携程也在反思与回归保障用户体验。本报记者从携程方面了解到,只要消费者前来咨询,无论投诉原因是否因携程平台而起,携程都会服务。比如在机票领域,若用户同一行程均通过携程预订机票或酒店,若机票出现航班变动,携程将免费为用户取消酒店。携程如今已实行先行赔付机制,消费者

遇到问题时找携程解决,携程会先行垫付消费者损失,再追责供应商。

2017年5月,携程旅游组织的一个上海赴欧洲旅行团在罗马发生全车行李被盗事件,携程于是向每位团员发放了1300欧元,保障其正常旅游和生活消费,并退还了受行李被盗影响而未能体验的项目费用,同时,从上海派出一位领队飞赴罗马,为团员带来了药品等生活必需品。

在技术上,旅行平台正在进一步互联网化。

据悉,携程推出了深度神经网络客服机器人,目前,新一代“机器人”的服务量在机票售后、酒店售后客服总量的占比均超过70%。另外,对于用户的常规问题,客服机器人会在平均一到两秒内,给予回复。携程也在APP端开通了“服务管家”,以满足用户个性化服务需求。

驴妈妈旅游网也在技术上加大了投入力度,除了对现有服务相关体系进行改造外,在未来还将建立覆盖所有环节的操作系统,把客服、投诉、质检、供应链管理进行整合。并将设置专门的岗位对目前的服务形式进行流程优化。驴妈妈工作人员坦言,“我们内部对于所有的投诉案例,所有的服务体验是算细账的,这个部门这个月有多少投诉,每个投诉会按固定的金额从这个部门的毛利当中扣除。标准化的服务和流程梳理没有任何捷径可走。”

记者获知,1月15日,驴妈妈宣布将六个部门整合为超级会员服务群,驴妈妈旅游网创始人洪清华表示将为会员提供健康品质旅游产品、定制旅游项目、1对1专属VIP服务、投诉绿色通道等服务。在他看来,供给侧结构性改革,包括景区改制、国企改革、全域旅游、PPP等,将是中国旅游业面临的三大历史性机遇之一。