



远见与论衡·下一个风口

人工智能会在哪些领域首先取得大面积突破? 企业如何布局? 物联网将给人类带来哪些改变? 在工业4.0大背景下,中国制造业如何实现惊艳转身?

【政府/协会】

中国五金制品协会理事长石僧兰:

中国制造要打好两张牌

在经历2008年金融危机之后,如今美国政府抛出一系列吸引制造业回流政策。美国制造业发展并不容易,毕竟产品和产业链的完善和建设都需要时间,涉及上游的原材料、零部件,以及中游的整机制造设计,还有产品营销。中国制造业在经历30多年后才拥有今天相对完善和成熟的产业链体系。即便美国全面发力制造产业,相对于中国制造产业来说还是存在时间差。就整个五金制品行业来说,就是要赶在美国制造的产业链还没有完全建立健全之时,打一个漂亮的时间差,通过智能化和品牌化赋予中国制造新竞争力。

制造业是中国经济发展的根基和支柱。如果说制造业是中国经济的基础,那么制造设备则是中国制造的基础。接下来,一定要抓住《中国制造2025》的机遇,推动制造设备的智能化,同时还要打响中国制造的品牌。

要将品牌化和智能化作为中国制造未来发展的两张王牌。制造设备的智能化,直接关系到中国制造的能力提升,特别是在工业4.0时代,中国制造一定要善于利用智能化提升制造水平。同时还要打造中国制造的品牌,推出一些中国制造的新名片。特别是在中国本土市场上,中国品牌绝对不能输给外资品牌。

推动中国制造的品牌化建设,这也是近年来中国五金协会引导行业转型升级过程中一直倡导的方向。从2017年开始五金制品协会下辖的11个产品,都将会在品牌化建设方面制定相应的发展战略规划,推动品牌化建设。

为什么互联网在中国的飞速发展,让外国人都感到惊讶。其实是当前中国的零售业态已经不能满足当前消费者的需求。但是,互联网只能是销售工具和手段的补充,不能作为零售业态的主导者。每年参与IHA会议时,企业销售和服务网点的密度根据当地人口来制定和完善是各个国家商业协会代表讨论最多的话题。在日本,因为线下销售网点和服务就是根据各地人口密度制定,非常完善,这样日本的互联网就没有中国这么发达。

【企业】

京东集团CEO刘强东:

打造出更加智能的零售商业

可以想象一下,人工智能对每一个消费者、产品、品牌都有深度的洞察。比如说,可以对冰箱里的食物做基础数据分析,今后消费者都不需要支付、不需要下单,更没有APP,大部分购物就能自动完成。

2016年是京东第2个十二年战略的开启之年,京东会把集团所有的产品、业务、服务全面技术化,构建一个以云计算、人工智能、机器人技术为核心的智能商业体。

可以想象的是,在今后的零售商业中,大部分人的工作完全可以用人工智能加上机器人的方式来解决,打造一个更智能的零售商业。

面对已经快速开启的移动互联网时代,如何以更高效快捷的通道构建更加智能生态的零售商业体系,这成为京东等电商平台面临的新问题。只有能维护品牌商美誉度的品质电商,才能真正体现互联网的价值。品质、品牌、品商三

360公司董事长周鸿祎:

物联网时代企业面临新挑战

互联网下半场已经开启,那就是物联网时代。未来5年,差不多所有能看见的东西都会被互联网化。就像路上跑的车、运输的集装箱、工厂的各种设备、家里的各种电器,都会有智能系统,并与网络连接。在中国这一市场规模将达到500亿左右。

在互联网下一个5年到10年,大家在享受互联网带来的方便时,背后所面临的安全挑战和威胁也是前

所未有的。物联网把虚拟世界和真实世界连接在一起,一方面是数据量越来越多、越来越大,另一方面就是所有网络攻击都可以沿着物联网设备从网络虚拟空间到真实世界。

在物联网时代,对于所有企业来说都面临两大挑战:一个是大数据的采集、处理和应用;另一个则是全新的安全防范体系打造。过去很多企业都是通过隔离的方式来保护,随着所有物联网设备都在通过

达闼科技创始人兼CEO黄晓庆:

人类正迎来云端机器人时代

人类正迎来一个“云端机器人”的时代!机器人终极的形态将是家庭保姆,也就是云端机器人的形象。

“云端机器人”这一概念即便是在人工智能行业,很多人对此也不是很了解。如果我们想要打造一个跟人脑一样聪明的计算机大脑,理论上需要1000亿个芯片,重量会达到2000吨,耗电也是巨大的,想想要是将这样一颗“大脑”装

在机器人身上,是不可能承受得住的。而这一问题,只有云端机器人才能解决。

按照构想,云端机器人的形态,是将机器人的大脑放在云端,用移动通信网络来替代神经网络,用类似阿凡达这样的形象作为机器人载体。这样的想法,在以前是不可能实现的。但是随着移动通信技术的不断发展,“云端机器人”的构想也从不可能成为了可能。

【学者/专家】

清华大学计算机系教授邓志东:

人工智能将取得大面积突破

目前的人工智能技术,真正取得突破的是深度监督学习和深度强化学习。包括深度卷积神经网络和长短期记忆网络在内的深度监督学习方法,本质上是感知智能的进步,也就是说,目前的弱人工智能将主要会在视觉、听觉与语言建模等感知问题领域,取得大面积突破。

与上世纪60年代和80年代的前两次人工智能热潮不同,人工智

能的第3次伟大复兴,源于大数据和超强计算引擎的时代进步,源于以深度卷积神经网络为代表的深度学习方法迄今取得的实质性进步。不管资本市场如何变化,人工智能都不会再次进入下一个寒冬。

风口逐渐显现,越来越多的企业“扎堆”人工智能领域。人工智能公司的核心竞争力,从根本上来说就是国际化高层次人才的抢夺与竞争。同时,在技术上,要尤其

者结合将助力整个中国经济的转型和升级。同时依托大数据分析,品质电商可以更为准确地判断消费者需求,推动C2B反向定制,实现整个供应链的柔性化管理,降低产业链中的总体库存,加快周转。

目前京东无人机项目已获得四个省飞行许可,并在2016年“双11”期间投入日常配送服务中。用无人机送货,可以把农村的物流成本降到和北京、上海一样,这样才

能降低价格,让偏远地区的消费者享受到与大城市一样的物美价廉的服务和商品。

技术手段的大量应用,除了能解决城乡一体化配送,同时还能实现对某一品类商品的市场预测和行业形势展望。目前,基于大数据的用户画像,能时刻洞悉用户的需求,预测用户的购买行为,精准推送,帮助上游供应商实现精准营销。

无线方式连接时,就给进攻者提供了可能,原来的安全边界也不再存在。物联网设备本身很脆弱,有可能会遭受攻击。现在我们还有能力在几亿台电脑、十几亿手机上面安装安全软件。但是当几百亿甚至更多的智能设备都连到网上之后,里边每一个终端都可能成为别人进攻的点,这将会成为一个巨大的问题。

2016年以来,很多传统企业再度陷入新的迷茫:有人说现在已从

IT时代进入DT时代,有人说移动互联网时代已经结束,进入了人工智能时代。对于很多传统产业的企业来说,应该思考的是如何挖掘行业大数据,把人工智能技术跟自己所在的产业连接在一起,才有机会。

虽然每家企业都在想怎么利用人工智能技术帮助企业转型,帮助企业提升客户服务水平和能力。但是没有大数据,这些都是凭空想象。

我们的身体主要是由大脑在控制思维的,大脑通过神经网络将指令发送到身体的各个部位,平均延迟会达到100多毫秒。而在4G时代,远远不需要这么长的传送时间。加上现在5G技术的发展,更加为云端机器人的信号传送加快速度,所以机器人的大脑不在机器人身上是完全可以的。

云端机器人是机器人未来的发展方向,而服务型机器人是云端

机器人中最重要的一种,其最终目标是成为家庭保姆。但在成为家庭保姆之前,云端机器人也可以是一些垂直型的服务机器人,例如导购机器人、护理机器人、安保机器人等。

此外,相对简单一些的云端智能机器人在未来3年将会被投入到大面积商用中,可能外形还不是很像人,但是已经具备云端机器人的特质。

关注特定应用场景或垂直细分领域的市场选择,然后要特别重视私有大数据的拥有与利用。

当然,在这一轮大面积的“爆发”到来前,在实际应用中,企业还须解决人类水平的视觉目标检测(分割)和强开放环境下的连续语音识别问题。这些领域的大面积爆发,从企业产品的开发而言,关键还是如何选定细分的特定应用场景,然后就是必须重点关注并投

入大数据的海量积累与利用,特别是由于大数据的长尾效应,在产品开发后期需要的资源投入是非常巨大的,这点必须清楚。

此外,政府所做的努力会推动这一轮“爆发”的快速到来。政府要重视国家战略规划制定与坚持,同时也要进行科研投入和体制机制创新。在前沿技术的探索上,应侧重对认知智能与人工智能芯片的长线投入。