



浙江涂鸦智能：以数字科技赋能智慧康养

■ 方铎

我国自 1999 年进入老龄化社会,老年人口规模日益庞大,老龄化程度日益加深。根据第七次全国人口普查结果,截至 2020 年 11 月 1 日零时,我国 60 周岁及以上老年人口 26402 万人,占总人口的 18.7%,65 周岁及以上老年人口 19064 万人,占总人口的 13.5%。预计“十四五”时期,我国 60 周岁及以上老年人口将超过 3 亿,占总人口比例将超过 20%,我国将进入中度老龄化社会。

为积极应对老龄化时代的新挑战,浙江涂鸦智能聚焦老年人生活需求,推进社区智慧康养体系建设,致力于打造国内领先的数智康养服务平台。

“锦睿智慧监护平台对空巢独居老人用水、用电、用气异常情况进行实时监测和数据分析;智能睡眠枕头,可以实时采集老人的体温、血压、心率、血氧等数据;定位手环,保障老年人的身体健康和生命安全……”浙江涂鸦智能科技有限公司总经办云福介绍道。近年来,浙江涂鸦智能联合省内各物业、社区服务企业,借助浙江锦睿人工智能“数智+健康+养老+智库”智慧康养综合服务平台,为辖区老年人提供助餐、助洁、助医、助购、助行、助教等居家养老便捷服务。

在物业、社区的协助下,涂鸦智能将监控室改造为 24 小时呼叫中心,打造“智能手环”,并开通“一键求助”功能,为老年人的健康管理提供全方位数据支持。同时充分利用人工智能技术,整合多方资源,链接第三方专业家政、医疗专业机构,改善独居老人居家卫生状况,提供线上挂号、问诊等服务。锦睿人工智能通过不断完善智慧康养生态链体系,整合出一套让社区老人都会使用、能享受的数字化、高科技助老服务体系,受到居民们一致好评。目前,智慧康养示范社区打造已取得初步成效。

在数字化浪潮的推动下,锦睿智慧康养作为应对人口老龄化挑战的创新解决方案,正受到社会各界越来越多的关注和重视。包云福表示,一座城市对待老年人的态度,折射了社会的温度,体现着民生关怀。包云福说:“随着老龄化进程的加快,养老服务也面临着严峻的挑战,智慧康养任重而道远。”

中国安能二局南昌救援基地完成南昌两区防汛抢险综合演练

4 月 30 日,由江西省南昌市高新区、经开区防汛抗旱指挥部主办的 2024 年防汛抢险综合演练,分别在高新区麻丘镇金凤电排站、经开区蛟桥街道玉屏大街小苹果艺术学校、乐化镇幸福河堤黄墩村段举办。中国安能二局南昌救援基地出动精锐力量完成了两个方向的防汛演练任务。

在经开区蛟桥街道玉屏大街小苹果艺术学校和乐化镇幸福河堤黄墩村段,南昌救援基地出动 7 名救援队员,携带两台装备,全面负责现场指挥协调、脚本方案编写、现场氛围营造及参与城市内涝科目处置演练等任务。演练分为城市内涝处置、管涌险情处置、堤防渗漏处置和人员疏散安置四个环节进行。面对模拟的城市内涝,队员们迅速启动龙吸水排水设备,有效缓解了积水问题;管涌险情处置中,队员们利用专业技术对管涌口进行封堵,成功控制了险情;堤防渗漏处置中,队员们对渗漏点进行紧急处理,确保了堤防安全;人员疏散安置环节,模拟了紧急情况下的人员疏散流程,确保群众安全有序、快速撤离。

同时,在高新区麻丘镇金凤电排站,南昌救援基地出动 4 名救援队员携一台装备,全面负责现场指挥协调、脚本方案编写以及现场氛围营造等重要任务。演练分为两个环节进行,一是模拟在通讯突发故障时的快速反应和处处理流程,二是针对电排站周边出现的管涌渗水紧急情况处置。演练中,南昌救援基地队员科学有序地指导每支参演队,并详细讲述了每个演练科目环节的特性、潜在风险及相应的应对策略,确保每位队员都能深入理解并熟练掌握演练内容和应急处理流程。参演队员行动迅速,展现了出色的应急反应能力和团队协作精神,达到了以“演”筑防、以“练”备战的效果。

(徐迎华 周志明)

科技赋能 展会营销增长

■ 薛金浩

2024 年 3 月 8 日,在湖南长沙这座充满活力的城市,湖南国际会展中心迎来一场家居行业的盛会——长沙家博会。此次家博会紧扣“创新、智能、服务”的主题,现场汇集了数百家知名家居品牌,展示了众多智能家居产品,如智能睡眠、智能沙发、智能门锁、智能照明、智能厨房和智能家电等,以及全屋智能家居解决方案,让消费者体验科技与便捷。特别是智能床监测睡眠质量的功能,为消费者提供了更多关注健康的选择,推动了家居“绿色化、智能化”的创新与发展,也昭示了未来生活方式的转变和升级。

展会期间,吸引了大量消费者前来参观选购,场馆内人气持续爆棚。观众对家博会的组织表示赞赏,并对参展品牌的产品质量和表示满意。在为期三天的展会中,各品牌展位前人头攒动,咨询、议价、下单的客户络绎不绝。各参展品牌均精心布置了展厅,通过生动的产品展示和互动环节,充分展现了品牌实力和产品特色。展会期间产生了大量的订单,成交额超过 10 亿元,显示出强大的市场购买力。家博会为参展品牌提供了一个极佳的市场推广平台,有效提升了各品牌的知名度和影响力。通过与消费者的直接交流,品牌得以更好地了解市场需求,为后续的产品研发和市场拓展提供了有力支持。

本次家博会取得了非常好的效果,这得益于由安徽易路同行网络科技有限公司和安徽美达会展有限公司董事长徐彬先生凭借着敏锐的市场洞察力打造的智企获客系统(H5 版)、智企直播系统(H5 版)、安团严选平台 V1.0、安团家博会平台 V1.1.5 等科技系统的赋能,这些创新的系统是为了更好地满足市场需求,提升行业竞争力,以及为展会主办方、参展企业和用户创造更多价值。此次利用这些系统为参展商和观众提供了更加丰富、便捷的体验,同时也开启了家居会展营销的变革和升级,开创了会展行业与科技相结合的新篇章。

随着消费者对家居产品的需求日益个性化、多样化,企业更需有效的营销工具来应对市场变化,把握消费市场的升级和变化。这次长沙家博会使用的营销系统,正是通过大数据分析,为企业提供深度洞察,帮助企业更好地定位目标市场,精准推送产品信息。同时,新的营销系统也致力于提升消费者的体验,

季建华:拥抱智能 开创行业新高度

■ 李超

当前,在迅猛发展的智能制造浪潮中,杭州汇萃智能科技有限公司副总经理季建华以敏锐的洞察力认识到智能制造的巨大潜力。他以独到的创新思维和出色的能力,始终专注于推动智能制造行业的创新和发展。

季建华自清华大学硕士毕业后就一直致力于智能制造领域,在我国智能制造行业多家知名公司担任过要职,包括宁波金田铜业(集团)股份有限公司、浙江正元智慧科技股份有限公司等。从业至今,他积极主导了多个智能制造产业升级项目,为行业的发展和进步做出了重要贡献。其中,最具影响力的是浙江海曜智能制造科创产业园项目。产业园项目是一个涵盖多个领域的综合性政府项目,以智能制造、节能环保两大产业为主导,形成

对话尤政翔：中国品牌出海的挑战、机遇与创新

■ 金喆

近年来,中国品牌在全球市场崭露头角,以敏锐的商业嗅觉和强劲的竞争力成为国际消费品行业的亮点。消费者的需求从“功能性”向“情感性”转变,推动品牌从制造型逐步转向品牌型出海。大疆、华为和 SHEIN(希音)、名创优品等品牌在全球备受青睐。

采访中,作为创立于 2015 年的潮流消费品牌 WHIKO(谜之生物)的创始人,尤政翔分享了品牌的全球化策略和理念。他曾入选福布斯中国 U30 和胡润 30x30 精英榜,在 IP 开发、品牌运营和产品开发方面经验丰富。通过对话,我们可以从他的视角,以 WHIKO 的出海历程为例看中国品牌出海的挑战和机遇。

笔者:曾经,线下零售在“新冠疫情”期间受到严重冲击。WHIKO 是如何应对“新消费寒冬”并作出出海决策的?

尤政翔:2022 年,WHIKO 决定出海。当时,欧美消费品市场规模超过 8.7 万亿美元。消费者追求的是时尚、实用和高性价比,而这也正是 WHIKO 的定位。通过电商平台和商超渠道,充分利用潮流 IP 和原创定位,迅速拓展海外市场。

笔者:转型出海后,WHIKO 如何调整运营策略?

尤政翔:在产品运营上,我们采取代理与自主开发相结合的方式,通过代理合作“展产品线,轻资产模式使我们能够灵活应对市场变



能够根据消费者的购物习惯,推荐最符合需求的产品和服务。

在本次家博会中,智企获客系统(H5 版)凭借其独特的营销策略,通过严格的客户筛选机制,不仅为参展商成功地挖掘了潜在客户,同时以数据驱动、精准的数据分析,精确地定位潜在消费者,针对性地进行推广。这种智能化的方式,为企业和消费者带来了更多的成果,大大提高了营销效果和交易效率。

智企直播系统(H5 版)的引入为参展企业和品牌推广互动提供了新的营销阵地。众多参展商采用直播的形式,纷纷展示自家的品牌实力及最新产品,不仅增强了实时互动性,也为参展商和消费者提供了更加直观、立体的体验。为展会增添了新的活力,更为企业提供了一个全新的展示平台。直播实时互动的特性使得消费者能够即时参与到展会中,无论是提问、评论还是分享,都能够在短时间内得到反馈,这种即时性极大地增强了参与感和沉浸感。促使了本次参展企业与潜在客户进行互动,帮助企业更好地理解消费者的需求和反馈,从而改进产品和服务,增强品牌的知名度和影响力。其次,直播不受时间、空间、地域的限制,可以永久保存和回放,只要有网络,消费者就能够观看到展会的实况,从而增强对品牌的信任感和忠诚度,直播平

台可以为参展企业提供更多的数据分析和反馈,以便更好地了解消费者和市场的需求。这对于企业来说,无疑是一个降低推广成本、扩大市场影响的先进工具。

安团严选平台 V1.0 系统为主办方和商家挑选丰富的商品进行展示。用户可以通过关键词搜索快速找到所需商品,同时平台也提供多种筛选条件,如价格、品牌、销量等,方便用户精准定位目标商品。平台上的每件商品都附有详细的产品介绍,包括商品图片、规格参数、使用说明等。此外,用户还可以查看其他购买者的评价,了解商品的真实使用效果,为购买决策提供参考。平台利用大数据和人工智能技术,对用户行为进行分析和预测,实现精准营销。还能够根据用户的兴趣和需求,推送个性化的商品推荐和优惠活动,提升用户的购买意愿和满意度。系统为主办方和商家展前和展后提供不间断的展示平台,打造永不落幕的线上展会。

安团家博会平台 V1.1.5 系统在会展运营效率提升方面,通过智能化的管理,使得企业的运营流程更加顺畅,减少了人力资源的浪费,提高了工作效率。同时,系统的自动化功能使得数据处理更加精准,大大节省了时间,提高了工作的准确性。在增强竞争力方面,系统提供了丰富的数据分析工具,帮助企业更

好地理解市场动态,掌握客户需求,从而制定出更有针对性的策略,增强了企业的竞争优势。徐彬和他的团队在系统研发领域取得了令人瞩目的创新突破,这背后蕴藏着无数艰辛与智慧。他们抓住行业的底层需求,挖掘痛点,将先进的技术与实际应用场景相结合,开发出一系列引领行业潮流的系统。它通过先进的技术和创新的理念,给参展的企业带来了深远的影响。这主要体现在提高效率、降低成本和增强竞争力等方面。这些系统不仅极大地提升了家居行业的工作效率,还为用户带来了前所未有的便捷体验。四大系统为行业变革打开了新的思路,为主办方和参展商工作方式的变革打开了新的道路,让企业在激烈的市场竞争中占据优势,展现出了强大的生命力。长沙家博会推出的新营销策略,在家居会展行业引起了巨大的反响。

采访中徐彬表示:“在实施新的营销策略的过程中,我们不可避免地会遇到一些挑战。首先,随着市场的不断变化和消费者行为的不断演进,如何准确地把握市场需求并制定出适应这些变化的策略是一大难点。其次,面对日益激烈的市场竞争,如何通过优化我们的系统以提升效率、降低成本,也是我们需要积极应对的挑战。面对这些挑战,我们也看到了许多优化和改进的空间。例如,我们可以通过数据分析来更好地理解市场动态和消费者需求,进而制定出更有效的营销策略。总的来说,尽管挑战众多,但只要我们能够灵活应对并不断优化改进,就一定能够在激烈的市场竞争中取得成功。”

此次新策略的实施,不仅提升了会展行业的市场活力,也为其他行业树立了一个成功的营销案例。展望未来,我们有理由相信,这次家博会的新营销策略将会引领展览行业走向更加科技化、智能化的未来。同时,其创新的思维方式和营销手法,也将为其他行业提供新的启示,推动各行各业的创新与发展。

在这个科技飞速发展的时代,新营销系统如同一颗璀璨的明星,引领着展览行业迈向科技化、智能化、高效率的营销转型。这种转型不仅改变了传统的销售模式,更为消费者提供了更为便利、个性化的购物体验,大幅提升了购物效率和满意度。总之,未来各行各业的展会营销策略将更加注重科技与人性化的结合,以实现品牌与消费者之间的深层次链接。

■

视觉检测技术的产品智能质量检测管理系统 V1.0”等多个智能制造领域的原创性知识产权成果。目前这些技术成果已经在智能制造行业被广泛应用,受到了众多行业专家的赞誉和高度认可,为智能制造领域带来了革命性的正面影响。凭借对智能制造行业的杰出贡献,季建华荣获了包括“2022 人工智能领域科技创新优秀发明成果”奖、“十四五”人工智能领域科技创新先锋人物”奖等众多行业荣誉。这些荣誉不仅是对他个人才华和创新能力的认可,也是对他人在智能制造领域取得的卓越成就的肯定。

凭借非凡的才智与创新的智能制造技术,季建华致力于推动制造业迈向智能化时代,创造了不可磨灭的价值。他不仅在技术创新方面成果显著,更为智能制造的未来发展奠定了坚实基础。



刘庄煤矿：智能巡检机器人上岗助安全

近年来,中煤新集刘庄煤矿持续推进智慧矿山建设。该矿中央变电所等固定场所岗位被 5G 智能巡检机器人代替,巡检机器人定时、定点、高质量完成井下供电设备日常巡检工作,通过“望、闻、问、切”等方式,及时排查故障,达到减人提效作用,为矿井安全生产奠定了坚实基础。

米君良 摄影报道