经济日报 ECONOMIC DAILY

数字经济助力企业迅速恢复生机——

# 每家店都有机会当“网红”

经济日报·中国经济网记者 王轶辰

众创记

受疫情影响，很多行业企业受到冲击。不过，阿里巴巴不久前发布的一组数据显示，在数字经济加持下，不少企业对走出困境、迎来新一轮发展高峰充满信心。

有研究预测，2020年中国数字经济规模将增至32万亿元。各式各样的平台可以有效帮助参与者获得机遇和资源，从数字经济发展中分享红利。大批企业因此快速成长，在拉动内需、促进就业方面创造了巨大价值，显示出不俗的活力与韧性。

近年来，体育用品品牌迪卡侬大力发展线上销售，品牌实力与盈利水平双提升。（资料图片）

## 新品牌

疫情发生以来，一批数字经济时代“原住民”早早便开始寻找“自救之法”。依托阿里巴巴的营销、物流、协同办公等各项能力，众多新品牌把淘宝直播当成了链接头部资源的推广加速器。

统计显示，过去一年间，淘宝平台先后涌现出2000个新“淘品牌”。在天猫平台上，三顿半、完美日记、花西子等成立不到5年时间的新品牌均于2019年实现高速增长，并在速溶咖啡、美妆等竞争激烈的品类中跻身领先者行列。

如今，包括销售、营销、物流、客服等能力在内，完备的数字商业基础设施成了不少创业者起家的第一笔“投资”。利用数字技术洞察消费者需求、完成产品规划及创新已成大趋势。

2019年“双11”期间，2000个制造业产业带、5000多家数字化工厂通过阿里巴巴B2B向消费者直供“源头好货”，“双11”当天就产生了1.7亿个订单。消费者需要什么就生产什么，这个看似简单的逻辑在大数据时代终于变成了真正具备可操作性的现实。

早在2019年4月份，天猫就宣布未来3年要帮助国内外品牌发布超过1亿款新品，孵化出100个年销售额超10亿元的新品牌。至去年9月底，天猫平台就发布了9000万款新品，按20万个品牌计算，平均每个品牌每月可发布50款新品。丰富的新品牌为创业企业快速成长打下了基础。一年内，新品牌通过天猫旗舰店收获的新粉丝达9亿人。

## 新创业

“预计短时间内，线下店的业绩还是不会很好，必须把销售往线上移。现在，货源已经不是问题了，关键在于新的‘销售出口’。”疫情发生以来，多位创业企业负责人均表达了类似的看法。

如今，不少商家均在尝试转战线上，利用淘宝店、直播间以及淘小铺等创新阵地缓解压力。统计显示，从春节至今，平均每天都有3万新商家入驻淘宝。

作为经济发展的“毛细血管”，小店的力量不容忽视。日流水3万元以下的各类小店，流水平均增速35%，跑赢GDP；一半以上小店在2019年增加雇员，撑起约3亿人规模的就业市场……网商银行和支付宝的分析显示，过去一年间，以网店、街边店、路边摊等组成的各类小店，无论是经济活力还是健康程度均超出预期。

在数字经济时代，小店的创业门槛和切换成本正在降低。他们可以用贷款当本金扩大经营，用直播和短视频吸引客流，用支付宝等数字工具收款记账报税。同时，得益于平台的力量，每家小店都更有机会成为“网红”。

支付宝与网商银行联合发布的《2019中国小店经济温度图谱》显示，中国小店数量总计约1亿家，包含网店、街边小店、路边小摊等。其中，以夫妻店为代表的个体户在小店中的占比为58%。

尤其值得一提的是，小店当中“卧虎藏龙”。西安的小贾麻花油茶，店面只有10平方米左右，每天的客流却稳定超过千人；山东临沂的“棉花糖哥”能做出上千种不同的棉花糖，粉丝数超过百万……在数字经济加持下，越来越多的人开发出与以往不同的生意维度，成为数字经济时代的新赢家。

## 新就业

数字经济还带来了大量新就业。2019年前11个月，全国城镇新增就业1279万人，提前实现全年1100万人以上的目标，完成度高达116.3%。从消费端的直播生态就业、“云柜姐”，到供给端的创新迭代、产业带创业者；从供应链上的数字仓管理师，到蚂蚁森林养护员、开创大病互助共济新模式的相互宝调查员……过去一年，新消费带动了大量新就业，成为中国数字经济创新探索中的又一大亮点。

2019年“双11”当天，淘宝直播带动成交额近200亿元。作为新消费场景，与直播相关的新职业也越来越热门，专业主播、助播、直播粉丝运营师以及主播背后的选品、供应链管理、直播间布景、直播设备生产都成了年轻人的就业新选择。

直播中还有一支重要力量——村播。目前，在农村地区有5万多名新型农民已经成为主播。他们通过淘宝直播间推广家乡农产品，不仅实现了个人增收，还带动了不少地域品牌成为“网红”。2019年以来，淘宝直播上的农产品成交额已达40亿元。

传统线下商场数字化也带来了新就业形态。银泰百货上云后，5万名一线“柜姐”成为“淘柜姐”，通过直播与消费者互动。2019年4月28日，银泰百货24名导购的带货短视频在手机淘宝集体亮相。一个上午下来，“淘柜姐”马珂的销售额达到平时6倍。

分析人士认为，新就业已经成为数字经济时代就业市场的一大新特征，服务新消费领域的新职业将为更多人带来就业新选择。这些新选择覆盖线上线下，既有实物消费，也有服务消费。随着数字经济发展，未来几年内，新消费还将给新就业带来更多想象空间。

疫情期间，大润发超市一改以往主要依赖线下门店的经营思路，大力发展线上下单、快递到家服务。（资料图片）

新动能

精诚时代集团以创新打破技术壁垒——

# 给熔喷布机安上中国“心”

本报记者 柳 文

走进位于浙江省台州市黄岩区的精诚时代集团公司厂房，一台台生产线有条不紊地运行，数字化大屏上精确显示着每一道生产工序。

“从接到生产3.2米熔喷模头订单到完成交付，我们只用了29天，创造了世界最快生产纪录。”公司董事长梁斌告诉记者，自己从事模具行业20多年，第一次遇到这么大规模的井喷式订单。

据了解，熔喷模头是熔喷布生产线的核心部件。熔喷布是口罩中间的过滤层，其纤维直径只有头发丝的三十分之一，被称为口罩的“心脏”。作为行业“隐形冠军”，精诚时代集团生产的熔喷模头，应用于国内80%的高端熔喷布生产线上。

“制造业的核心竞争力在于创新。坚持自力更生、坚持自主创新，精诚永远在努力。”梁斌说，熔喷模头精度要求高，加工难度大，全球生产高端熔喷模头的企业屈指可数。为尽快突破技术壁垒，多年来，精诚时代集团矢志创新，一方面加强基础研发投入力度，另一方面注重产品技术积累，并从软件分析系统、精密加工设备、人才团队培养等多方面加强创新能力建设，朝着国际一流水平迈进。

今年是研发部工程师马世新在精诚时代集团工作的第15个年头。从入职那天开始，他便从事模具设计研究，一路带领团队从最初3个人发展到如今的30多人规模。他和科研团队十几年如一日，坚持科研攻关，最终通过优化设备地热循环、新风系统等技术，在节能30%的同时有效提升了熔喷模头精度，一举打破了国外技术垄断。

“我们想通过努力，改变世界对中国制造的认知。”马世新说。

随着企业自主创新能力不断提升，精诚时代集团在全球细分行业中脱颖而出。目前，公司产能长期保持同行业第一位，品牌影响力名列世界前茅，产品广泛应用于太阳能胶膜、食品医药包装、电子类、新能源汽车等多个领域。

面对汹涌而来的订单，精诚时代集团创造性地运用数字化技术破解产能不足难题。企业开发出了不停产监测中心、设备资源可视化中心、透明化生产等模块，并与指挥中心快速联动。得益于数字技术的支持，如今设计、采购、生产、包装、发货等各流程的所有情况均可在电子大屏上实时了解，所有信息听得清、看得见、管得住。

“在数字化智能系统精密调控下，我们从按月制订生产计划改为按天制订生产计划，并将生产进度从以天为单位细化到以小时为单位。同时，定机、定人、定料，确保加工设备利用率提至最高水平。”公司企业信息化专员徐潜说，目前公司每套设备、每个班组都与智能系统相关联，便于收集各类生产信息。两个多月来，企业200多台数控加工设备24小时开动，一刻不停地生产加工模头。

“我们经受住了疫情的全方位考验，在磨难中成长了。”梁斌坚信，随着中国经济加快恢复常态，我国制造业企业定能化危为机、奋发有为，用实际行动在世界舞台上擦亮“中国制造”底色。

“80后”创立梅花鹿养殖合作社——

# 生财有“鹿”

本报记者 余 健 通讯员 阿茹娜 张泽蒙

俗话说“鹿身百宝”，鹿茸、鹿角帽、鹿胎、鹿心血等都属名贵药材。

在内蒙古自治区兴安盟科尔沁右翼中旗吐列毛杜镇和日木嘎查，有一位“80后”小伙儿，通过养殖梅花鹿、种植地道药材，生财有“鹿”，带领13户建档立卡贫困户脱贫致富。

走进兴安盟王金钢梅花鹿养殖合作社，首先映入眼帘的是一排排整齐的鹿舍和跳脱可爱的梅花鹿。春季正值梅花鹿长茸季节，舍内的公鹿正用力在围杆上磨着“鹿角帽”，以便脱落长茸。

合作社创始人王金钢毕业于内蒙古医科大学蒙药学专业，多年的学习和工作经历，让他深知鹿产品的药用价值和市场需求。2016年，27岁的他回到家乡，在当地政府协调帮助下，花一年半时间建设起占地面积1.2万平方米的合作社，养殖梅花鹿。

王金钢告诉记者，相较于牛羊养殖，养殖梅花鹿不需要那么多劳动力，饲草料成本也可以降低三分之一左右。而且，梅花鹿肉市场供应不足，价格较高，鹿茸又是名贵药材，市场需求量很大，最近几年的价格也比较理想。

吃得少，长得快，浑身上下都是宝，这让王金钢坚定了养殖梅花鹿的信心。2017年10月份，合作社引进首批30头幼鹿饲养，次年7月份便收获了第一批鹿茸。“每头鹿每年可割两次鹿茸，每年能割6斤左右，每斤鹿茸的市场价格达到1200元，一头鹿仅鹿茸一项的年收入就可达7000多元。”王金钢告诉记者，考虑到合作社的长远发展，目前他正动员村民种植黄芪、甘草、苦参等多年生根系蒙药药材，一方面打造绿色蒙药药材品牌，带动村民致富；另一方面，将药材地上部分的藤叶做成饲料喂养梅花鹿，在进一步降低养殖成本的同时提高梅花鹿肉的品质。

“到2018年前后，我们合作社已经基本形成集种植、养殖、生产、销售为一体的全产业链条，仅鹿产品就达到17种。”王金钢介绍，为带动周边农牧民养殖梅花鹿，实现脱贫致富奔小康的目标，合作社采取会员模式，为有意养殖梅花鹿的农牧民免费提供技术服务。同时，合作社还为产业入股的建档立卡贫困户按18%分红，成为当地分红比例最高的养殖合作社。

建档立卡贫困户陈六斤就是王金钢梅花鹿养殖合作社入股分红的受益者。陈六斤家有4口人，他和妻子身体都不好，无劳动能力，大儿子患有重疾，小儿子去年刚上大学。听说王金钢成立梅花鹿养殖合作社后，他们全家决定试一试，入股合作社成为社员。“从来没想过不用我们出力还能拿到分红，过去我们一年收入一共也就几千元，现在加入合作社后，一年仅分红就有4000多元。孩子的学费算是有着落了。”陈六斤说。

心中有“鹿”，志在前方。随着合作社不断发展壮大，王金钢也收获了诸多荣誉，先后获得“2017内蒙古最美创客”、“十佳诚信经理人”、内蒙古医科大学“优秀创业就业人才”等荣誉称号。

王金钢告诉记者，下一步他计划继续扩大养殖规模，完善产业链，带动更多农牧民走上增收致富之路。

图为兴安盟王金钢梅花鹿养殖合作社的梅花鹿群。 周新育摄（中经视觉）

创之道

北京远鉴信息技术有限公司专注声纹识别——

# 闻“声”而动

本报记者 董碧娟

“喵呜——”近日，记者来到北京远鉴信息技术有限公司位于北京西四环的办公区。许是听到了陌生人的脚步声，一只员工养的小猫率先迎了上来。这只名叫“小哼”的猫咪似乎有当“公司代言”的潜质——大胆、热情、友好，对声音极度敏感。

2014年，由中国科学院自动化所、清华大学等科研院所专业人员组成的远鉴技术团队敏锐觉察到，在人工智能赛道中，“声纹”是被严重低估的领域。他们立即闻“声”而动，开启了声纹技术产业化征程。

远鉴首席科学家郑榕是中国科学院自动化所的博士，从事声纹研究超过16年。和他接触，第一感觉是低调，但只要谈起声纹技术，他就会亢奋起来，眼睛里闪着光。

“声纹就是一个人声音的特征，反映其发声生理器官和说话习惯的特异性。无论一个人是不是在模仿别人说话，也无论他说的是普通话还是方言，只要其声道结构不发生本质变化，通过声纹就能准确识别其身份。”郑榕说。

“目前，国内声纹技术水平已经与国外并驾齐驱，在某些领域的应用水平甚至更高。其中一个重要原因就是国内数字经济、移动互联网发展迅猛，为声纹技术的锤炼完善提供了极为丰富的应用场景和海量数据。”郑榕说，声纹技术发展到现在，竞争的关键点已经转变为谁能开发出适用于细分场景的精准解决方案。

要领先于人，不仅需要闯劲，更需要韧劲。近年来，远鉴技术团队日复一日地开展试验攻关。他们将实际场景下的数据作为支持自身成长的“富矿”，不断开展深度学习，让声纹技术成为一把造福于民的“利器”。比如，某市公安部门就利用远鉴的声纹技术，抓获了超过100人的电信诈骗团伙，这也是国内首起主要利用声纹技术破获的大型案件。

经过连续多年的潜心钻研，远鉴逐渐在业界崭露头角，成为人工智能领域的“隐形冠军”。

不过，成为“隐形冠军”仅仅是一个新的起点。工作人员告诉记者，“跨信道”是声纹识别领域的一大难题，如果不能解决好这一难题，声纹技术的实际应用效果将大打折扣。

2018年，远鉴率先攻克了“跨信道”声纹比对这一业界难题。他们针对麦克风、固定电话、手机、APP等不同信道，成功实现高准确率比对，技术水平上了一个大台阶。

2019年，远鉴参加了中央网信办、工业和信息化部、公安部共同指导的“中国人工智能多媒体信息识别技术竞赛”，并从上百支参赛队伍中脱颖而出，获得声纹识别冠军，获评最高等级的A级单位。

目前，远鉴的声纹技术正在金融领域大放异彩。据远鉴公司有关负责人介绍，在招商银行信用卡中心举行的声纹技术选型评测中，远鉴在电话呼叫中心声纹评测和掌上生活APP声纹评测中均取得第一名的好成绩。在交通银行信用卡中心举办的呼叫中心声纹技术选型评测中，远鉴评测指标甚至超越了不少国际巨头。

据远鉴副总裁孙国锋介绍，除了在技术上领先外，远鉴还尤其擅长将人工智能技术与行业应用结合，特别是围绕网络空间治理、社会综合治理、民生服务等领域提供服务。如在社会公共安全领域，远鉴通过声纹识别和声纹大数据技术支持反电信诈骗、反恐、刑事案件侦破以及身份查询、核验等。

伴随着声纹技术商业化时代的到来，远鉴服务的行业和客户快速扩张，营收也呈倍速增长态势。“我们心中的远鉴是技术创新驱动型企业，我们要做一家拥有核心技术并且在国际舞台上有一定技术话语权的企业。”孙国锋说。