

# 2020中国(太原)人工智能大会亮点纷呈

10月31日上午9时,“聚焦六新蹚新路、项目为王促转型”2020中国(太原)人工智能大会在太原煤炭交易中心举行开幕式。

本次大会为期两天,10月31日至11月1日。包括人工智能大会、人工智能主题展览、全国高校人工智能学院院长/系主任论坛、“5G+工业互联网”论坛。

大会主题展览于10月31日至11月2日同时举行,占地4500余平方米,40家人工智能和机器

人企业参展。共300多项智能产品,集中展示了当前人工智能产业核心技术、产品、创新成果,一定会让你眼界大开。

## 跳舞机器人

“我们一起学猫叫,一起喵喵喵喵…”会议中心西侧,一群跳舞的机器人被强烈围观。据介绍,这款机器人可以拟人做18个动作,每一个关节都特别灵活,主要应用于大学生实验室研究。

## 智能电子狗

齐步走、翻个跟头、转个圈……在杭州宇树科技展厅,一大一小两只电子狗引得大家驻足观看。电子狗装有高清摄像头,可以通过APP连接到手机。据负责人介绍,它们可以应用于物流配送、煤矿勘测、消防救援、夜间巡逻等,行走速度能达到3.3米/秒。

## 中医四诊仪

望、闻、问、切一台机器便可实现中医四诊。智能中医四诊仪由中北大学和山西中医药大学合作研发,将人工技术与中医相结合,通过对人体进行数字化诊疗,给出最佳的调理方案。

## AI虚拟主播

这是一套超硬核的产品,基于科大讯飞语音合成、图像处理,以及机器翻译等人工智能核心技术。主播可以随时切换多种语言进行实时播报,并支持文本到视频的直接输出。

## AI场景体验

在罗克佳华科技集团股份有限公司体验区,大家可以实际感受区域入侵、安全帽佩戴、未戴口罩三类场景的智能识别。应用于疫情防控上,未戴口罩的人员会通过AI算法被摄像头及时捕捉,并展示在大屏幕上。

## 特种机器人

灭火机器人、矿用机器人、巡检机器人……在中信重工开诚智能展厅,作用于煤矿以及消防的6个机器人尽显身手。它们担负着煤矿井下等危险作业场所的智能巡检工作。具备听觉、视觉和热感检测分析等功能,成功地将AI技术运用到工业领域。

此外,华为的“城市智能体”线上AI展示,自动驾驶网络;科大讯飞带来的讯飞翻译机、阿尔法蛋、讯飞智能录音笔等,也很新鲜、有趣。来源:太原晚报



图片来源:山西新闻网

# 敲黑板:“双11”促销套路有哪些?

今年“双11”,各大电商平台提前掀起一波促销高潮,销售周期比往年延长,从11月初拉长至明年春节前夕,再加上商家多种多样的“满减”“补贴”等促销手段,让广大消费者“目不暇接”“眼花缭乱”,甚至感觉不买就吃亏了。中国消费者协会结合近年来消费纠纷调查,提醒消费者理性消费,谨防促销套路。

## 直播带货“槽点”多

各大电商平台的主播们卖力讲解、分享体验,加上粉丝们刷屏的评论,吸引了众多消费者通过直播下单购物。当前,网络直播的购物方式越来越普及,同时也隐藏着一些消费陷阱。

据中消协调查统计,消费者投诉的“槽点”主要有:直播带货商家未能充分履行证照信息公示义务;部分主播在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词等违规宣传问题;产品质量货不对板,兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等;直播刷粉丝数据、销售量刷单造假“杀雏”;主播将消费者引至第三方,该平台信用资质不佳或是引诱消费者进行私下交易;部分商品售后无保障,消费者难享“三包”权利等。

中消协提示:消费者要提前做好“功课”,不被各种“假优惠”陷阱误导。建议消费者不轻信商家的“特价”“清仓价”“全网最低价”等宣传,购买商品前要货比三家,先了解商品的大概市场价格,再对商家促销活动是否有实际优惠进行评估,警惕“明降实涨”等价格陷阱,避免受不实促销诱惑而冲动消费。

## 优惠活动“水分”多

红包活动一直以来是各大电商平台吸引用户、提升销量的惯用手段,有时候这些红包活动看似优惠多多,实际上却很鸡肋。

有消费者反映其在某网络购物平台参加抢红包活动,一共抢到了900多个红包,但实际优惠金额累计不到10元,花费了很大精力,最后只有满满的失落感;有的商家使用“限时抢购”“爆款秒杀”“巨惠

特卖”等极具诱惑力的宣传用语来吸引消费者下单,实际上是“先涨后降”的套路;还有的优惠活动可能就消费期限、商品品类、消费金额等设置一定的“门槛”,消费者达不到这些门槛,就不能享受到优惠。

在“双11”等大促活动期间,部分平台、商家以促销活动的名义进行推广,表面上是让利消费者,实则清库存,甚至借助低价来推销其劣质商品,消费者一旦禁不住诱惑就很容易上当受骗,引发消费纠纷。

中消协提示:面对各种促销、优惠广告,消费者首先要保持理智,树立科学消费、理性消费意识,根据自己或者家庭的实际需求选购商品,不被商家的各种促销活动冲昏头脑。在面对商家为“清库存”而进行大促时,消费者最好先清理一下自己的“库存”,也许家里还囤积着上次大促时血拼的商品。因此,建议消费者量需而入,千万不要为自己并不需要的物品再浪费精力和金钱了。

## 售后服务诟病多

一些商家重视销售,轻视售后服务,如不履行七日无理由退货规定、不向消费者提供购物发票、售后电话无人接听形同虚设、商品存在明显的质量问题却要求消费者去鉴

定、不履行“三包”义务、对消费者退货或者退款请求拖延处理等。

有的商家为了冲击销量而虚标库存,还有的商家打出“秒杀”“竞拍”等低价促销活动,吸引大量消费者下单购买后,商家或是迟迟不发货等待消费者主动取消订单,或是以“订单异常”“商品缺货”“操作失误”“系统错误”等借口为由单方面强制“砍单”,由于下单的消费者数量较多,若商家不能妥善处理,极易引发群体性消费纠纷。

中消协提示:资质齐全、信誉较高的商家,其经营行为相对较为规范,商品质量和售后服务等也有较高的保障。消费者千万不能贪图价格便宜就登录陌生网站或者点击不明链接进行交易,更不要随意添加陌生人的微信、QQ等进行私下交易,以免吃亏上当。

消费者要注意索取并保存购物凭证以及相应的商家承诺,通过网络购物的,还应将订单信息、购物聊天记录等留存,作为维权证据。发生消费纠纷时,可先与商家以及平台进行沟通,如联系不上或者无法达成一致的,可向12315或者消协组织进行投诉,也可以通过向仲裁机构提请仲裁、向人民法院提起诉讼等方式维护自身合法权益。来源:新华社

(上接第一版)沟通的基本要求是主动。管理者必须重视与职工的沟通,乐于交流重要信息,善于倾听,并愿意花时间与职工交谈,倾听他们的心声,了解他们的需求,解答他们的疑问,并通过交流传达企业的发展方向与前景规划,树立职工信心,增强企业荣誉感。在推行“一人一月一精细”初期,有人认为我每天就那样干工作,已经习以为常,通过专业技术人员耐心指导并鼓励他这样干工作效果会更好,善于接纳自己的短处和别人的长处,首先尝试既得到了实惠又工作起来得心应手,自然而然带动身边人更好地创新,更加精细地工作。

保证双向沟通。有效沟通应是自上而下相结合的沟通。通常的沟通渠道包括鼓励和允许职工提出自己的问题和疑问,并由高层管理者亲自解答,方能消除心中的疑惑。有一位职工善于学习钻研业务,在优化运行参数方面做出了一些成绩,但由于个别同事的不认可,还说风凉话刺激他,极大地打击了他的积极性,颓废消极的工作态度影响了整个班组向上向好的发展。只有采取制度优势加以激励,才能激发他蛰伏的发展潜能。



11月2日,在澳大利亚悉尼,市民在悉尼歌剧院对岸跑步。

澳大利亚悉尼歌剧院今年3月因新冠肺炎疫情关闭后,于11月1日晚间重新向观众开放。新华社记者 白雪飞摄