



· 市场扫描 ·

· 市场漫话 ·

“聪明”机器人，赋能美好生活

■ 本报记者 朱卓

随着人口老龄化程度加深和劳动力成本上升,加上“无接触服务”的市场需求增长,如今,服务型机器人的应用场景不断增加,在商超、餐馆、酒店、医院等行业领域,机器人正“大放异彩”。近日,记者走访相关使用者、生产企业等,对服务机器人市场一探究竟。

省钱又省力,机器人“上岗”降成本

4月20日上午11时,走进合肥市瑶海区的孙府大院(宝业店)餐馆,迎接顾客的并不是前台接待人员,而是一台会“说话”和“走路”的机器人。它时而“站在”门口播放歌曲吸引顾客,时而忙着给顾客“递上”菜单,时而“领着”顾客去包厢……“聪明”机器人吸引了不少小朋友和家长与其互动。

“去年刚开业时就用了机器人,目前店里一共有三台,两台用来送餐,另一台用来迎宾。的确挺智能的,和人相遇时,还会自动让路。”孙府大院(宝业店)主管胡茂琴笑着说,“大家都很喜欢这些机器人,部分顾客会要求让机器人送菜,碰上顾客过生日,机器人还可以一路“唱”着生日歌去送餐。”

科技发展及应用普及加速,越来越多的机器人出现在寻常百姓的生活中:家里,吸尘机器人打扫卫生;超市里,它们为大家送上一杯免费酸奶;在酒店,帮忙将客人外卖送到相应房间;在咖啡厅,调制出一杯杯咖啡供顾客饮用……服务机器人的应用,既为消费者带来了便捷和新奇的体验,也为服务企业减轻了缺工压力,降低人工成本。

临近用餐时间,胡茂琴告诉记者,得益于这些机器人,店里员工的工作量减轻了不少,“如果没有机器人,服务员需要不断在厨房和各个餐桌、包厢间奔波,特别是在用餐高峰期。现在这些事机器人都代做了,服务员可以更专心地服务客人,一台机器可以抵上1到2个员工”。

服务机器人的流行,也让生意人许加刚看到了商机。“目前,合肥地区的孙府大院、岸香咖啡、海底捞等餐饮店和足疗店等,很多分店都用上了我们的机器人。平均每个月能售卖100台左右。”从去年4月开始,许加刚便作为深圳普渡科技有限公司的经销商,销售各类服务机器人。他向记者介绍,根据功能的不同,机器人售价不一,每台2万元至3万元左右,“一台机器可以用好几年,对使用者来说,不仅节约人力成本,还能吸引客人”。

许加刚告诉记者,除了销售配送类机器人,疫情期间必备的“消杀”机器人等其他类型也在售卖中。

他对这个行业的市场前景很看好,未来服务机器人会越来越普遍。

从“功能”走向“智能”,应用场景不断拓宽

近日,在芜湖市鸠江区清风路上,一台自动驾驶冲洗车在道路中央缓缓前进,它将垃圾冲向一侧集中后,紧跟着的自动驾驶洗扫车便将集中的垃圾收集起来。所到之处,道路整洁干净,焕然一新。替代人工清扫,让机器来提供公共服务,如今我省各城市的主干道、辅道、人行道上,无人驾驶环卫车的身影越来越多。

“芜湖市鸠江区江南片区的环卫服务都是由酷哇提供的,已经投入了近50台自动驾驶设备,机械化程度大幅度提高。”安徽酷哇机器人有限公司副总经理鲁文君告诉记者,相对于传统环卫车辆,自动驾驶环卫车的作业内容由系统完成,大幅降低了驾驶员劳动强度。作业行进速度也大幅提升,作业效率提高一倍以上。鲁文君说:“基于自动驾

驶和智能网联技术,公司构建了全新的智慧环卫系统,从智能、感知、网联、赋能四个方面全新定义智慧环卫,构建符合智慧化城市治理理念的应用体系。”

“机器人为居民提供公共服务,应用到更多的生活场景中已经是大势所趋。”鲁文君表示,目前,包括芜湖、长沙、成都、西安等在内的近20个城市都已经开展智慧环卫服务,酷哇在全国投入运营的各类智能车辆设备超过千台,过去三年内,销量一直保持3倍增速。

随着技术的不断突破,机器人会越来越“机智”,制造成本和价格也会降低。5G、人工智能、柔性关节等技术突破,数字化产业加速升级,正在让服务机器人从“功能”走向“智能”,从概念试点走向全面普及。

大众需求旺盛,服务机器人行业前景可观

在刚刚闭幕的北京冬奥会中,从冬奥村到各比赛场馆,巡检防疫机器人、引导机器人、送餐机器人、消杀机器人等智能又酷炫的服务机器人,在赛场内外不停忙碌。有人说,这就是一场现实版的科幻电影。据国家统计局数据显示,2021年,我国服务机器人产量921.44万套,同比增长48.9%。据亿欧智库测算,预计到2025年中国商用服务机器人市场将突破1000亿元。

“服务机器人市场呈现爆发式增长态势。”宋超介绍,疫情发生以来,一些“临危受命”的服务机器人送餐、送药,降低了医护人员被感染的概率,这使从业者意识到当下“无接触服务”需求旺盛,加快了布局步伐。其次,在劳动力短缺很难明显改善的情况下,通过服务型机器人代替人类进行基础服务,成为提升城

市服务业竞争力、降低居民生活成本的有效手段。

“新基建的落地也是服务机器人发展的重要驱动力之一,像5G、物联网、云计算,特别是像语义识别等人工智能技术的成熟,让服务类机器人一直以来的痛点,如不够智能、效率低等不足等问题得到优化,市场得以进一步拓宽。”宋超表示,服务机器人成为大众需求的时代,正在加速到来。

2018年7月,我省出台机器人产业十年发展规划,积极打造机器人全产业链发展高地。省政府办公厅印发的《安徽省机器人产业发展规划(2018—2027年)》中提出,在服务机器人领域,既要针对消防、救援、医疗等特殊用途需求研制特种服务机器人,又要面向消费升级需求加快批量生产消费服务机器人。

“价格方面,现在以3吨重的新能源车为例,每台的价格在20万元左右。受自动驾驶相关零部件价格、企业自身产能等多方面因素影响,成本会逐步降低。”鲁文君说,在深耕环卫行业的基础上,公司计划在物流和出行行业加大布局力度,将机器人投放到更多场所。

目前,我省拥有科大讯飞、酷哇、沪宁智能、惊天智能、三联机器人、安徽国购机器人、合肥赛为智能等多家服务机器人企业。安徽省服务机器人产业发展联盟秘书长宋超表示,面向民生方向的卫生防疫机器人、智慧养老机器人、智能环卫机器人、物流配送机器人、教育机器人、康复机器人、超市机器人都已经落地应用,服务机器人市场还将进一步拓宽。

计划到2022年末,形成完善的机器人产业体系,服务机器人在医疗康复、家庭娱乐服务、巡检安防等重点领域实现小批量生产及应用,打造8家左右行业“领跑者”企业(主营业务收入达到10亿元以上),培育15家左右单项冠军企业(零部件企业国内市场国产品牌占有率10%以上、细分领域机器人企业国内市场占有率30%以上)。



扫码阅读更多内容

自制食品上网,监管要紧跟“上线”

■ 何珂

近年来,自制食品大量出现在网络交易中,从咸菜、腊肉、腐乳到果酒、饼干和糕点,再到减肥酵素、压片糖果、中药茶饮,令人目不暇接。但与此同时,商家无生产经营资质、商品安全存疑等也被频频曝光。

自制食品因被商家打上“纯天然”“无添加”“手工制作”的标签以及独特的口味而广受欢迎。一

方面,自制食品的确丰富了市场,其中也不乏高品质产品,满足了部分人的消费需求;但另一方面,由此带来的消费纠纷也时常出现,屡屡证明“商家的一张嘴”靠不住,必须有标准而严格的监管。

自制食品上网,监管要紧跟“上线”。其实2016年出台的《网络食品安全违法行为查处办法》中就规定,入网食品生产经营者应当依法取得许可,按照许可的类别范围销售食品,按照许可的经营项目范围从事食品经营。也就是

说,通过电商平台、微信朋友圈销售网络自制食品,生产者、经营者必须取得食品生产许可或食品经营许可。另外《中华人民共和国食品安全法》也规定,平台方应对入网食品经营者进行实名登记,依法审查其许可证,如果发现违法行为,应立即制止并报告所在地人民政府食品安全监督管理部门。

眼下,自制食品仍有乱象,监管部门必须要进一步压实平台主体责任,敦促网络平台方

遵守法律规定,对入网食品经营者进行实名登记,审查其资质和许可证,发现违法行为立即停止提供服务。还要加强对网售食品的巡查,联合平台构建起更为便捷高效的预防机制,并及时对不履行监管责任和法定义务的平台与经营者依法实施惩戒。

消费者也应树立安全意识,选择商品时既要留意标签,又要注意收货查验;权益受损时,应积极大胆地向市场监管、消保委等部门投诉举报,倒逼网售自制食品行为合规。

民以食为天,食以安为先。无论是工业化产品,还是作坊式手作都必须符合食品安全标准。把好网售自制食品安全关,不断完善食品安全体系建设,才能让自制食品在安全的轨道上高质量发展,为广大消费者提供更多的美味,让消费者吃得安心、放心、舒心。

· 市场调查 ·

近期受疫情影响,“米袋子”“菜篮子”的供应情况备受关注——

全力保障民生供给 严查价格违法行为

■ 本报记者 彭园园

4月21日傍晚,在合肥市经开区一家生鲜超市,蔬菜货架上插着的提示板写着:“商品已陆续发往门店,无需囤货,请大商家理性购物。”记者环顾四周,除了个别蔬菜售罄,肉类、食用油、鸡蛋、牛奶等摆满了货架。

“近期,各门店都加大了生活必需品的储备量,增加补货频次。一旦出现台面断货,马上补齐。”谊品生鲜安徽区负责人魏正说,谊品生鲜的货源主要分两块,70%来自全国各产地,30%来自合肥周谷堆市场。为保证物流畅通,合肥市交通运输局已帮助统一办理了物流车辆通行证。近期,谊品生鲜正加紧和安徽本土的农业基地对接,签订意向合同,确保货源渠道稳定,防止外省的主产地受疫情影响导致运输不畅。

记者从合肥市商务局了解到,目前,合肥储备粮可满足3个月市场供应量,储备食用油可满足15天供应,猪肉蔬菜可满足10天供应,生活物资保障工作专班将根据市场需求随时组织货源,保障市民购买需求。另外,目前合肥市认定的粮油应急供应网点超过300家,认定蔬菜生产基地364家,可有效保障合肥市民生物资供应。

全力保障疫情期间市场价格秩序稳定,合肥市市场监管部门近期紧盯重要民生商品和防疫用品,严查快处哄抬价格、未明码标价等价格违法违规行为。4月19日,瑶海区市场监管局在现场检查中发现,某商户在销售黄瓜时,涉嫌捏造、散布涨价信息,扰乱市场价格秩序,执法人员现场责令该经营户立即改正,并对其价格违法行为立案调查,拟依法作出对当事人罚款10万元的行政处罚。

4月20日,合肥市庐阳区某商户涉嫌虚构原价,当事人主要从事净菜销售,在其经营现场商品标牌分别标注有2至3人超值套餐原价35.6元,现价24.9元;3至4人超值套餐原价54.5元,现价36.9元等内容,经查询当事人销售记录,发现当事人从未有标注的原价销售记录,涉嫌虚构商品原价。目前已依法对其进行立案调查。

合肥市市场监管局提醒广大消费者,如发现有不法商家趁疫情坐地起价、牟取暴利,可保留好相关证据向当地市场监管部门反映,或者拨打投诉举报电话12315,同时保持手机畅通,以便工作人员联系。

提质扩量 做强食品工业

■ 本报记者 汪国梁

近日,洽洽食品发布2021年报,去年实现营收59.85亿元,同比增加13.15%;净利润9.29亿元,同比增加15.35%。作为我省食品行业龙头企业,洽洽食品在宏观经济下行压力加大的背景下业绩表现良好,保持稳定增速,折射出安徽食品行业整体向好的发展态势。

食品行业是重要的民生产业,是保障和满足群众消费需求的重要支撑。近年来,我省食品行业顺应消费升级趋势,坚持绿色化、多元化、便捷化、品质化方向,优化产品结构,强化品牌建设,食品种类更加丰富,产品细分程度加深,新产品不断涌现,产业集聚势头更加明显。“十三五”末,全省共有食品生产企业1万余家,其中规上企业2183家,拥有9家主板上市公司。从区域看,皖北、皖中、沿江和皖南地区围绕特色和优势,均形成了具备一定规模和竞争力的主导产业。从优势产业看,白酒、坚果等行业分别拥有4家和2家上市公司,坚果市场占有率全国领先。

整体向好的发展态势下,我省食品工业也存在行业发展增速趋缓、龙头企业吸引力和品牌影响力有待加强、高品质产品供给不足等短板和问题。“十三五”期间,我省食品制造业利润增速高于全国10个百分点,农副食品加工业低于全国15个百分点,酒、饮料和精制茶制造业低于全国9.1个百分点。龙头企业规模偏小,在全国乃至国际上有影响力和知名度的企业数量偏少,牵引带动力有限。区域公共品牌对企业带动能力不够强、资源优势发挥尚有不足,部分行业企业品牌影响力和效益不高、知名品牌较少。

作为农业大省,我省发展食品产业有着独特优势,绿色食品产业已被省委、省政府纳入重点发展的十大新兴产业。近日,省经信厅出台《安徽省“十四五”食品工业发展规划》,提出“十四五”时期食品工业发展目标。全省食品工业企业规模总量力争达到4000亿元左右,食品工业利润占全省工业比重继续高于营业收入比重。形成一批产业规模大、专业化程度高、延伸配套性好、龙头牵引力强、产业融合度高的特色优势食品产业集群,食品工业综合竞争力有效增强。

聚焦发展目标,“十四五”期间,我省将实施食品工业“十个一批”行动,努力形成一批工业精品、一批工业创新示范企业、一批数字化智能化升级示范企业、一批绿色发展示范企业、一批工业互联网平台应用示范企业、一批“三品”示范企业、一批服务型制造示范企业、一批“专精特新”中小企业、一批公共服务平台和一批产业集群。以工业精品行动为例,将落实食品工业企业质量品牌主体责任,激发企业提升质量和品牌的内生动力,打造名企、名企、名牌、名家,培育品质卓越、技术领先、消费者认可、效益良好的安徽食品工业精品。随着规划的深入实施,安徽食品工业将迎来更好前景,加快实现从量的扩张向质的提升转变。