

网上中国

物联网、大数据、云计算、人工智能、无人机……“互联网+”技术正成为生态环境监管和污染防治不可或缺的手段。近年来，不少地方生态环境部门应用新的数字技术，探索环境治理模式，创新环境监管手段，拓展污染防治方式。随着中国生态环境治理“最强大脑”的形成，生态环境治理凭借数字技术，日益走向精细化、数据化、智能化。

打造智慧环保监测系统 搭建“生态云”大数据模型

# 生态治理有了“智慧大脑”

本报记者 高乔

两台植保无人机在山东省临沂市郯城县马头镇大丰收家庭农场进行水稻病虫害飞行作业。房德华摄（人民图片）

## 物联网架起“天罗地网”

100个固定扬尘监测点，20条公交线路，110辆出租车组成的移动监测点，覆盖全市道路、建筑工地等监测范围，实时更新监测数值，智能响应扬尘污染超标报警……近日，已投入使用的上海市环境保护信息中心扬尘在线监测系统，为上海市扬尘监测布下一张“天罗地网”。在上海市近日公布的《关于加快构建现代环境治理体系的实施意见》中，利用创新技术打造的智慧环保监测监控系统是一大亮点。

像这样综合运用物联网相关技术的环境监测系统，已成为全国多地加强生态治理的技术手段。一张张借助物联网构建的生态治理网络，让环境监测和污染防治变得更加精

细、更加具象。

专家指出，基于物联网技术搭建的“智慧环保”平台，通过全球定位系统、视频监控、卫星遥感、红外探测等技术，实时采集污染源、环境质量等信息，能实现生态环境管理相关信息的高效精准传递，高效助力污染源监控、环境质量检测、监督执法及管理决策等环保业务。

## 大数据精准识别污染源

近日，江苏省生态环境厅公布了一串令人振奋的数字：2020年上半年全省PM2.5浓度41微克/立方米，同比下降19.6%；优良天数比率78.7%，同比上升12.7个百分点，为2013年以来同期最优……这些数字的背后，是江苏生态环境大数据平台强大的技术支

持。该平台于2018年建成，涵盖了监测、监控、执法和执纪四大系统，集成各类生态环境数据50亿条。

这样依靠大数据、云计算等数字技术实现环境监测和污染防治的例子还有很多。今年8月，福建省生态环境厅与国网福建电力有限公司签署战略合作协议，研发“电力+环保”数据服务产品，辅助福建省生态环境大数据云平台决策分析。这个覆盖全省的“生态云”已应用于全省生态环境服务监测、监管、服务三大方面，通过关联分析等大数据算法，构建相关分析模型，研发环保数据产品，为相关部门提供重点企业排污监测、应急管控下停限产管理、“散乱污”用户分析等系列应用服务。

与大数据、云计算共同发挥环保作用的，还有人工智能、5G、遥感、无人机等多

项“互联网+”数字技术。广西玉林通过搭建大气环境网格化监管系统和环境综合治理可视化监控系统，构建智能化大气环境监测大数据平台，结合无人机巡查等方法，精准识别并处理污染源。

## “互联网+”助力环保经济“双赢”

2016年至2020年，中国政府相关部门相继出台《“互联网+”绿色生态三年行动方案》《生态环境大数据建设总体方案》《打赢蓝天保卫战三年行动计划》《关于促进生态环境科技成果转化指导意见》等行政法规与部门规章，从政策层面为数字技术在环境保护领域的应用提供法律保障和政策鼓励。

随着各地政府对生态环境管理工作的要

求提高，环保产业的市场空间加速释放，产业规模不断扩大。“互联网+”相关的新数字技术，逐渐在环境治理领域得到创新应用。生态环境部科技与财务司司长邹首民指出，随着一些关键技术的研发突破，在污染治理和生态修复方面的技术可达性更强、经济可行性更加合理，环境保护与经济发展更加协调。比如，水专项在钢铁、化工、造纸等重点行业废水治理技术上的突破，使得这些传统重污染行业实现了产能提升和污染减排的“双赢”。

“互联网+”在生态环境治理方面的应用，不仅直接作用于环境监测和污染防治等环保领域，也通过环保行业的技术创新和市场调节，实现环保与经济发展的双赢，形成“金山银山”与“绿水青山”的相互呼应。



在河北省邯郸市峰峰矿区智慧峰峰综合指挥中心，春光小学的学生们参观环保实时监控。



安徽省铜陵环保监测人员在滨江花园激光雷达大气监测站监测当天的大气环境。



河北省张家口市经开区森林公安局的民警正在运用智慧森林防火和生态保护系统进行森林防火监控。

互联网大咖秀



## 阿什拉·戈布林：重视对人才的投资

海外网 陈菲扬

Wave是一家屡获殊荣的财务管理软件公司，总部位于加拿大，公司提供软件解决方案和相关服务，帮助小企业管理财务。阿什拉·戈布林（Ashira Gobrin）是公司首席人力官。她是一位卓越的管理者，专注于赋予人们充分发挥潜力的能力。

阿什拉1997年进入网页设计公司，开始了她的职业生涯。多年来，她在广告、在线市场研究和软件开发行业的国际科技公司中建立了高水平的团队。她曾领导了加拿大科技公司Vision Critical全球业务的规模优化，实

现了公司业绩的大幅度增长。

2015年，阿什拉进入金融科技公司Wave，出任公司首席人力官。她拥有领导技术公司的丰富经验，并将实干的工作风格与提升全公司员工敬业度、提高公司收入的能力结合在一起，通过全面的人力资源战略来提高企业绩效。目前，她专注于打造一个世界级的团队，带领Wave公司实现进一步增长。

一直以来，阿什拉被认为是一个变革的倡导者，更是一个天生的管理者。她表示，她十分喜欢科技发展的速度、变化的动力、创新性以及不可预测性。在她20多年的职业生涯中，她能做到真正的成功，不是对流程和系统的投资，而是对人的投资。“我现在的角色是通过对员工的投资，建立一种与业务绩效直接相关的企业文化来帮助首席执行官发展业务，这也是我现在每天都在做的事情。”她说。

Wave公司提供专门设计的软件解决方案和相关服务，使小企业主能够简化他们的财务，同时给他们更多的信心来经营他们的企业。超过40万家小企业依靠Wave提高其盈利能力并缓解压力。阿什拉卓越的指导为Wave赢得了广泛的认可，公司在增长、创新和企业文化方面获得了无数的奖项，并连续4年获得加拿大“最佳工作场所”的认证。“Wave公司是一个拥有近300名员工的工作场所，他们把自己的才华、时间和精力都集中在我们的客户——小企业主身上。我们对员工的坚定信任和支持，使我们取得了令人瞩目的成就。”阿什拉说。

图片来源：Wave公司官网

以互联网思维“玩转”线上市场

## 新潮饮品“云上”火起来

海外网 李雪钦

近年来，中国众多饮品企业紧跟市场变化，借助大数据等信息手段，以互联网思维“玩转”线上市场。业内人士指出，伴随消费习惯的转变，个性化、品质化已成为饮品消费新特点，相关企业要瞄准市场新变化，加大营销方式创新力度，同时紧跟社交网络、粉丝经济的发展，拓宽消费场景，不断满足人们的消费新需求。

### “重做”传统行业

说起今年较火的饮料品牌，许多人会提及“元气森林”。作为一个成立仅4年的新兴品牌，元气森林以“互联网+”的模式在电商平台上飞速发展。数据显示，2020年上半年元气森林的销量超过8亿元人民币，在今年“6·18”促销中夺得了天猫饮料类目的销量冠军。

业内人士指出，元气森林精准判断消费趋势，擅长在新的流量渠道做营销，“产品+营销+渠道”是其崛起的关键。比如在抖音、快手、小红书等新渠道广泛“种草”，产出相关短视频和图文内容，吸引消费者尝鲜。

网上晒产品，“云端”育新机。过去说“酒香不怕巷子深”，随着时代变迁，这句话被赋予了新的理解。酷客酱酒创始人王为表示，现在巷子的定义不再局限于地理上，借助互联网的发展，巷子可以是一种媒介，也可以是一个社群，我们要更好地借助各种信息巷子、抖音巷子、微信巷子、微博巷

子等，做好产品的线上营销。为此，酷客首创新玩法，通过寓教于乐的方式让消费者亲身体验酒的品鉴知识，同时拍摄酷客文化纪录片、知识短片、人文电影，360度开放工厂，出版酷客文集，让消费者深度了解酒文化的内核。“我们想把消费者当朋友，成为新时代互联网背景下中国新白酒文化的孵化地，对白酒的销售渠道、消费场景和消费方式进行根本性重构。”王为认为，当下很多传统行业都值得“重做一遍”，即拥抱新经济、新零售、新消费，通过互联网手段实现转型升级。

### 打造“粉丝经济”

在互联网时代，粉丝经济和社群经济是一种得人心、见效快、扎根深的好方法。以高品质产品为核心，借助互联网运营手段，发展属于自己的粉丝和社群，是传统行业需要掌握的新型营销思维。“得粉丝者得未来，得社群者得未来。我们不能只有消费者，必须有粉丝，粉丝怎么来？需要做好‘产品认知’这

项功课，产品的品质和文化深入人心，人们便自然而然地成为粉丝。粉丝与粉丝聚集在一起，便形成了社群。”王为说。

当下，众多饮品企业在粉丝运营方面进行了新的探索。如酷客酱酒从起步阶段就以粉丝为运营核心来拉动消费，通过厂家、粉丝、消费者三者的联动，不但加快销售速度，也打通消费者反馈的信息壁垒。

而喜茶、奈雪的茶这些新式茶饮之所以能够成为市场新宠，也离不开社交营销和粉丝经济的功劳。比如喜茶打造了不同风格的门店，不仅颜值高，而且提供沉浸式体验，激起消费者的分享欲，使实体店成为消费者的网红打卡点，为年轻人提供社交谈资，让消费者成为品牌传播媒介，以低成本获得流量裂变。

当前，饮品行业的整体电商化程度还较低。商务部公开数据显示，该品类网络销售渗透度低于5%。专家表示，饮品企业向线上转型是大势所趋，应抓紧把握时机，积极探索新型互联网推广手段和数字营销策略。

在浙江舟山市六横社会治理与政务服务中心，5G智能机器人“小六”格外显眼。据了解，“小六”具有语言沟通、个性化回答、语音引导、精准定位、政务解答等功能。图为5G智能机器人“小六”正在提供政务服务。

陈永建摄（人民图片）

