数据“钻石矿”受青睐

本报记者　**邱海峰**

事件新闻

数字经济、区块链、数据共享与开放、人工智能、智能制造……这些代表当今时代最新发展趋势的领域，成为日前在贵阳举行的2017中国国际大数据产业博览会关注的焦点。业内人士指出，以云计算、大数据、物联网、人工智能等为代表的新经济正在茁壮成长，正引领人类社会由工业经济时代进入数字经济时代。深挖数据“钻石矿”，将成为未来的重要趋势。

图为贵州大数据综合试验区展示中心内的“时光隧道”
刘　续摄（**新华社**发）

【智能技术显身手】

本次数博会上，科大讯飞带来的语音识别技术，能够在现场嘉宾演讲的同时，将语音转变成文字实录，其几乎完美的准确率惊艳众人，让不少与会者感叹。“我现在讲话，软件就能根据我的讲话实时地转化成中文和英文。”中国科学院院长白春礼说。

这种转写迅速又能自动纠错的智能字幕很快引起关注。“感觉无形的声音穿上了有形的文字‘外衣’，真是一项‘黑科技’。”一名参加开幕式的企业代表感叹道。现场一名来自埃及的外国记者说：“以往单纯靠翻译机听会还是很难理解会议内容。今天除了能听，还能看字幕，会议内容更直观。”

“刷脸支付”是支付领域的一项“黑科技”。人们不用携带手机，刷脸就能够完成支付。如何保障支付安全，是开发商重点解决的问题。工作人员介绍：“它不是一个普通的照相机，它采用了一种3D活体红外技术，会从人的脸部提取600多个点进行交互验证，所以它的正确性和安全性是非常高的。”

据了解，本次数博会还发布了2017中国“十大黑科技”，“黑科技”并非一个正式的称谓，它一般指具有突破性、开拓性，超越现有科技水平乃至具有划时代意义的高科技产品。以本次亮相的黑科技为例，中国光量子计算机是世界上第一台超越早期经典计算机的光量子计算机，这个“世界首台”是货真价实的“中国造”；海云数据的唇语识别技术，打破了原先只能识别英语的技术局限，开创了中文唇语识别的研究先河，并将中文和英文唇语识别模型准确率提高到71%和80%……

【大数据提供支撑】

值得注意的是，智能技术的快速发展与大数据息息相关。科大讯飞执行总裁胡郁说，讯飞语音两年前就开发出来了，产品一直都在不断学习和完善，现在比之前更智能。正是借助互联网大数据、“深度学习”技术以及先进的运算平台，人工智能技术迎来了新的突破。

关于大数据与人工智能，中国工程院院士倪光南在会上演讲时借用了一个形象的比喻：人工智能系统如果是一个飞行器的话，那么“深度学习”是“引擎”，超算平台是载体，大数据则是最重要的“燃料”。“大数据能帮助人工智能‘学习’，在人工智能助力下也能更好地处理和分析数据。两者之间相互促进、紧密结合，将推动彼此共同发展。”倪光南说。

大数据的快速发展，也为生活带来了更多便利。中国科学院云计算产业技术创新与育成中心主任季统凯表示，“云上贵州”政务平台就是典型的例子，它将全省各级各部门的政务民生服务应用进行移动化和标准化改造并统一汇聚，实现统一对外推广和提供服务，也使得政府各部门之间形成信息共享，有效提高了政务处理效率。这就是云端大数据给生活带来的便利。

与此同时，在打击网络犯罪方面，大数据也发挥着巨大作用。来自阿里巴巴的数据显示，2016年，阿里安全部运用大数据技术协助公安机关打击互联网犯罪，主动推送线索打击9691人。“有了大数据的支撑，我们可以在海量数据中挖掘、找出犯罪的规律和趋势，推动打击犯罪由犯案后侦查转向犯案前预警、预防。其中，电信诈骗案件从去年的9月份至今已经连续下降。”公安部刑侦局政委曾海燕说。

【数字经济大时代】

“当前，一些国家的政府已将大数据视为‘未来的新石油’，甚至被认为已经超过石油的价值，成为当今时代经济发展的重要生产要素，成为数字经济中的‘货币’。”贵州省人大常委会副主任傅传耀表示，而在当今世界经济缓慢增长的背景下，数字经济已经成为全球经济增长的新动能和新引擎。

与此同时，在数字经济大时代下，面临冲击的传统制造业也开始寻求数字化转型。腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾说，当前，实体经济正在全面数字化转型，未来数字化将会进入到实体经济的每一个角落里。

工信部信息中心主任孙蔚敏则认为，数字经济是振兴实体经济发展的精兵利器，数字经济与传统产业融合创新，必将催生大批新业态、新模式。因此必须加快数字经济与实体经济的融合发展。

图为参观者体验刷脸支付
陶　亮摄（**新华社**发）

焦点瞬间

“七彩花园”中练瑜伽

5月30日，江苏无锡瑜伽爱好者走进雪浪山下“七彩花园”内进行瑜伽训练，备战将在6月21日举办的“2017中国（无锡）国际瑜伽节”。

右图：无锡雪浪山下，瑜伽爱好者感受人与自然的和谐之美。

上图：瑜伽爱好者摆出的造型。

潘　部摄（**中新社**发）

59岁的“网红”协警

孙　燕

近日，朋友圈里突然转起了一幅画。这幅画，画的是杭州一名协警，名字叫“协警老黄”。画中的协警老黄，架着一副眼镜，吹着哨子，一只手拿着“停”的牌子，另一只手戴着手套正在指挥。画边上还配了一段文字：高度近视的协警黄国平却配合民警查获了全队最多限行车辆。

协警老黄是谁？

画的作者是江干交警大队的教导员傅渊。傅渊说，协警老黄是他的工作伙伴，今年已经59岁了，他鼻子上的眼镜度数高达1200度。但就是这样的一个老黄，做事情特别认真。

有一天在监控视频里看到他在车流中穿梭，傅渊一下子就被感动到了。

傅渊画老黄，花了半个月。“每天我都会画一点，有两个晚上画到了凌晨1点。”傅渊告诉记者，去年，老黄在艮山西路凯旋路路口查获了7000多辆限行车辆，占了全中队的65%；今年以来，他查获了2000多辆，占了全队的77%。

“老当益壮。”老黄搭档的另一位交警这样评价他。近日，傅渊把他画的“协警老黄”发在朋友圈，马上就被很多人转了起来。

老黄真那么厉害？

记者近日来到艮山西路凯旋路路口。架着厚厚镜片的老黄，穿着协警背心，吹起嘹亮的哨声，挥动着手臂，记者见到的老黄与傅渊笔下的如出一辙。1米77的他，身材均匀，显年轻，脸上的皮肤有点微红。

因为这个特点，老黄还被人投诉过，对方说他“喝了酒上岗”，后来是现场检测，才消除了误会。其实，老黄的皮肤黑里泛红是因为过敏，“夏天晒了皮肤就会变红，冬天皮肤会开裂，抹再多面霜也没用。”

我问老黄，那么高的近视是真的吗？老黄点点头笑了。老黄说，或许是遗传的因素，打上学起，他就一直架着1200度的眼镜。但是老黄并没有觉得高度近视是个负担，“戴上眼镜，视力1.0左右，查违法，看得很清楚。”老黄笑笑说。

12年前，老黄从杭州某丝绸厂下岗，因为家住在闸弄口，那年刚好招协警，他就去应聘了。他的日常工作很琐碎，发生简易的事故，协调一下，劝劝行人不要闯红灯，劝劝骑车人不要带人……

6年前，杭州开始限行，在艮山西路凯旋路路口只有他一个协警，早晚上下班高峰，老黄一定会在这里，火眼金睛拦下每一辆想闯关的车辆。有时候拦下车，司机一看他穿着协警制服不服气，不愿意拿出驾驶证行驶证。老黄说，他会告诉司机，在这里被拦下处理，可以停到边上免费的停车场，等到限行结束再进城，耐心解释之后，司机一般都会明白利弊，默默接受处罚。

他的秘诀是什么？

去年，老黄所在的路口查获了占他们中队65%的限行车，老黄到底有什么秘籍？套用古文里的一句话——“无他，唯手熟尔”。

该路口是限行区域的边界，彭埠高速下来进城的外地车辆特别多，有不少外地司机会忘记限行规定。老黄的经验特别丰富，鲜有漏网之鱼，“看着车开过来的轨迹，我就能大致判断这辆是不是限行车辆。”老黄说，“一些高速下来的外地限行车辆，抱着侥幸心理，开车时歪歪扭扭想避开，停车时，与前面一辆车的距离会特别近，以为这样能遮挡我们的视线，但这样反而更会引起我们的注意。”

与各种人打交道，老黄有自己的处世之道，他从来不跟人红脸，每次都是和和气气地讲道理，“如果有人当面说几句难听的话，我就当没听到。”老黄说。

图为傅渊画的『协警老黄』

他还会干下去吗？

除了指挥，经常会有人过来问路。老黄是土生土长的杭州人，这一点难不倒他，“每次听到他们对我说谢谢，我就很开心了”。

原本55岁就能退休的老黄，这一干，又多干了4年。他的儿子儿媳都在上海定居，妻子平时也住在上海照顾孙子，但是老黄为这份工作选择一个人留在了杭州。这个端午，老黄上两天班，妻子从上海赶来陪他。明年3月，老黄正式满60岁了，还会继续干下去吗？

“我其实身体也不好，腰椎也不好。”老黄笑着说，到时候看喽。

（据《钱江晚报》）

时事点评

文创产品仅靠卖萌还不够

邓海建

萌逗的李白来了。近日，一组名为“唐朝那些人和事”的微信表情包在网上走红，逗趣轻松，备受追捧。这组表情包是由法国设计师美珊创作的，一共16个，主人公分别是“李小白”和“唐萝莉”。这组虚拟形象既丰富了社交软件的图画语言，又传递了大唐丝路文化。

轻思维、巧传播，文创产品从曲高和寡的阳春白雪，转变为吸粉无数的寻常物件。这种轻松而时髦的表达方式，显然号准了时代的脉搏，在“脾性”与“颜值”上让文创产品走进了普通百姓的心。作为艺术衍生品的一种，文创产品具有典型的原生艺术品的美学特质、人文精神、创新价值，但它更强调对艺术的解构与重建，在独特的思维逻辑之下，将抽象的艺术表达具象化、功能化、场景化、生活化。

相较于正襟危坐的学术表达，“唐朝那些人和事”的微信表情包可谓“轻减版”：轻装上阵，轻松表达。这让人联想起“故宫出品”的胶带纸、手账本等。截至去年年底，北京故宫博物院共研发文创产品9170种，仅去年销售收入就达10亿元。这些散发着故宫气质的产品，以“润物细无声”的方式，载着故宫的厚重历史与浩荡文化，真正“飞入寻常百姓家”。文化与市场的关系理顺了，财政与民生的面子和里子都跟着好看了。

今年5月25日，故宫博物院与上海交通大学签署战略合作框架协议。在“一揽子”合作中，颇引人注目的一项是，双方将合力开“脑洞”，联手打造中华文化超级IP（知识产权）。以故宫为“IP符号”，以中华文化为“素材库”，以文化创新创业为“T台”，在数字化与全球化的浪潮下，推动故宫文创产品走上超级IP之路，这是极具示范意义的事：既丰富并发展了文化产业的内涵，也找到了文化资源与市场需求之间的融合点。事实上，无论是开了16家分店的美国大都会艺术博物馆商店，抑或是艺术衍生品收入早破2亿美元的大英博物馆，于世界范围来看，文创产品的专业化之路早已策马扬鞭。

这其实是一枚硬币的两面：民间文创产品可以“轻思维”，文创产品开发之路要走上“专业化”。“散户”设计的文创产品是民间智慧的结晶，在传播领域也能成为“爆款”。但粗放的民间创作难免沾染各种时弊，比如少数文创产品里的恶搞风、低俗风，已成为创意产业中的一股暗流。因此，若要从软实力的视角考量、秉持“文以化人”的初心，还须专业而精准地让文创产品走上现象级IP的正道。这既需要坐拥文化富矿的相关部门目光长远，也需要产学研协同发力。

一句话，文创产品光“星星之火”地卖萌还不够，还得在“互联网+”语境下形成专业的燎原之势，用中国创意讲好中国故事。

（据《光明日报》）