网上中国

大数据让出行更“智慧”

刘 峣 刘 奇

查堵点、找景点、看热点……随着移动互联网与大数据技术的快速发展，电子智能地图成为人们出行的必备“神器”。在大数据的助力下，出行如今变得更“智慧”。

一位司机在进京的高速公路上使用智能手机导航系统。智能手机上的GPS定位、导航功能让人们出行更加便捷。 资料图片

助力春运出行

各大平台的比拼，早在春运前就已鸣锣开战。高德地图携手中国天气网以及全国各地80多家交通管理部门，共同发布《2019年平安春运安全出行指南》，通过大数据分析、预测春运期间的道路拥堵指数和天气情况；百度地图发布《2019年春运出行预测报告》，对春运期间人口迁移趋势、交通出行状况以及春节出游热点等进行预测；滴滴出行在全国282个城市上线“春节出行指南”，每日公布当日的出行数据……

综合来看，这些互联网公司的春运预测报告除了利用过往的春运数据进行分析和研判外，也利用实时新数据，综合比较并做出分析，为用户出行提供靠谱、可参考的出行方案。

利用大数据，交通部门有了缓解拥堵的“神器”。在广东省交通监控中心，全新启用的春运大数据分析平台能够实时监测该省80多个重要交通枢纽的旅客流量情况。一旦出现拥堵，系统会根据实时客流量进行分级预警，通过平台的紧急调度功能一键联系枢纽的主要负责人，实现与现场的实时应急联动。

从2016年起，交通部门首次利用大数据分析手段，对旅客出行规律进行研判，分析数据有助于相关部门提前做好准备，并随时应对春运期间的各类情况。对旅客而言，在大数据的帮助下，回家的路更有温度，回程的路也更加安全。

服务日常生活

一年一度的春运，是大数据技术集中发力的舞台。在日常生活中，大数据技术已悄然成为助力百姓出行的好帮手。

如今，人们的出行越来越离不开大数据的帮助。利用电子地图，初来乍到的游客可以在陌生的城市自由行走；忙碌一天的上班族可以查询最快回家的交通方式；出租车司机通过语音导航，知晓前方道路情况，避免堵车或超速违章……

日前，高德地图联合中国社会科学院社会学研究所等机构发布《2018年度中国主要城市交通分析报告》，首次采用“交通健康指数”对城市交通进行立体化诊断，通过大数据反映城市交通状况及治理效果，助力交管部门疏堵、治堵，提升公众的出行效率和出行体验。

专家表示，大数据是缓解交通压力的利器，它可以预测未来交通情况，为改善交通状况提供优化方案，有助于交通部门提高对道路交通的把控能力，防止和缓解交通拥堵，提供更加人性化的服务。

打造智慧系统

从扫码乘车、感应停车到电子车牌，智慧交通给人们的生活带来更多方便，影响了城际交通、城市交通和城乡客运等诸多交通网络。在大数据等相关技术的帮助下，一套充满智慧的交通体系正逐渐形成。

智慧交通系统是实现智慧城市的核心部分，中国对于智慧交通的研究始于20世纪80年代。到今天，在大数据以及物联网技术的发展推动下，智慧交通成为城市发展的新趋势。

交通运输部总工程师周伟表示，近年来中国智慧交通蓬勃发展，交通运输发展进入新一轮的代际更替。当前，云计算、大数据、物联网、人工智能等技术高速发展并向传统产业加速渗透，互联网技术与交通运输深度融合，将给交通运输业在运营效率、服务水平、安全保障等方面带来巨大提升，加快发展智慧交通对于提升出行体验、建设交通强国无疑具有重要意义。

周伟认为，未来要加快先进信息技术与交通运输的融合应用，消除信息孤岛，推动信息资源开放共享。

据悉，今年交通运输部将以大数据为主攻方向，推动大数据、互联网、人工智能等技术与交通运输深度融合；持续推进新一代国家交通控制网、智慧公路等试点；启动建设互联网道路运输综合服务平台，推进道路客运电子客票试点等。预计到2020年，基于大数据技术的交通运行监测、行政执法和应急指挥体系将基本建成。

云中漫笔

网购『明星同款』需理性

庞 晟

在电商平台上，“明星同款”是商家最常用的噱头之一，这种蹭热点的售卖方式屡试不爽，消费者也很是买账。近年来，购买明星同款似乎成了一种追赶潮流的新方式。然而，有调查显示，电商平台上很多“明星同款”实为山寨的“同款商品”。这种利用“明星效应”售卖山寨商品的行为，不仅损害了消费者合法权益，还涉嫌侵犯厂家商标专用权。另一方面，部分消费者明知低价“明星同款”有猫腻，还继续跟风追捧，这并不是理性消费的行为。

今年央视春晚一结束，相关“明星同款”就上了网络热搜。有媒体梳理发现，在一些电商平台上，不少商家以同款口红、同款大衣等作为标签来推广自家商品，比如“李思思荧光口红”、“马丽大衣”，甚至以“舞台魔术”“刘谦春晚”为标签的酒壶也在售卖之列。然而，这些号称“同款”的商品，并非真的同款，大部分是仿冒品。以“同款口红”为例，有商家称，是因为看到“李思思口红”上热搜后，赶紧找来同款色号，连夜上架。但并不能确定店内卖的口红和明星用的一样，只是涂上颜色会比较像，用“明星同款”来宣传也只是为了便于消费者搜索。

确实，大部分电商平台上的“明星同款”，虽声称“保证正品”、“已获授权”，但品牌和规格等主要信息还十分欠缺，价格上比真品更是低廉几十倍甚至上百倍之多。这种做法是否踩过了法律的红线？有法律人士指出，使用明星照片做宣传的行为是否侵权主要取决于是否得到明星授权。如果没有授权而擅自使用，该行为涉嫌侵犯明星的肖像权等民事权利。而对于一些山寨的同款商品，山寨品牌服饰进行销售也涉嫌侵权，主要侵犯的是厂家的商标专用权、外观设计专利权等权利。

对此现象，电商平台要加强监管，进一步规范商家的行为，用法律手段保护消费者利益。对商家而言，切忌打法律的擦边球，不能为了迎合市场，无视品牌侵权的风险。网购多有套路，消费者切忌盲目跟风，理性对待才是正道。追赶潮流、热爱时尚的愿望是美好的，但一定要擦亮双眼以防受骗；试图花低价来赶时髦的心态更要不得，部分商家就是抓住了这种求廉心理，用以次充好的商品、打着“明星同款”的旗号来推广，消费者图这样的便宜只会吃亏。

新技术为有声读物带来惊喜

本报记者 孙亚慧

结束了一天的工作，躺在床上听听有声书，这样的场景对很多人来说早已不陌生。“听书”，作为一种不算新鲜的阅读方式，正覆盖到越来越广泛的读者群。研究报告显示，今年，中国有声书的读者规模有望增至4.78亿人，市场规模将增至63.6亿元。用户和市场规模稳步增长，带动相关企业深耕技术创新，引导有声读物朝着智能化方向纵深发展。

2018年5月1日，辽宁省沈阳市地铁奥体中心站地铁口的有声图书馆，受到乘客关注。 资料图片

潜力巨大 深度读物受捧

2018年1月，谷歌应用商店宣布向全球45个国家的用户提供9种语言的有声书籍，用户可通过安卓系统、苹果系统、网页等渠道收听有声读物。不久，Apple Books（阅读软件）增加播放有声书籍的功能。行业巨头纷纷试水，看重的是有声读物背后迅速增长的用户规模和可观的市场潜力。

在国内市场，2018年11月，阅文集团有声阅读品牌“阅文听书”正式亮相。同月，视频网站哔哩哔哩宣布全资收购猫耳FM（调频广播）。可见，行业布局速度明显加快，有声书平台若想获得更多用户，必须提高收听体验。

什么类型的有声读物最受欢迎？调查显示，用户对深度读物的偏好度明显上升，其中，一线城市用户最为偏好的品类是人物传记类有声书，占比29.8%；二线城市用户最为偏好的品类为都市生活类有声书，占比36.5%；三四线城市用户偏好文学名著类有声书，占比34.7%。有声书让用户在工作之余得以消遣，实现深度阅读、获取更多资讯和信息成为多数用户收听有声书的重要目的。

在经历版权争夺、恶意刷榜等无序竞争后，如今的有声书市场正逐步回归理性。用户数量增长固然重要，如何提高用户黏性、完善用户体验、为用户提供精细化内容才是平台关注的核心。市场回归到依靠内容发力、进行良性竞争，无疑是一个积极信号。可以预见，今年平台将进一步借助内容发力，探索新的内容表达形态。

拓宽场景 发挥技术优势

如今，喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝FM等综合平台和以懒人听书、酷我听书为代表的垂直平台，基本将有声书市场划分完毕。其中，综合音频平台领先优势明显，有声书市场的竞争格局已基本形式。如何在角逐中突出自身亮点、充分发挥新兴技术优势、完善用户体验，是有声书平台在“下半场”的比拼焦点。

2018年9月，讯飞阅读发布“定制声音”功能，用户可录制10段指定文本，声音经后台上传并通过系统自动采集、处理，成为本地读书的“主播”，随时为用户服务。几个月后，喜马拉雅也推出AI（人工智能）音箱小雅Nano，展示其发力智能化市场的决心。

与此同时，技术创新不断催生出新内容与新表达形态，以人工智能、大数据为代表的技术力量在有声书内容创作、用户运营等方面大有可为。更为重要的是，基于物联网的发展，不同智能终端在不同场景下的潜能被激活，有效拓宽有声书的应用场景，“随时随地、随走随听”的智能化未来逐渐成为现实。

为抢占更多市场份额，有声书平台在活动营销上下足工夫。比如与主播互动、开展会员促销等，以获得更多优质用户青睐。

个性定制 完善阅读体验

有声书市场蓬勃发展，吸引了行业巨头“跨界联姻”。为实现用户多场景的阅读需求，日前，腾讯科技与讯飞有声达成内容深度合作，旨在为读者提供“更便捷、更高效、更优质”的阅读体验。围绕数字内容有声化，腾讯科技“虚拟主播”上线，播报科技类相关资讯。同时，讯飞有声引入腾讯科技微信公众号内容，实现“强强对话”。

技术能为未来的有声读物带来哪些惊喜？答案正逐步显现。提供不同主播的声音选项，让用户在不同语言、风格、音色间选择适合自己的“说书人”。不仅如此，朗读界面可进行语速调节、设置背景音乐。“2.0时代”的有声书，为用户打造个性定制，在转型路上行稳致远。

在首届中国国际进口博览会上，虚拟主播“进宝”所应用的是讯飞有声为其打造的定制化语音功能，一经推出便引发广泛关注。凭借自身在人工智能方面的深入探索，讯飞将“复制”用户声音变为可能。有声书“2.0时代”，语音合成技术将为用户提供更为个性化的收听体验。

海客游

纽伦堡传统市场

纽伦堡，不只是『玩具之都』

栾雨石

在国外旅行，要想对风土人情有更充分的体验，有当地人作陪自然再好不过。

我的姑父是一位典型的德国人，严谨却不乏幽默。当他第三次踏着轻音乐从阳台走来，提醒我们时针早已走过预定出发时间，姑姑和我这才从镜中的世界抽离，带着自己满意的妆容离开。打开车门，姑父微笑着对我们眨了眨眼：“今天很荣幸成为两位女士的司机兼导游。”

这是阳光明媚的一天，我们从德国中心科堡出发，一路自驾南下，沿途风景美不胜收。经过一片油菜花田，在蓝天白云的衬托下，令人心旷神怡。在此停车小憩片刻，赏景拍照，欢声笑语在花海中荡漾。

邻近中午，一行三人顺利抵达目的地纽伦堡——巴伐利亚州第二大城市，仅次于首府慕尼黑。街上的人明显多了起来，首先映入眼帘的是一座高耸的哥特式双塔，这是久负盛名的圣劳伦茨教堂。教堂前有一对新人在拍婚纱照，新郎手中绳子的一端牵引着数十个彩色气球，随风飘往新娘的方向。周围人群满脸都是笑意，向他们投去祝福的目光。

循着人声深入闹市区，一个传统市场令人眼前一亮：红白条纹相间的帐篷搭构成一个个小摊位，琳琅满目的商品吸引人们驻足观赏。姑父向我介绍，纽伦堡的圣诞市场是德国历史最悠久、规模最大的传统圣诞市场。往往从11月底持续到圣诞，各类圣诞装饰、酒水小食可在这里一站式购齐。

有一个摊位吸引了不少路人关注，我们也好奇凑向前。原来是一位老人正在推销自己的商品，只见他前面的案板上有一堆土豆丝，还有黄瓜片、胡萝卜片等。他带着耳麦，一边介绍手中的“神器”，一边演示削土豆皮。定睛一看，这不就是我们中国老百姓日常使用的简易削皮器嘛！围观人群目不转睛，仿佛见证了奇迹，我忍不住笑出声。

商店、餐厅、咖啡馆、冰淇淋店……广场附近可谓应有尽有。然而，最吸引我的是一家玩具店，门口的旋转木马八音盒造型精致，折射着太阳的光晕。目光随之转动，仿佛置身微观童话世界，真的是满足一切“少女心”。见我看得入神，姑父告诉我，纽伦堡被誉为世界“玩具之都”，德国著名童话故事《胡桃夹子与老鼠王》中的场景就在纽伦堡的市政厅。

随后，我们登上恺撒堡——纽伦堡最有标志性的中世纪建筑，据说几乎每一位罗马帝国皇帝都在这里住过。城门旁边的高塔镇守这座城市的庄严，诉说着一段悠久灿烂的历史。居高临下，古城美景一览无余。不禁感叹，纽伦堡真是一个多元的城市，你想要的样子她都有。