互联网企业为全球防疫贡献力量

中国科技海外战疫暖人心

本报记者 **孙亚慧**

当前，世界范围内新冠肺炎疫情持续蔓延，中国互联网企业主动担当，在做好自身疫情防控与复工复产的同时，依托技术优势，帮助外国民众和海外同胞应对疫情，为全球战疫积极贡献中国力量。

3月22日，马云公益基金会捐赠非洲的防疫物资从广州搭乘埃塞俄比亚航空ET3607航班出港到亚的斯亚贝巴。 **图片来源于网络**

驰援海外，有我！

近日，在埃塞俄比亚，500台来自中国的呼吸机及其它大量医疗物资从这里运至非洲50多个国家的战疫一线。这是马云公益基金会和阿里巴巴公益基金会向非洲捐赠的第二批物资，除呼吸机以外，还包括100万套病毒采样设备和提取试剂、20万套防护服和防护面罩、2000个额温枪和 50万双手套。

事实上，捐赠医疗物资是中国互联网企业支援海外战疫的主要途径之一。在此之前，马云捐赠给法国和斯洛文尼亚的医疗物资到达比利时列日机场时，就被机场以最高礼遇“过水门”迎接。据统计，截至目前，马云公益基金会与阿里巴巴公益基金会已累计向100多个国家捐赠防疫物资。

腾讯公司拿出了十余亿元设立战疫基金，帮助国内外抗击新冠肺炎疫情。近日，其采购的770万件医疗物资也被运往意大利、冰岛、葡萄牙、马来西亚、美国等受疫情影响的十余个国家。

“有真朋友的人不会失败”，冰岛总统古德尼·约翰内松4月4日致谢腾讯公司的邮件之中，引用了这样一句冰岛名言。而一批批紧急医疗物资援助，正将来自中国的温暖送至全球的更多角落，这正是中国互联网企业在这场不间断的爱心接力中勇于担当的缩影。

技术战疫，真行！

在伊朗，Neshan Maps（纳杉地图）是一款备受当地民众欢迎的地图导航类App（应用程序），这款App中的热力图用橙、黄、紫等几种不同颜色来代表人员密度，当地民众可以通过查看人员密度选择自己的出行方案，以便做好个人防护，避免前往人员密集区。这张热力图，正是基于百度地图此前在中国国内战疫中所积累的经验而制成。

值得注意的是，在中国互联网企业参与全球战疫的过程中，技术优势发挥了重要作用，表现堪称亮眼。以百度研究院为例，助力战疫的做法之一，是面向防疫中心及科学研究中心免费开放线性时间算法LinearFold和世界上现有最快的RNA（核糖核酸）结构预测网站，来提升新冠病毒RNA空间结构预测速度，大幅缩短等待时间。

3月30日，联合国正式宣布腾讯公司成为其全球合作伙伴，为联合国成立75周年活动提供全面技术方案，并将通过腾讯会议、企业微信和腾讯同传在线举办数千场会议活动。面对新冠肺炎疫情，这场全球对话将在中国互联网企业的技术支持下进行。防疫期间，中国互联网企业通过技术助力维持社会正常运转，保障工作、学习和生活节奏，相关产品与功能发挥了重要作用，也行之有效地保障复工复产的逐步推进。

人工智能，高效！

万里尚为邻，相助无远近。在中国技术助力全球战疫的过程中，人工智能的成熟应用为用户健康自测提供便利，也在一定程度上缓解了用户的恐慌情绪。稍有不适便前往医院，不仅容易引起交叉感染，而且会造成医疗资源的拥挤，给疫情防控造成更大压力。

3月28日，腾讯“Together We Can”（同心抗疫，一起行动）全球战疫信息平台正式上线，在整合了腾讯医典疫情科普、新冠肺炎自筛工具、微医与丁香园4款防疫工具的功能后，平台为全球用户提供“一站式”防疫医疗信息服务，涵盖科普、自查自测及医疗建议等模块，此外还有面向中外医生的疫情公开课等。

其中，“新冠肺炎自筛工具”利用腾讯公司的人工智能筛查技术，通过用户年龄、症状及14天内活动轨迹等信息做出综合评估，帮助使用者初步判定并给出建议。

基于人工智能算法，华为云也上线新冠肺炎快速筛查方案，为亚洲、欧洲、拉美等几十个国家战疫提供经验及技术支持，还帮助厄瓜多尔部署新冠肺炎人工智能辅助筛查系统。

与此同时，已在全国170多家医院上线的阿里云AI辅助CT影像技术，也在新冠肺炎的诊断中扮演重要角色，只需20秒就能完成一次疑似病例的CT诊断，准确率在96%以上，有效缓解了医生的诊断压力。就在前不久，日本医疗科技机构JBC开始向当地医院提供阿里云的这项技术服务，以帮助医生通过CT影像快速进行新冠肺炎筛查。阿里云宣布防疫期间向全球医院免费开放新冠肺炎AI诊断技术之后，已有多国医疗机构表示希望推进这一技术的落地应用。这些来自中国的人工智能技术，正为全球战疫积极贡献自己的力量。

云中漫笔

快递进村成『爆款』

王法治

近日，国家邮政局发布《快递进村三年行动方案（2020～2022年）》，明确到2022年底，我国县、乡、村快递物流体系逐步建立，符合条件的建制村基本实现“村村通快递”。与此同时，中国快递协会联合13家快递物流和电商企业也共同发出倡议，表示将积极响应和落实《行动方案》，同心协力推进“快递进村”。

对8亿农村居民和800多万农村网店来说，这无疑是个振奋人心的消息。自2014年“快递下乡”工程启动以来，快递服务网络不断健全，快递服务深入农民生活。2019年，全国农村公共快件取送点达6.7万个，乡镇网点覆盖率达到92.6%。如今，为打通快递进村“最后一公里”，《行动方案》列出明确的“时间表”，行业协会与电商物流企业积极响应，探索发展现代物流与解决“三农”问题有机结合之路，将有力助推乡村振兴。

从“快递下乡”到“快递进村”，看似一步之遥，实则困难重重。广袤的农村地区点多、面广、线长，且快递业务量稀少。高昂的“快递进村”运输成本让许多物流企业望而却步。直到2019年，仍有74.9%的建制村没有农村电商配送站。随着农村电子商务的蓬勃发展，物流短板成为制约农村产业发展的瓶颈。农村快递业务量增速加快，但很多农村居民收发快递仍需跑到乡镇一级的快递网点。

发展农村快递物流是乡村振兴战略的重要组成部分。为打破制约行业发展的瓶颈，从政策的顶层设计到行业的微观实践，都不乏创新之举。2019年，国家邮政局等七部门出台《关于推进邮政业服务乡村振兴的意见》提出，“将村邮站纳入乡村公共基础设施，强化电子商务、便民服务、收寄投递、自提服务等功能”。也有业内人士建议，通过政府购买服务、夯实物流基础设施等方式，打通快递渠道。可以说，这些都是基于农村快递物流发展现状的有益探索。

事实上，“快递进村”不只是为乡村振兴提供更多公共服务，更为快递业发展打开一片新“蓝海”。农村人口众多，居民收入和消费水平稳步提升，市场潜力不容小觑。2019年上半年，农村居民人均消费支出为6310元，同比增长8.7%，扣除价格因素，实际增长6.4%，增速比城镇快2.3个百分点。另一方面，各地特色农产品在快递企业货源结构中的地位愈加重要，榆林红枣、大连樱桃、赣南脐橙、盐池滩羊、阿克苏糖心苹果……丰富的农产品资源日益成为城镇消费者青睐的“爆款”。实现配送网络的双向畅通势在必行。

需要明确的是，实现“快递进村”并不简单意味着要铺设更多网点，更需要电商与物流企业在商业、流通、产业链等多方面的配合。正如中国快递协会联合13家企业在《同心协力共同推进“快递进村”倡议》里说的，“画大服务现代农业和农村电子商务的同心圆，共建共享农村快递物流的生态圈”，还有许多具体而细致的协调工作要做，这既需要企业自身的努力，更离不开社会各界的支持。

互联网大咖秀

丹尼尔·罗普斯：

创建欧洲卓越的电商平台

海外网 **陈菲扬**

Bol（博尔）是荷兰领先的书籍、玩具和电子产品在线零售商。丹尼尔·罗普斯（Daniel Ropers）是Bol公司前首席执行官和联合创始人，他任首席执行官长达17年之久，在其领导下，Bol从一家初创公司成长为欧洲卓越的在线零售商。

罗普斯曾就读于荷兰鹿特丹伊拉斯谟大学和法国蓬图瓦兹的ESSEC（高等经济）商学院，拥有全球经济与商业研究硕士学位。在加入Bol之前，罗普斯在麦肯锡公司（McKinsey & Company）开始了他的管理顾问生涯，为国际客户工作，并学习电子商务知识。在此期间，他参与了Bol公司的创立。

1999年，罗普斯正式加入Bol，担任公司财务和业务发展总监，随后又成为公司首席执行官。Bol最初的业务是在线销售图书，公司成立之初仅有几个客户，3年后却拥有了数百万的客户。为获得更多客户，Bol扩大业务范围，开始销售日常生活中需要的各类商品。

在罗普斯的出色领导下，公司走向国际化，并进一步扩大产品范围。Bol将电商业务扩展到比利时各地，并与当地零售商合作。对于Bol公司来说，这是一个很好的发展策略。由于Bol走向国际，公司设立了很多海外办事处，员工人数比10年前增加了20倍。

此后，Bol从一家传统电子商务企业转型为第三方零售商的销售平台，成为荷兰最受欢迎的电子商务平台，并逐渐发展成为“比荷卢区域”（比利时、荷兰和卢森堡三国）领先的零售品牌，以卓越的个性化购物、可靠性和客户服务著称。“公司建立起一个由专家、零售商、服务和产品组成的网络。”罗普斯说。2012年，Bol被出售给国际知名零售企业Ahold Delhaize（阿霍德德尔海兹集团），罗普斯仍担任首席执行官。

2017年，罗普斯选择加入国际著名学术出版机构Springer Nature（施普林格·自然集团），并担任其首席执行官。“虽然我在自己的国家获得了认可，但在世界大型学术出版集团做首席执行官来推动科学的发展，对我来说更有意义。我可以把20年来积累的商业知识和经验用到这一方面，从而推动科学发展，这是我非常想做的事情。”罗普斯说。

2019年9月，罗普斯离开施普林格，他说：“经历了25年紧张而充实的从商生涯后，我很高兴能有机会休息一段时间。”

图片来源于网络

越来越多“黑科技”被用于生产

智慧农业显身手

本报记者 **金 晨**

北斗导航、无人驾驶、5G、云计算……随着新技术加速涌现，越来越多的“黑科技”被应用于农业生产。互联网企业也正加强智慧农业发展布局，与各地合作打通产销对接。《中国数字乡村发展报告（2019）》预测，今年我国智慧农业市场规模将达2000亿元人民币。智慧农业迎来广阔发展空间。

智能农机忙春耕

3月末，正值农耕农忙时节。在山东省莱西市马连庄镇抬上村，农机手赵振东的4台大型智能化拖拉机同时在田间进行土地深耕起垄作业。与往年亲自上阵不同，赵振东今年装了“黑科技”——依托北斗导航控制作业行进路线的无人驾驶系统。

“我这个无人驾驶的拖拉机，一天能干150亩地，附近八九个村的活用不了一周就干完了。”赵振东表示，有了北斗导航精准路线图作指引，不仅春耕效率大大提高，耕种效果也得到保证。

伴随着螺旋桨的蜂鸣声，重庆市梁平区碧山镇供销合作社购置的3架播撒无人机正沿着稻田“飞播下种”。在当地政策鼓励下，附近村镇2000多亩稻田播散作业今年都将由无人机来执行。

“采用无人机直接播种不受地形限制，作业补给容易，播撒均匀，播种效率也比较高。”重庆市梁平区碧山镇供销合作社主任蒋丽英说。

农业农村部数据显示，今年春耕期间超过3万台无人机投入使用，“北斗”定位拖拉机及精准作业农机具保有量超过2万台。越来越多的智慧农机走上田间地头，成为农民春耕作业的好帮手。

科技应用促增产

“过去天气一有变化就得赶紧往大棚里跑，现在随时随地都可以通过手机远程调控大棚的风口和棚里的温湿度。”谈起“智慧大棚”，种了30多年甜瓜的河北省饶阳县南北岩村村民宋长江赞不绝口。依托物联网技术优势，宋长江4个大棚的产量在去年翻了一番。

“棚内装有物联网远程监测控制系统，可对温湿度、二氧化碳浓度等环境参数进行实时监测。”河北冠志农业科技有限公司生产部经理许晓燕介绍称，系统后台通过实时数据分析，可实现棚内自动增降温、自动加抽湿、自动卷帘等功能，农户也可通过手机APP（应用程序）进行手动远程操作，让棚内环境更适合作物生长。

在智慧农业的发展中，5G技术同样没有缺席。去年，广州艾米农场的水稻田实现了5G信号覆盖，率先开启了“5G田”之旅。稻田内设置的“农田数据采集站”可监测光照度、土壤酸碱度和肥力等数据，并经5G实时传输到终端，通过云计算处理和大数据分析自动生成稻田“体检报告”，协助农户对稻田长势进行科学判断、科学种植。

重庆首个5G网联植保无人机近日也成功试飞，未来可为农田提供集成无人机植保、遥感大数据、农业大数据为一体的高效飞防服务和精准农业服务，作业面积每天可达300-400亩，是人工作业的20倍。

“随着农业新技术的推广，如今的农业生产越来越智能，越来越高效。”宋长江对智慧农业发展前景信心十足。

数字网络连产销

国内生鲜电商市场发展迅速，“手机下单、送货上门”的食材采购模式成为常态。各地也纷纷开始探索“互联网+合作社”的农产品产销对接新模式，不断推进互联网与农业深度融合。

4月12日，江西省吉安市吉水县醪桥镇井冈柚稻产业综合体全自动智能工厂化育秧中心内，农技人员周晓毛正在纹络式育秧苗床查看井冈软粘秧苗生长情况。 **罗建荣（人民图片）**

近日，上海市青浦区绿椰农业种植专业合作社与美团买菜达成合作，推介青浦优质农产品登陆电商平台，通过互联网进一步提升农产品销量。上海青、马兰头、莲藕……品类丰富的优质本地蔬菜将搭乘互联网快车，从田间地头直达市民餐桌。

作为全国最大的蔬菜交易集散地，“蔬菜之乡”山东寿光近日与电商平台达成战略合作协议，将依托寿光蔬菜产业优势和大数据优势，建成数字农业产业带，通过品牌升级、产销对接，共同推动寿光蔬菜完成数字化转型。

随着短视频等新技术的发展，电商直播成为农产品销售的热门渠道，使优质农产品销路更畅通，有效帮助农户拓展增收渠道，也有利于打响农产品品牌，为进一步推动现代农业发展提供了新思路。