

无人机送鲜叶下山,智能贩卖机卖茶叶,AR体验龙井茶采摘 这个春天,龙井茶玩起高科技

本报记者 朱银玲 陈婕

又到春茶季。今年,龙井茶有了新玩法。用无人机送新采摘的茶叶下山,实体店用智能贩卖机卖新茶,网上还能用AR体验龙井茶采摘,玩起高科技的龙井茶显得越来越高大上。

采茶工爬山一小时 无人机两分钟搞定

一列菜鸟无人机飞行编队,满载新鲜采摘下来的茶叶,从狮峰山出发,穿过山谷,不到2分钟就抵达西湖龙井狮峰山炒茶中心,随后被摊晒、炒制……这是发生在狮峰山的真实一幕。

采茶工林新告诉记者,在采茶季节,他们一般早上6点多上山,采摘四个小时左右,再将采摘的茶叶鲜叶背下山。一天上、下山至少两次,既辛苦又影响采茶效率。“新采摘的茶叶最好能立即摊晒,如果长时间积压在一起,会影响茶叶品质。”

采茶工以女性为主,她们攀爬狮峰山,少则二十多分钟,多的要一个多小时。而今年采茶季,菜鸟无人机组成的飞行编队往返于狮峰山与炒茶中心之间。“不到2分钟就送到了。”当地茶商说,无人机运输还降低了茶叶的损坏率。

据悉,这是菜鸟ET物流实验室联合天猫,首度将物流技术运用到传统的茶叶运输环节。之前,菜鸟ET物流实验室研发的无人机,已被用于仓库安防、快递末端场景的配送,还在福建进行过首次跨海飞行,完成了对沿海岛屿居民的网购配送。

菜鸟ET物流实验室有关负责人告诉记者,不少无人机在深山中飞行,以及跨海飞行,这些地方荒无人烟,并不影响公共安全。但狮峰山属于西湖景区,大量游人往来,对飞行安全要求更高。菜鸟使用最新技术,全程后台监控与控制飞行动作,确保了飞行安全。菜鸟正在依托无人仓、无人车、无人机等技术对包括商家、物流公司在内的物流全链路进行优化,“我们的无人仓正在大规模建设中,无人车即将投入量产,无人机也飞行在各种物流配送场景。”

首个新零售茶馆开张 传统茶企玩起了AR卖茶

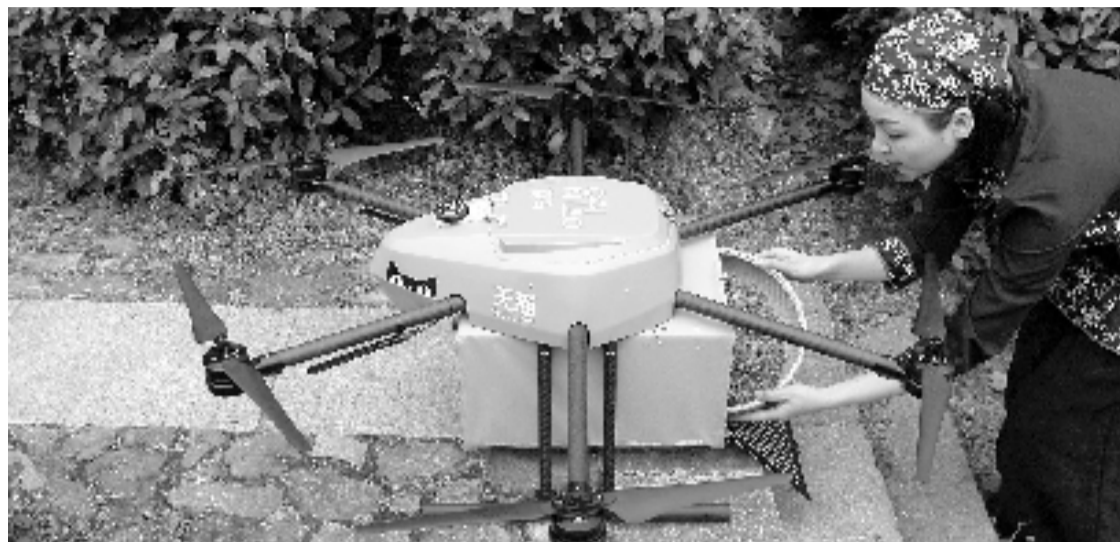
3月25日,古色古香的河坊街187号出现了一家“新零售茶馆”。据悉,这是天猫首个新零售茶馆。

门店外面是互动性很强的采茶互动游戏,玩的过程中还能获得一些优惠。门店一楼摆着云货架,拿起货品便可显示产品的原产地、价格信息。店内还有智能贩卖机,用支付宝扫码开门、选购商品关门后,就能自动结算。而门店二楼则可以喝茶聊天,一边放着传统泡茶工具,一边则是现代泡茶工具,能体验传统和现代的区别。

天猫食品新零售小二河沐介绍,“这家茶馆的改造,从选址到落地仅花了25天时间,25日当天门店营业额同比增长256%,新增会员同比增长190%。”

另外,你在淘宝搜索“卢正浩”,就能看到“卢正浩旗舰店”首页跳出的“采茶大作战”互动游戏。30秒的游戏时间里,在AR茶园中寻找可以采摘的新芽,采摘达到50叶就可获得奖励。记者尝试了一下,获得了一张满100元减10元的抵价券。“卢正浩”的工作人员表示,除了抵价券外,还有罐装茶叶等奖品。

如何拉近和年轻消费者的距离,如何在春茶上新这个节点让品牌和消费者互动起来,是“卢正浩”今年春茶节的一大目标。于是,“卢正浩”和阿里妈妈深度合作,玩出了不一样的春茶节。而基于阿里巴巴的大数据和阿里妈妈的营销数据,当一个用户使用淘宝搜索“卢正浩”时,能够精准识别这个用户的性别、年龄、购买力、颜色偏好、收藏喜好、购买偏好等各项数据。



无人机将茶叶鲜叶从狮峰山送往炒茶中心。



财经圈
扫一扫二维码
了解财经大事

“菜篮子”价格连续四周回落



物价我知道

本报讯 上周虽有一波冷空气影响,但并未扭转菜价下行势头,杭州市“菜篮子”零售价格周环比下跌0.9%,连续第四周回落。

蔬菜、肉禽、蛋类、水产品、豆制品价格全部走低,跌幅分别为1.6%、0.5%、0.8%、0.8%、1.3%。蔬菜中叶菜类、茄果类、莴苣类等下跌较多,跌幅超过2%。猪肉、鸡蛋、河虾等跌幅在1%~2%之间。

本周平均气温较高,杭州市物价局预计“菜篮子”价格仍以跌为主。 吴佳 高佳晨

一周菜价行情看板

品名	一周均价(元/斤)	对比上周涨跌(%)
猪肋条肉	16.08	-1.0
河虾	78.36	-1.7
蛭子	18.48	-1.0
鸡蛋	5.47	-0.9
芹菜	4.5	-6.6
黄瓜	4.97	-4.3
茄子	8.29	-3.8
蒜苔	6.25	-3.1
莴苣	3.82	-5.2
萝卜	2.39	-3.8

注:表格内涨跌幅为上周市场均价与前一周市场均价相比。

滴滴否认大数据“杀熟”:不允许价格歧视

记者昨日实测,相同的时间,输入相同的出发点、目的地,价格相差无几

本报讯 日前,网上传出滴滴“大数据杀熟”的声音。该爆料称,用滴滴打车,同样的出发点,同样的目的地,价格却不一样。而且远距离来看,苹果手机要比安卓手机贵4块左右。

“滴滴平台上不允许价格歧视。以前没有,以后也永远不会有。”最近,滴滴出行在官方微博发布公司首席技术官张博在内部论坛的帖子贴图予以否认。张博称,预估价并非实际价格,因为大数据按照毫秒刷新,路况又是主要变量,肯定会有波动。

昨天,钱报记者在杭州进行了多次测试,分别选取了两部苹果手机和一部安卓手机,三个滴滴账号,在相同的时间、出发点和目的地进行测试。下午2点15分,以杭州洲际酒店为起点,各自选择浙江日报社为终点,测试两部苹果手机,结果显示拼车、快车、优享三种服务的价格完全一致,依次为20.2元、21.5元和25.4元。

再来看安卓手机和苹果手机的对比测试,晚上8点07分,从杭州洲际酒店到浙江日报社,苹果手机的拼车、快车、优享价格分别为18.3元、20.6元和24.3元,而安卓手机的价格为17.9元、20.1元以及23.8元。

从两组随机测试的结果来看,在相同的时间下,输入相同的出发点、目的地,拼车、快车以及优享的预估价确实有差别,但差别不

超过0.5元。

张博称,首先,滴滴平台不允许价格歧视,价格不会因人、因设备、手机系统而不同。创造用户价值是公司的价值观,也是做事的基本底线。其次,预估价和实际支付车费不同,前者是行车前的参考,会实时波动,后者是根据行程标准给出的价格。

张博给出了“预估价”波动的可能原因:

首先,预估价根据定位、路况、里程、时长变动。其中路况变化最快,滴滴预估价是“按毫秒实时刷新的”。伴随手机进入界面时间不同,价格也可能不同;其次,滴滴显示的预估价金额=预估价-优惠券抵扣金额。有些网络晒图忽略了优惠券抵扣;此外,网络环境复杂,可能导致定位不同,造成最终车价不同。

张博称,只要同时打开滴滴,反复多试几次,就能发现(质疑价格不一致的)说法是错误的。而在该微博大V的爆料下,有网友留言分享自己的经验,记者注意到,与滴滴官方的回应基本相同。

“这不是‘杀熟’现象,而是‘杀对价格不敏感的人’。”大数据专家、电子科技大学大数据研究中心主任、教授周涛表示,不同的消费者看到不同的价格,大家往往一听到这个就觉得是价格歧视。其实可以反过来想,有些消费者看到的是原价,有的消费者可能会看到优惠券、返现券后的价格。 金薇薇 陈婕