

## 91短视屏系统APP开发 类似短视频搭建

产品名称	91短视屏系统APP开发 类似短视频搭建
公司名称	一讯科技（广州网推）
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省广州市天河区科技园A8栋25层2508号
联系电话	13066399303 13066399303

### 产品详情

91短视频APP开发平台软件找 186-8045-7620微电,91短视频系统开发APP软件平台,91短视频游戏APP开发,91短视频游戏系统开发,“智能互联，开放合作——携手共建网络空间命运共同体”的第六届世界互联网大会，在浙江乌镇隆重拉开帷幕。作为中国互联网、人工智能行业最重要的大会之一，大会吸引了众多互联网大佬的参加。在大会最重磅的企业家高峰论坛上，猎豹移动董事长兼CEO傅盛做了题为“智能机器人：实体经济革命的里程碑”这一主旨演讲。傅盛表示，“互联网本质上是由数据驱动的。过去，PC和手机是承担数据迁移任务的载体，将来机器人将成为实体经济效率革命的载体。”值得一提的是，傅盛对机器人的定义简洁却又深刻，其表示，“机器人是以AI能力为核心的，是AI+硬件+软件+服务四大元素的融合。

中国互联网经过25年左右的发展，经历了几次重要的节点，引发了几波重要的浪潮。在土妖看来，其一，是以门户+搜索为代表的信息时代；其二，是以即时通讯+社会化媒体+社交网络+互动直播为代表的大社交时代；其三，是以人工智能、智能机器人、物联网等为代表的智能服务时代。

傅盛在主旨演讲中，多次提到的智能机器人，就是智能服务时代最重要的“生产力”之一。这三次重要的互联网节点，也有力的推动了中国的巨变——信息时代，报道中国；社交时代，围观中国；服务时代，驱动中国。

众所周知，1994年是中国互联网具有开天辟地意义的一年。1994年4月20日，北京“中关村地区教育与科研实施示范网络”（NCFC）通过美国Sprint公司的64K专线，实现了与国际互联网的全功能连接，成为了国际互联网大家庭中的第77个成员。

加入国际互联网，和全世界进行互联互通，让中国互联网迎来了严格意义上的“元年”。彼时，互联网最大的特点是改变了信息的呈现和流动方式，让信息的传递变得便捷而迅速。看到这种星星之火后，网易于1997年成立，搜狐、腾讯、新浪也于1998年先后成立，中国快速进入到了四大门户为主，知名论坛、众多地方站为辅的“四大门户”时代。

作为门户时代的老大哥，新浪网于内容侧，在陈彤的带领下，一手打造了网络新闻的“新浪模式”，“快速，全面，准确，客观”一度成为整个门户时代新闻报道的金科玉律。门户之间的激烈比拼，让广大网民最为受益，可以轻而易举的就第一时间获得自己感兴趣的内容。就像傅盛在世界互联网大会所言，“所谓信息革命就是物理世界向数据世界不断映射、迁移的过程。”毫无疑问，新闻内容就是当时最重要的信息，而门户网站就是当时最重要的数据世界。

随着互联网信息的爆炸式增长，用户信息消费的体验开始逐步下滑，用户要想在海量的信息中，找到自己感到有趣、有用的内容开始变得复杂起来。于是，成立于2000年的百度，就携搜索引擎的天生优势，快速崛起，很快成为了中国互联网的第一入口。搜索引擎的出现，使得中国以“门户+搜索”的方式，进一步改变了信息的流动方式，提升了信息的流动效率。此后，博客一度开始盛行，写博客成为中国很多网民的一大爱好，韩寒、徐静蕾等更是成为最塔尖的名博，而木子美、芙蓉姐姐也借助博客成为当时的红人。博客，不仅在中国开启了人人皆可表达的时代，更是通过UGC为主、PGC为辅的方式，让中国的网络信息和内容，以超高的速度，进一步大爆发。

傅盛在今年的大会上说，“物理世界向数据世界迁移的过程，这个过程谁做得更好，谁就可能更快发展。”对比都致力于改变信息流动方式的四大门户和百度，从彼时他们各自的业务发展和市值表现上来看，的确如此。而抛开商业层面的考量，从社会价值上看，无论是信息呈现方式的丰富，还是信息流动渠道的改变、流动效率的提升，都有力地改变了“报道中国”的力量。让用户与信息、用户与内容、用户与中国、中国与世界彼此之间的连接，变得更加的实时与紧密。

### 变革社交连接的方式，围观改变中国

门户网站经过几年的高光发展，很快就开始走向了下降通道，虽然当时下降的速度还比较缓慢，但是方向却是不可逆的。真正完成历史性交替的是，2009年新浪微博的诞生，中国互联网进入社交时代。此举，是新浪自己革了自己的命，用新浪微博取代了新浪网。也幸亏有了微博，才使得新浪如今可以继续活跃在中国互联网舞台比较中央的位置。

和门户时代各大门户几乎是同一时期崛起不同，在包含了即时通讯、社会化媒体、社交网络、互动直播的“大社交”时代，其社交演进分为了几个阶段。

先是微博阶段。当然，严格意义上讲，更早的应该是以QQ为代表的阶段，但是这一阶段太过偏向于“即时通讯”，暂且不说。在土妖看来，微博有着社会化媒体+社交网络的双重属性，前者的比重相对大些。

在微博时代，个体的表达意愿空前强烈，即使是明星也是如此。以微博为根据地，微博女王姚晨取代了博客女王徐静蕾，成为了当时女艺人的代表性人物。第一个拥有500万粉丝的用户是她，第一个拥有1000万粉丝的用户还是她……

然后是微信阶段。在和新浪微博的缠斗中一直处于下风的腾讯，很快调转了船头，从发力腾讯微博转而秘密发力微信，并让微信于2011年横空出世。如果说微博是“个体的广场式表达”，那么微信就是“个体的点对点即时通讯+个体的小圈层表达”。用户从嘈杂的“广场”转向相对私密的“圈层空间”，让微信一路崛起，势不可挡。直至今日，仍是中国互联网最火、最王牌的产品之一。

再然后是直播阶段。直播一开始是“千播大战”，到后来映客、花椒、斗鱼、虎牙、陌陌成了为数不多的“剩者”，而如今抖音、快手、淘宝等巨头又从短视频、电商等领域，野蛮进入直播领域，一时间直播再次风起云涌。相较于微博、微信，直播有着更强的即时性、直观性，可谓是真正的所见即所得、所听即所得。

傅盛在此次世界互联网大会上强调，要“把互联网高效地和实体场景的体验感连接起来”。如果把这样洞察投射到直播领域的话，就能发现为什么直播虽然一直遭受各种看空和批判，但是依旧能够顽强地坚持着的原因所在，本质就在于和实体场景实现了高效连接。

从微博到微信再到直播，这几个重要的产品形态和发展节点，可谓极为深刻的改变了中国人的社交方式。其一，是让中国从熟人社会，进入到半熟人社会，再进入到陌生人社会；其二，是让中国人的社交从现实到虚拟，再到现实和虚拟深度融合，再接着到如今已然很难分清哪些是现实哪些是虚拟的阶段；其三，是让社交从节点间歇联系，升级到了实时在线联系；其四，是沟通的介质，也从线下的“交谈”，延伸到了线上的“文字、图片”，再到线上的“直播视频”。可以说不仅形式更加丰富，效率也高效得多。

微博、微信、直播等0门槛、0时差、自主表达、个体平权等鲜明特点，有力地唤醒了中国社会的民智，推动了中国社会在时代巨变中稳步发展。以微博为例，就曾出现过“随手拍照解救乞讨儿童”这样轰轰烈烈而温暖人心的事件。《新周刊》在2010年底的时候，做了一期主题为“围观改变中国”的封面报道，诚如《新周刊》所言，“在此舞台上，你我是表演者，亦是围观者。而围观，可能会改变中国，并注定会改变我们自己。”

### 变革服务触达的方式，AI驱动中国

相比于变革“信息流动”、“社交连接”，互联网、人工智能对“服务触达”的变革，则要复杂和困难得多。原因有三：一是，信息、社交领域更偏向于消费互联网，而服务更偏向于产业互联网，相比于消费互联网，产业互联网关联万象、纷繁芜杂；二是，信息、社交领域的核心是互联互通，更加纯粹化、互联网化，而服务往往需要互联网、人工智能和传统产业进行深度融合；三是，信息、社交领域对技术能力的要求更低，核心竞争力在于入口和关系链，而服务则是技术至上，技术成为了终极竞争力。

然而，中国互联网下半场的主场，毕竟是2B领域，是产业互联网，是人工智能。因此，即使有再大的困难和挑战，整个行业仍旧步调一致地往产业互联网、人工智能等数字经济领域进军。这也是解释了为什么此次世界互联网大会中，企业家高峰论坛会以“推动数字经济创新，共享全球发展机遇”为主题。在这一主题下，以人工智能为核心，人工智能、5G、物联网、云计算、大数据成为了绝对的主角，2B的风向越来越明显。

其实，从此次企业家高峰论坛中一些互联网大佬的演讲中，也能看出端倪。比如李彦宏就首提“智能经济”，并指出智能经济将会带来三个层面的改变与影响；而雷军则表示，5G+AI+IoT将带来下一代超级互联网，承载起数字经济的基础建设；傅盛也指出，当一切都变得数据化的时候，实体经济就有可能产生一场巨大的革命，在这场革命中，能够标准化、低成本、大规模部署，并且能形成完整数据闭环的效率革命载体的，傅盛认为是智能机器人。

智能机器人在数据闭环、效率革命方面的表现自然无需多言，而在标准化、低成本、大规模部署方面，傅盛所言是有着严谨的数字支撑的。截至目前，猎豹移动投资的智能服务机器人公司猎户星空的机器人已在大型商场、图书馆、博物馆等20多个场景落地，数量超5000台，服务规模全行业领先，服务总人次已超1.3亿，日均语音交互频次超200万次。

如果说信息、社交，只是在相对表层的方面改变中国的话，那么推动服务快速发展背后的人工智能、智能机器人等，对中国的变革则已经深入到肌体、血液里了。人工智能、智能机器人，之所以能够驱动中国，从它们本身以及它们交互的重要对象之一“人”的角度去看，主要有五大原因：

第一，是人工智能、智能机器人改变了服务的模式。服务的方式，从传统的人对人，变成了智能机器人对人。当然这种智能机器人，与我们在电影里看到的炫酷的、人形的、超能力的机器人有所不同，就像傅盛所言，只要拥有AI能力，能够把AI、硬件、软件、服务四大元素进行有机融合的，都可谓“智能机器人”。

实际上，这种服务模式的改变，在今年世界互联网大会期间的“互联网之光”博览会上，就有着生动的体现。猎户星空智能机器人豹小秘、豹小递、豹小贩、豹花瓶等就集体活跃在展馆各处，可以为广大参观者提供导览、领路、接待、赠饮、递送等各种优质的贴心服务。

第二，是人工智能、智能机器人改变了服务的触达方式。以往用户想要获得什么服务，绝大部分情况是要“走近才能得到”，而如今有了智能机器人，则变成了“无需走近也能得到”。比如智能机器人会跟你递送各种物品、帮你调制一杯高品质咖啡等等，不一而足。由此，换个角度看也就意味着，服务在人工智能、智能机器人时代，流动起来了，服务也和信息、内容、社交等一样，一定程度上具备了“流动性”。

第三，是相比于信息、社交背后的行业，服务背后的人工智能、智能机器人市场体量，要大得多。前不久，德勤就发布了《全球人工智能发展白皮书》，白皮书称，到2025年世界人工智能市场规模将超过6万亿美元，从2017年到2025年的年均复合增长率高达30%。无独有偶，此前Gartner发布的报告也显示，2018年全球人工智能市场规模高达1.2万亿美元，较2017年增长70%之多，而到2022年，全球人工智能驱动的市场规模将达到3.9万亿美元。

第四，如果说信息、社交，是通过互联网的方式对真实物理世界进行映射、复刻的话，那么服务背后的人工智能、智能机器人，则是实实在在的已经开始改变真实物理世界。此时，虚拟和现实，数字世界和物理世界，不再泾渭分明，很多时候，虚拟的也即现实的，数字世界也即物理世界。

在这样的背景下，对智能机器人等的要求就变得更高了，机器人不再仅仅是可以陪用户聊聊天、耍耍贫嘴而已，而是像傅盛所说的“真有用”。实际上，“真有用”也一直是猎豹移动投资的智能服务机器人公司猎户星空，旗下智能机器人最大的亮点和卖点。为了达至“真有用”，成立3年来，猎户星空已经构建起包括自研芯片算力、算法能力、系统能力、应用能力及商业大脑等在内的一体化AI能力。

可能这么说太过专业化，更直白点举例来说，就是有了猎户星空的加持，当用户去参加展会、观看展览的时候，智能语音服务机器人豹小秘会像最熟练、最优秀的服务人员一样，为用户进行导览、领路；当用户累了，想休息一会的时候，无人咖啡亭豹咖啡会给用户制作美味的咖啡；而当用户参观完要回家的时候，如果恰好是要经过广州地铁21号线天河智慧城示范站时，智能客服机还能帮用户买票回家、提供附近生活服务信息……怎么样，这样的机器人，可以称得上“真有用”吗？

第五，是跟信息、社交相比，服务背后的人工智能、智能机器人还有着双重属性。一方面，其自己本身是一个行业，属于智能行业；另外一方面，其还能赋能其它传统行业，属于产业智能化。这也是人工智能、智能机器人区别于信息、社交背后的行业的重要一点。换句话说，人工智能、智能机器人不仅能“一生二，二生三”，还能够“三生万物”。

比如，猎豹移动携手猎户星空，就推出了小豹AI翻译棒、小豹AI儿童手表等多款属于“小豹AI家族”的爆红产品；此外，还逐步实现了猎户星空语音解决方案、视觉解决方案、以及语音+视觉、视觉+导航的多模态AI模组等，在各种各样场景的成功落地。

写在最后：

信息、社交背后的行业，都只是互联网的一个细分领域，而服务背后的人工智能、智能机器人等，却是互联网、移动互联网在数字化、智能化时代的全新表达和全新延展。其不仅是一个全新的领域，更是一种全新的思想。在人工智能、智能机器人的世界里，一切都可以打破，一切都可以流行，一切都才刚刚开始。

就像法国作家、哲学家阿尔贝·加缪所说的，一切伟大的行动和思想，都有一个微不足道的开始。人工智能、智能机器人“微不足道”的开始，或许就是从制作一杯美味的咖啡开始……