



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

СОЮЗЛЕГПРОМ

107023, г. Москва, ул. Малая Семеновская, д. 3А стр. 1

Тел.: +7 (495) 280-15-48

Факс: +7 (495) 280-10-85

E-MAIL: INFO@SOUZLEGPROM.RU

WWW.SOUZLEGPROM.RU

ДАЙДЖЕСТ ЦЕНТРАЛЬНЫХ СМИ

4 июня 2018 г.

www.souzlegprom.ru

В РОССИИ НАЧАЛСЯ ЭКСПЕРИМЕНТ ПО МАРКИРОВКЕ ОБУВИ

Эксперимент по маркировке обуви стартует в России 1 июня. Он будет проходить до 30 июня 2019 года

Правительство утвердило сроки проведения эксперимента по маркировке обуви в России — он продлится с 1 июня 2018 года по 30 июня 2019 года. Об этом сообщается на сайте кабмина. Ранее правительством был утвержден перечень товаров, подлежащих обязательной маркировке. В него попали табачная продукция, парфюм, обувь, разные виды белья (постельное, столовое, туалетное и кухонное), фотокамеры, фотовспышки и лампы-вспышки, а также разные виды верхней одежды.

«Цели эксперимента — апробация механизма маркирования обувных товаров средствами идентификации для противодействия незаконному ввозу, производству и обороту таких товаров, в том числе контрафактных, повышение собираемости таможенных и налоговых платежей», — говорится в сообщении.

Ранее сообщалось о том, что, начиная с 1 июня, в России появится маркировка «светофор». Также в России представили единую национальную систему маркировки товаров.

BFM

ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ — САМЫЕ «ЛЕГКИЕ» ЗАРПЛАТЫ

Средняя зарплата работников этой отрасли, по данным Росстата, 18-22 тысячи рублей. Работники самой высокооплачиваемой сферы в России получают в семь раз больше

Легкая промышленность в России самая низкооплачиваемая. Меньше всех получают работники предприятий по пошиву одежды и изделий из кожи и производству мебели.

По данным Росстата, сотрудники предприятий этих отраслей в среднем по стране получали 18-22 тысячи рублей. Самые высокие зарплаты в нефтегазовой отрасли — в среднем почти 127 тысяч рублей.

Однако в реальности картина доходов несколько иная, говорит президент сервиса Superjob.ru Алексей Захаров:

Алексей Захаров президент сервиса Superjob.ru «Значительная часть легкой промышленности — швейная и производство мебели — это малый бизнес, и он в значительной степени серый: начисленные зарплаты низкие, но это не значит, что такие же и выплачиваются. Такая же ситуация будет, например, в сфере общественного питания, где малый бизнес —

там тоже будут очень низкие начисленные зарплаты. Если же мы берем отрасль добычи нефти и газа, то она в значительной степени белая с точки зрения начисления зарплат, плюс там сверхвысокие зарплаты у менеджмента. Соответственно, это все влияет на показатели средней зарплаты. Сложно сказать, какая отрасль самая низкооплачиваемая. Можно сказать, какая самая высокооплачиваемая с точки зрения средних зарплат. Это, безусловно, информационные технологии и все, что с ними связано, и государственное управление».

Если же верить Росстату, то далее в списке самых высокооплачиваемых отраслей идут производство табачных изделий, полезные ископаемые и область финансов и страхования. Низкие зарплаты у работников сельского хозяйства и сферы услуг.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

WWW.SOUZLEGPROM.RU

ФРП ВЫДЕЛИТ СРЕДСТВА НА ПОДДЕРЖКУ ПРОЕКТА ВЫРАЩИВАНИЯ И ПЕРЕРАБОТКИ КОНОПЛИ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

31 мая с.г. состоялось очередное заседание Экспертного совета Фонда развития промышленности, на котором были рассмотрены ряд проектов в различных отраслях промышленности.

В легкой промышленности был утвержден следующий проект:

- ООО «Нижегородские волокна конопли» (Пильнинский район, рабочий поселок Пильна, Нижегородская область)

«Проект выращивания и переработки технической конопли в Нижегородской области»

Проект предусматривает финансирование Фондом развития промышленности суммы 401,454 млн руб. на срок 60 месяцев.

МАРКИРОВКА

«Московский комсомолец»

ЧЕМ ГРОЗИТ ПОВАЛЬНАЯ МАРКИРОВКА ТОВАРОВ РАДИОЧИПАМИ: МЕЧЕННЫЕ ПОДГУЗНИКИ

Инициатива вероятнее всего скажется на кошельке покупателя

К 2024 году в России будет создана единая система сплошной маркировки всех без исключения товаров: от сигарет и алкоголя до подгузников и детского питания. Так чиновники хотят справиться контрафактной продукцией, объемы которой в нашей стране в зависимости от отрасли составляют 20–50%. Независимые эксперты отмечают, что у предложенного нововведения есть как плюсы, так и минусы. Есть опасность, что его реализация приведет к существенным затратам государства и серьезно ударит по карманам потребителей.

Электронное чфипирование — это маркировка товаров контрольными знаками, содержащими радиочастотную метку. RFID-метки позволяют с помощью сканера считывать всю информацию о продукте: наименование материала, который использовался для его изготовления, место производства, цепочку посредников, участвующих в реализации, а также дату и место поступления в продажу. Причем сканер способен считывать RFID-метки на расстоянии в несколько десятков метров. Для регулирующих органов это удобно. Система позволяет в считанные минуты оформлять целые контейнеры, не концентрируясь на каждом товаре отдельно, и оперативно выявлять нелегальные изделия.

Российские власти в последнее время внимательно относятся к вопросу внедрения современного оборудования в самые разные отраслевые сегменты и в обыденную жизнь. В новом правительстве даже создано специальное Министерство цифрового развития, преобразованное из Минкомсвязи. Оно посвятит свою деятельность формированию единого интерфейса и стандарта работы электронных сервисов, которые помогут россиянам дистанционно получать госуслуги. Между тем далеко не все уверены, что цифровые технологии будут работоспособными и удобными в использовании. Более того, существует вероятность, что их внедрение приведет не к экономии средств, а к дополнительным финансовым расходам как государства, так и рядовых потребителей.

Шуба без чипа — липа

Борьба с контрафактом с помощью маркировки товара электронными чипами в России начали с 2016 года. Первый эксперимент был произведен с меховыми изделиями, до 80% которых нелегально продавалось на «сером» рынке. Эксперимент оказался удачным. По данным Пушно-мехового союза, он позволил вывести из тени около 50% товара.

В октябре прошлого года Федеральная налоговая служба отчиталась о том, что чипирование показало реальный оборот этого сектора торговли — по данным ведомства, в стране было продано в семь раз больше меховых изделий, чем годом ранее. Хотя на деле объем торговли шубами не вырос, однако этот рынок приобрел легальный характер.

В то же время, по оценке Минпромторга, доля незаконного оборота товаров в разных отраслях России составляет от 20 до 50%. В денежном выражении это более 2 трлн рублей, или около 15% от доходной части российского федерального бюджета в 2018 году. Примерно те же данные приводит Роскачество, по подсчетам которого в разных секторах отечественной экономики контрафакт доходит до 30%.

Воодушевившись результатами проекта с шубами, Минпромторг решил чипировать как можно большее число товаров легкой промышленности. По данным Союза текстильной и легкой промышленности, оборот контрафактного рынка одежды и обуви в России составляет 35% от всей розницы, что в денежном выражении превышает 910 млрд рублей в год. Для сравнения, это соответствует 6% доходной части федерального бюджета России в 2018 году.

Очевидно, что торговые операции с таким товаром далеко не всегда облагаются налогами, и их необходимо срочно поставить на контроль.

Всего же в расширенный список товаров, попадающих под первоочередную маркировку, Минпромторг включил около десятка изделий, в том числе табак, парфюмерию, автомобильные покрышки, постельные и кухонные принадлежности. Более того, ведомство пообещало, что через семь-восемь лет практика чипирования распространится на всю отечественную продукцию. И в этом направлении власти делают конкретные шаги. В конце прошлого года Госдума приняла закон об обязательной маркировке ряда товаров идентификационными знаками, а президент Владимир Путин одобрил создание до 2024 года единой национальной системы сплошной маркировки товаров: от сигарет и стройматериалов до детского питания и одежды. Реализация идеи идет полным ходом. В начале года в России начали проводить очередной эксперимент — на этот раз по маркировке табачной продукции, а с 1 июня стартует проект чипирования обуви.

«Черная метка» контрафакта

Как утверждают в Центре развития перспективных технологий (ЦРПТ), который выступает оператором эксперимента по маркировке табачных изделий, благодаря запуску аналогичного проекта в Бразилии сбор табачных акцизов вырос на \$90 млн, резко упала доля контрафакта и на 20% увеличились налоговые поступления по алкоголю.

Необходимо отметить, что первые системы «прослеживаемости» получили наибольшее развитие в Юго-Восточной Азии, на которую приходится практически 80% суммарного мирового оборота контрафакта. Однако их внедрение носит сегментированный характер, и зачастую инициаторами продвижения подобной инфраструктуры выступают крупные концерны, которым не нравится, что под их маркой продается левая продукция. Показательной иллюстрацией является Федерация немецкой автомобильной промышленности, определяющая стандарты маркировки в области автомобилестроения и выпуска запчастей.

В целом в Европе тема «прослеживаемости сырья», осуществляемая посредством чипирования и электронной маркировки товаров, в особенности продуктов питания, контролируется на всех стадиях производства. Предприятия пищевой и кормовой отраслей обязаны идентифицировать конкретного поставщика не только используемого в работе материала или готовой продукции, но и знать наименования кормов, на которых вскармливались животные, и удобрений, применявшихся в сельском хозяйстве. То же касается сведений о переработке и сбыте вплоть до фиксированного очищения и транспортировки семенного материала. Грубо говоря, в странах Старого Света представителям розничных сетей необходимо знать «каждую корову и свинью в лицо», иначе стейк, изготовленный из их мяса, рискует оказаться в списке недоброкачественных продуктов и впоследствии утилизирован.

Фактически переработчики и производители должны самостоятельно контролировать, кому поставляют и у кого закупают продукцию в цепочке «от огорода до прилавка». Если ретейлер не способен представить потребителю необходимые сведения о происхождении товара, то продукт не попадет на рынок.

«Прослеживаемость» в ЕС считают важным инструментом безопасности из-за глобального потока товаров, произведенных как национальными предприятиями, так и поступающих со всего мира. В случае нарушения обязательных процедур за счет поиска и нахождения причины появляется возможность ограничить размер ущерба и проинформировать потребителей

надежными данными о происхождении приобретаемого товара. Причем поскольку информации каждого отдельного предприятия на фоне отраслевой структуры недостаточно, применяется система, охватывающая всех участников планирования, управления и контроля торговли. Санкции за отсутствие системы «прослеживаемости» вполне ощутимы. В Великобритании за это производителя или ретейлера могут оштрафовать на 5 тыс. фунтов (почти 420 тыс. рублей) и даже лишить свободы на два года.

Впрочем, самым большим наказанием за подобные проступки в Европе считается не штраф, а потеря доверия со стороны потребителей. По данным соцопросов, в случае инцидента, связанного с информацией о безопасности, почти 40% покупателей утратят интерес к такому продукту, а более 30% откажутся от всей линейки товаров сомнительного бренда, попавшего в такой разряд.

Европейские законодательные инициативы уже принесли полезный финансовый эффект. Например, в Турции применение практики маркировки товаров дало государственному бюджету дополнительные \$1,8 млрд от табачной продукции и \$200 млн от алкогольной.

Белый свет влетит в копеечку

По словам директора по защите торговых марок Philip Morris International Александра Мироненко, производительность линий, задействованных в эксперименте по маркировке табачных изделий электронными чипами, составляет 500 пачек в минуту. Затраты на внедрение новой системы на них оказались чисто операционными — заводы просто поменяли программное обеспечение и перенастроили сканеры и принтеры. Правда, если маркировка распространится на более высокоскоростные линии, производительностью в 1 тыс. пачек, то внедрение системы потребует больших издержек — до \$300 тыс.

Понятно, что бухгалтерская отчетность крупного производителя вряд ли серьезно пострадает от таких дополнительных расходов, зато предприятия, которые не могут похвастаться тем, что входят в число лидеров отрасли, ощутят очевидный финансовый удар.

Пока одна RFID-метка обходится ретейлерам в 10–15 рублей, хотя до массового внедрения озвучивалась цена около 6 рублей. Эксперты уверены, что даже такие на первый взгляд небольшие траты не идут в сравнение с дорогостоящим оборудованием, которое требуется производителям и ретейлерам для считывания меток. Все эти затраты неизбежно лягут на себестоимость изделия, что обязательно повлечет за собой рост цен на готовую продукцию — и вовсе не копеечный.

В целом система маркировки только на десять групп обозначенных Минпромторгом товаров, по подсчетам отраслевых специалистов, обойдется предприятиям в 30 млрд рублей. Следующие в очереди на маркировку — лекарства. Это еще 14 млрд рублей дополнительных затрат. По подсчетам «БАТ Россия», расходы одного магазина, торгующего табачными изделиями, на применение системы электронной маркировки будут достигать 50–80 тыс. рублей в год. Супермаркеты этой финансовой нагрузки не ощутят. Между тем в России насчитывается более 210 тыс. независимых табачных розничных точек. Суммарные годовые затраты таких ретейлеров грозят составить от 10 млрд до 17 млрд рублей в год. Сомнительно, что владельцы небольших магазинов смогут сэкономить за счет масштаба продаж, и части из них скорее всего придется уйти с рынка.

Существуют противники чипов и среди производителей лекарственных препаратов. По мнению Ассоциации российских фармацевтических производителей, RFID-метки могут оказаться дорогими для

фармакологических компаний: потребуется дополнительное оснащение производства и складов, может вырасти себестоимость продукции. Кроме того, RFID-метки нельзя нанести на блистеры из фольги, в которые упаковано 80% лекарств, и на гелевые растворы. Также нет никаких исследований, как такие метки влияют на качество лекарств.

Между тем, как полагают эксперты, повальная маркировка и чипирование отразятся и на государственных расходах на подобные цели. Сейчас по действующей в нашей стране процедуре определения легальности продукции вызывающие сомнения изделия отправляют на экспертизу. Если подтвержден факт незаконного выпуска либо нарушения условий импорта, то товар подлежит конфискации и хранению до вынесения судебного вердикта. Площадки для хранения находятся на балансе Росимущества. Средний срок хранения одной изъятой единицы может достигать до полутора лет. Ежегодно расходы ведомства, следовательно, и государственной казны на хранение и утилизацию контрафакта растут. В прошлом году они превысили 590 млн рублей. Можно возразить, что эта сумма незначительная для федеральной казны. Однако если сравнивать со средним размером пенсии, то ежемесячно на эти средства могли бы существовать около 40 тыс. отечественных пенсионеров.

Карман под угрозой

Между тем эксперты не уверены, что после ужесточения регулирования торговли отпадет проблема присутствия контрафакта на отечественном рынке. По сути, государство вводит новый и, что важно отметить, частный налог (операторами администрирования и управления процессом маркировки выступают негосударственные компании) на качество покупаемых товаров. Хотя платить его придется производителям и ретейлерам, он разгонит розничные цены и ляжет очередным грузом на рядовых потребителей. «Издержки производителей оплатят рядовые граждане, которые за каждую вещь будут выкладывать дополнительные деньги. Потока жалоб на повышенный уровень контрафакта, контрабанды по перечисленным товарам не зафиксировано. Зачем тогда нужны такие кардинальные решения?» — задается вопросом президент Ассоциации прямых продаж Тамара Шокарева.

«Примеров аналогичной повальной практики сплошной маркировки в мире не существует. Российские надзорные органы предпочитают перекидывать ответственность и затраты на потребителя, демонстрируя тем самым свою беспомощность. Сотни тысяч российских потребителей смогут предъявить претензии государству, если приобретенный ими товар не соответствует заявленному качеству. Существует подозрение, что чиновники будут справляться с этой проблемой превентивными мерами, способными поставить крест на предприятиях малого и среднего бизнеса», — полагает председатель правления Конфедерации обществ потребителей Дмитрий Янин.

По словам эксперта, инициатива по маркировке всех без исключения выпускающихся в России товаров чипами несет в себе угрозу для потребительского рынка. Международный опыт доказал, что полезный эффект от маркировки ощущается только при оснащении чипами подакцизной продукции — табачных изделий и алкоголя. Все остальные товары могут просуществовать и без чипов.

Еще в середине 1990-х годов правительство уже пыталось запустить программу тотальной маркировки, но впоследствии эти меры были успешно оспорены в судах и отменены, так как шли вразрез с конституционными правами граждан и не оправдывали издержки.

Исходя из таких обстоятельств население вполне обоснованно может потребовать от государства компенсации. Если правительство собирается бороться с контрафактом на деньги потребителей, то ему стоит задуматься, например, о снижении НДС, который, напротив, чиновники собираются повысить.

RNS.ru

МАРКИРОВКА «СВЕТОФОР» ПРИДЕТ В РОССИЮ С 1 ИЮНЯ

Цветовую маркировку «светофор» в России начнут с мороженого

Пилотный проект по добровольной маркировке продуктов питания цветами светофора — зеленым, желтым, красным — в зависимости от уровня содержания в них соли, сахара и жирных кислот начнется 1 июня с мороженого. Об этом говорится в сообщении Роспотребнадзора, который выступает инициатором проекта. Продукция будет маркироваться зеленым, желтым или красным цветами в зависимости от уровня содержания соли, сахара и жирных кислот

«Роспотребнадзор уделяет особое внимание рациону питания подрастающего населения и безопасности продуктов, попадающих на детский стол. В международный день защиты детей понятная и доступная информация о содержании жиров, соли и сахара представлена на любимом детском лакомстве — мороженом», — сообщает ведомство.

Стоит отметить, что в июне «светофор» нарисуют и производители молочной продукции, и производители мясной продукции. Смысл маркировки в том, чтобы она показывала, содержатся ли в продукте натуральные вещества и является ли он полезным для потребителя, или же наоборот. Зелёный цвет будут наносить на те продукты, которые отличаются оптимальным содержанием солей, сахаров, углеводов, протеинов, жиров и других микроэлементов. Жёлтая появится на той продукции, в которой есть заменители, а красную напечатают там, где полезных веществ вовсе нет.

Ранее уже сообщалось о том, что летом на продуктах появится «светофор». Кроме того, вредные продукты могут отметить «черными метками», а также в России планируют ввести акцизы на вредные продукты.

В РЕГИОНАХ

ВГТРК «Россия»

В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ПЛАНИРУЮТ СОЗДАТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Текстильная и легкая промышленность нуждаются в молодых, современных кадрах. Проработать вопрос по созданию центра компетенций для этих отраслей, поручил Президент страны Владимир Путин на площадках форума Общероссийского народного фронта.

И перспективы создания в регионе образовательного центра компетенций обсуждали активисты ОНФ, представители текстильных предприятий, преподавательского сообщества.

Планируется, что новая структура будет готовить кадры нового поколения, которые могли бы работать с инновационными технологиями и материалами, а также высокотехнологичными компаниями.

Сейчас, отмечают представители отрасли, молодых работников приходится переучивать заново. Именно поэтому, в рамках создания центра компетенций, некоторые готовы брать на себя, на базе своих производственных мощностей подготовку специалистов. Но с одним важным условием - они должны потом в течение определенного времени отработать на предприятии.

«Образование нужно менять и оно должно быть вот, учебные планы должны быть составлены с учетом: семестр отработали, потом полгода на предприятии закрепили и дальше это должно быть три-четыре цикла, которые должен пройти молодой специалист, чтобы потом понимать и что предприятие от него требует, и что ожидает, да, и что он должен в теории узнать, чему научиться», - говорит сопредседатель регионального штаба ОНФ Василий Скворцов.

«Тема наша с вами сегодня – это создание центра компетенций, который будет работать на опережение и на развитие этой отрасли как таковой. И здесь мы должны пользоваться не только региональной, но и всероссийской и международной рамкой», - говорит и.о. ректора Ивановского политехнического университета Евгений Румянцев.

РИА «Мода»

В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ ЗАСЕЯНЫ ПЕРВЫЕ ГЕКТАРЫ ХЛОПКА

Как заявил губернатор региона Александр Жилкин, в Астраханской области засеяны первые гектары хлопка

«Хлопчатник высаживаем. Планируем не только сами следить за этим проектом, но и привлечь внимание со стороны Министерства сельского хозяйства РФ. К концу осени должны быть первые результаты, рассчитываем, что будет сформирована программа по поддержке этого направления. Хлопок стране нужен, тем более наша продукция будет дешевле (импортной), но по качеству уступать не будет», - передает агентство ТАСС слова Александра Жилкина.

Таким образом, регион начал возрождать хлопководство – ранее сообщалось, что в Астраханской области в 2018 году под выращивание хлопчатника планируется выделить 500 га земли в Черноярском районе. Проект по возрождению хлопководства регион планировал реализовывать совместно с компанией «Камышинский текстиль» (Волгоградская область). На сегодняшний день в Черноярском районе хлопчатником уже засеяли 100 га.

«Российская газета»

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЗДАЕТ МОДНЫЙ ОБРАЗ

Сянганский технический университет и корпорация Alibaba Group создали в Гонконге первую в мире базу данных Fashion AI (Модный ИИ). Уникальный массив данных предназначен для содействия слиянию фэшн-индустрии и искусственного интеллекта (ИИ) для создания новой модели розничной торговли модными товарами - аксессуарами, обувью, одеждой и т.д. Ожидается, что с помощью фотографий Fashion AI потребители смогут быстрее и точнее приобретать нужную им одежду в интернет-магазинах.

Эксперты полагают, что сегодня сфера применения функции поиска товара по фотографии достаточно широка, с помощью этой функции ведется поиск одинаковых или похожих фотографий. Если покупатель интересуется какими-либо элементами дизайна одежды и хочет найти их, то традиционная технология функции поиска зачастую оказывается бессильной. Это существенно ограничивает индивидуальные потребности и удовольствие от онлайн-шопинга. Анализируя проблему с точки зрения ИИ, это происходит из-за отсутствия базы фотоматериалов, которая одновременно содержит и профессиональные данные об одежде и моде, а также отвечает техническим требованиям технологий ИИ. Индустрия моды, будучи ярким социальным феноменом, всегда приносит большие прибыли.

Чтобы ускорить развитие и применение искусственного интеллекта в фэшн-индустрии, факультет производства текстиля и одежды Сянганского технического университета и команда исследователей отдела иллюстраций корпорации Alibaba Group наладили тесное сотрудничество, вместе создавая базу данных Fashion AI. Они предназначены для того, чтобы разрешить две основные проблемы, связанные с алгоритмом ИИ, а именно: фиксация ключевых параметров и распознавание деталей фасона. Под "ключевыми параметрами" имеется в виду линия воротника, параметры рукава, обхват талии и др. Детали фасона подразумевают длину рукава, дизайн воротника, отделку и др. Данные, содержащие эти подробности, позволяют компьютерам точно анализировать фотографии и создают основу для автоматического машинного обучения и развития алгоритмов поиска.

Говоря о первой в мире базе данных Fashion AI, старший технический эксперт отдела технологий Alibaba Group Цзя Мэнлэй отметил: "Это первая в мире крупная и высокоэффективная база данных, касающаяся одежды. С одной стороны, она отличается профессиональным подходом к моде, а с другой - полностью отвечает всем требованиям механического обучения и алгоритма ИИ. Мы ориентируемся на две реальные сферы применения. Для фиксирования ключевых параметров мы подготовили более 100 тыс. изображений. А в базе данных о деталях около 300 тыс. фотографий. Это результаты первого этапа нашего сотрудничества с Сянганским техническим университетом. В будущем мы продолжим развивать наше сотрудничество. Весь фотоматериал уже прошел экспертизу специалистов. Данные будут использоваться в исследованиях ученых и студентов в сфере ИИ, а также придадут новый стимул развитию фэшн-индустрии".

Цзя Мэнлэй добавил, что в скором времени база данных Fashion AI будет доступна в виде мобильного приложения. Alibaba Group также намерена использовать базу в обычных офлайн-магазинах и на своих коммерческих интернет-платформах. Напомним, что еще в конце прошлого года Alibaba Group уже разработала терминал со "встроенным" ИИ-стилистом с тем, чтобы повысить удовлетворенность от шопинга у покупателей традиционных офлайн-магазинов. Специальный сенсор считывает штрихкоды с вещей, которые покупатели вносят в примерочную, а затем выводит на экран идеально подобранные сочетания с подобной одеждой и аксессуарами. По словам Цзя Мэнлэя, новая база данных повысит точность поиска и сочетаемости одежды и аксессуаров и намного увеличит чувство удовлетворенности у покупателей. Помимо этого новые технологии содействуют перекрестным продажам и добавочным продажам. Одним словом, база данных Fashion AI обладает большим потенциалом в сфере розничной торговли. По этому поводу Цзя Мэнлэй сказал:

"Сегодня многие выражают неудовольствие по поводу качества поисковиков различных площадок электронной коммерции. Не всегда нравятся предлагаемые товары. В этом виноваты их старые алгоритмы. По таким алгоритмам после покупки пальто система автоматически предлагает покупателям схожие фасоны и цвета. Однако лучше сразу выдавать те результаты, которые нужны клиенту, а не делать предложение после того, как он уже сделал свой выбор. Также идеально было бы предложить клиентам брюки, обувь, сумки или аксессуары, сочетающиеся с купленным пальто. База данных Fashion AI именно для этого. Думаю, что это важное событие в истории развития розничной торговли. Мы оказываем огромную помощь ретейлерам. Когда покупатель просматривает ту или иную одежду, мы предложим ему целый комплект сочетающихся по стилю и другим параметрам товаров. Это непременно повысит показатель комбинированных покупок, люди будут покупать гораздо больше, чем планировали. Добиться такого эффекта удастся с помощью Fashion AI - алгоритма ИИ, который "настроен" на самообучение. Он может распознавать множество разновидностей одежды, а также понимать и предугадывать вкусы покупателей, дизайнеров и постоянных клиентов интернет-магазинов".

Замначальника факультета производства текстиля и одежды Сянганского технического университета, профессор Хуан Вэйцзян назвал сотрудничество с корпорацией Alibaba Group важным событием в сфере торговли модными товарами и одеждой. Он сообщил, что Сянганский технический университет и интернет-гигант Alibaba Group организуют всемирный конкурс "Будущее за Fashion AI". С 3 по 6 июля 2018 года в Сянганском техническом университете пройдет конгресс ИИ и моды, в рамках которого и состоится конкурс. Сейчас уже начался первый отборочный тур. А 5 июля пройдет глобальный финал.

Хуан Вэйцзян отметил: "Глобальный конкурс Fashion AI соберет несколько команд из разных стран мира. Одновременно мы проведем международный конгресс на тему искусственного интеллекта и моды, на который пригласим экспертов ИИ и индустрии текстиля. Путем прямого диалога мы намерены способствовать развитию и внедрению ИИ в сферу моды и текстиля".

Во всемирном конкурсе Fashion AI примут участие исследователи и разработчики ИИ из разных стран мира. Победители получают премии на общую сумму 1,34 млн юаней (более 200 тыс. долл. США).