

所谓“智能“，你了解多少 (你造吗?)

作者：康斯坦丁 著

你造吗？

所谓“智能“，你了解多少

——我们一起来八一八

康斯坦丁 著

本书由作者授权北京华章图文信息有限公司在全球范围内以网络出版形式出版发行本作品中文版，未经出版者书面许可，本书的任何部分不得以任何方式抄袭，翻录或翻印。

策划编辑：任静静

封面设计：梁杰

客服热线：+86-10-68995265

客服信箱：service@bbbvip.com

官方网址：www.bbbvip.com

新浪微博 @言商书局

腾讯微博 @bbb-vip

目录

[智能家居需要“人性”吗？](#)

[智能家电，手机的高级配件](#)

[讯飞能活到智能家居的黎明前吗？](#)

[语音助手，如何变成贴心秘书？](#)

[智能语音，只是一个美丽的概念](#)

[我们真的需要智能自行车吗？](#)

[为何如此疯狂跟风智能自行车？](#)

[Xbox One将点燃中国玩家内心激情](#)

[电视游戏会是智能电视的新转机吗？](#)

[次时代主机入华 电视游戏市场被“催熟”](#)

[2015年之前 智能电视游戏无革命意义](#)

[别高兴太早 电视游戏仍需摸着石头过河](#)

[视频游戏：可以提高人的运动知觉](#)

[一场“超真实”的3D的体验会](#)

[零距离触摸获ZOL奖的LGD](#)

[美女+不闪3D的化学反应](#)

[押宝在Apple Watch的智能手表游戏玩得转吗？](#)

[指纹支付来袭，靠不靠谱！](#)

[指纹支付究竟好在哪？](#)

[指纹支付被黑客盯上怎么办？](#)

[指纹识别不了怎么办？](#)

[指纹支付将成为一种新型支付方式？](#)

[可穿戴设备的尴尬 购买后半年就被弃用](#)

[运动社交或将成为“反科技”先锋](#)

[全民养生，谁能独领风骚？](#)

[网络医院，有没有未来？](#)

[美丽蓝图，互联网是医院的手术刀](#)

[远离悲伤，网络拆掉医院的高墙](#)

[以技养医，中国亟需清醒的医疗制度](#)

智能家居需要“人性”吗？

这两年，智能家居的概念非常火爆，大批的互联网公司纷纷涉足该领域，其中不乏苹果、谷歌、三星、小米这样的国际知名公司，虽然这些公司在历史地位上有些差距，但他们都有着一个共同点，那就是产品线中一定有“手机”，但凡有几款销量不错的手机企业，或多或少都会跟智能家居产生关系。但从目前的状况来看，智能家居还停留在概念阶段以及比尔·盖茨的家里，即便Google花费32亿美元收购了一家智能家居公司，也没能带来质的飞跃。

其实，仅仅依托于现在的技术，普通人便可以勾勒出智能家居的前景，更何况，我们已经体验过一些雏形的产品，但智能家居推广的问题在于“如何让智能家居与人性无缝链接”，事实上，这是一项非常庞大的工程，不仅需要长期的技术沉淀，还要等着家庭成员的观念改变，否则，“金窝、银窝，不如自己的狗窝”之观念会一直阻碍智能家居的发展。

家庭是社会最基本的组织单位，人类最美好的时光全部在家庭度过，所以，智能家居要想商用，必须以“提高人类幸福”为前提，让消费者以一种享受的方式与“智能家居”共处，而不是去花费精力学习“how to use it”。诚然，每个人对生活的需求千差万别，但对于家庭生活的舒适、便捷、安全的追求是基本一致的。科技企业可能会做出完美的智能家居平台，但这不一定是普通人最需要的。笔者认为，对于涉足智能家居的企业来说，与其妄谈假大空的平台战略，倒不如积极地深耕细分领域，事实上，没有人喜欢把自己的老家搞得面目全非，我们需要的只是一些点点滴滴的小改善罢了！

智能家电，手机的高级配件

其实，智能家居的概念在很早的时候就出现了，但一直受限于PC时代的技术短板，也就是说，过去的智能家居产品是围绕PC打造的，他们需要用到实体的物理网线把电脑和家居产品连接到一起，这种背景下，实际应用场景非常有限，而且显得无比滑稽，你真的能忍受一屋子网线的情况吗？

随着移动互联网的发展，智能家居和它的配件们才迎来又一次的发展契机，正如功能手机把人类从“电话线”的束缚中解放出来一样，移动互联网的出现也彻底解放了智能家居产品，事实上，他们从本质上来讲，就如同智能手机的高级配件一样。在一些智能家居展览会上，商家通常会以手机为基础平台，试用超级App建制共享通用中心，然后，在家电、家具、安管管控等系统中嵌入智能模块，也即未来智能家居最基础的控制中心就是基于智能手机的平台；事实上，当智能家电普及之时，普通消费者也能在下班后，通过手机向家里的浴缸和厨房发送信息，告诉他们自行准备洗澡水；另外，安全监控也将成为未来最流行的产品之一，到了那个时代，家用监视器或将成为装修标配，消费者亦能用刷微信的方式来刷房间信息，以确保自己的财产安全，甚至能监控老人、小孩的活动状况。

毫无疑问，智能家居会再次促进手机的革命性发展，移动带宽、芯片容量和软件App行业都将有长足的进步。此外，物联网也将受惠于智能家居的发展，内置的芯片会把家里的每一款家电都变得智能化，加之传感器的应用也会大大丰富智能家居的控制手段，以此衍生出的家电管理、居家安防、环境监测、智能健康等定制方案，将会彻底颠覆人类有关家庭生活的概念，这些不一定会让人幸福，但肯定能让人舒服！

卧室革命，聪明的家具会说话

在智能家居众多的细分领域里，除了智能家电之外，智能家具也是一个非常具有科技潜力的领域，事实上，家具的好坏直接决定了家庭的品味，而且它还要求传统工艺和现代技术能结合到一起。比如，中国的土豪现在挑家居都不看是哪国的，而是看哪朝的，给这些人制作智能家具就不可能只考虑现代科技元素，同样，需要关注文化、艺术、制度等等。

谈到家居总会带点文化、艺术气息，具体到中国的大众家具还要考量居住面积问题。通常来讲，普通的80后能负担的平均房屋面积大概是90平方米左右，因这一代独生子女较多，而且房价奇高，非常有可能出现与父母一同蜗居的情况，这种背景下，合理规划家具占地面积就显得非常必要了，特别是针对家具的摆放。比如，多功能家具会比单纯的沙发、椅子和桌子更受欢迎，传统工艺可以把沙发设计成床铺，或者采用折叠模式；科技元素的改善则更为明显，在一些智能家具展览上，笔者看到一款可以给智能设备充电的桌子，消费者只需要把手机放到桌子上就能实现充电，省去了插座以及线缆的空间；未来的“知识存储空间”会随着云技术、信息处理技术的发展而被极大的压缩，书架将在20年内成为古董，因为我们再而也不需要购买纸质书，取而代之的是具有海量存储能力的芯片。

另外，现代人类之于显示屏和触摸屏有着近乎疯狂的迷恋，我们几乎无时无刻不在触摸自己的电子设备，所以，笔者预测未来一定会出现由“触摸屏和显示器组合而成的家具”，比如卧室里的一个矩形箱子，白天的时候会是一个衣柜，而晚上的时候则会变成一台电视，如果再辅以网络和操作系统，那它就是一个强大的智能终端，最难能可贵的是，他真得能放很多杂物；倘若再出现一些古怪的布料，把窗帘、床单这种软性的装饰全部革新成柔性的显示器和触摸屏，那么，未来的家庭中，将会无时无刻直接与世界联通。

智能家居需要兼顾人性

在几乎全部的智能家居发布会上，科技大佬们谈到最多的就是“平台战略”，他们总想试图一次性给用户打造出完美的乌托邦，但如前文所述，家庭是社会中最基本的团体，除了硬邦邦的实体墙和冷冰冰的家具之外，我们更要把自己的感情经历融化到家庭生活里。事实上，绝大多数人只需要家里有一点一滴的小改善，更何况，也不是所有人都能支付起智能家居的高额成本，特别是对于80后来讲，能用20年的光阴换取一套勉强能住的房子就已是实现梦想了，就更不要提什么智能家居了。

新兴科技的出现总会带走一些旧生活的快乐，正如智能手机的流行让城市人群变得陌生，邻里之间越来越少地出现的胡同里，取而代之的是拼命发微信；动车的出现，提高了消费者的出行效率，但却减少了同天南海北旅客畅聊天下的快感。而家庭的快乐更加敏感，我们实在不能允许科技再来破坏这最后的温馨，事实上，智能家居的战略更应该把日常生活作为突破点，从细节上改善家庭生活，谨记家庭从来不需要颠覆。

笔者打赌，即便是龙头科技企业要想把智能家居的蓝图变现也需要长期的沉淀与创新，而未来能掌舵智能家居行业方向的一定是人性，而非科技！

讯飞能活到智能家居的黎明前吗？

科技互联网行业的2014年被成为很多领域的“元年”，比如说2014年是4G商用的元年、也是虚拟运营商的元年；春天的时候，专家都说这是打车软件的元年，六月的时候，这是一个移动互联世界杯的元年，到了双十一购物节，这个元年的称号又给了“跨境电商”，总之，元年是年年有，2014年特别多。这种现象的背后，是中国科技、经济、商务日新月异的良好发展，也是媒体人、公关公司们满嘴跑出来的火车。毕竟，大量的科技元年在短暂地刺激投资者的肾上腺之后，能真正进入正规发展的寥寥无几，大概有90%的新技术成了那种“只有一个元年”甚至“一个月”的短命鬼。

别说我讲话刻薄，连著名思想家、教育家、电商老板马云也表达过类似的说法：今天很残酷、明天更残酷，后天很美好，但是绝大多数人死在明天晚上，看不到后天的太阳！事实上，新兴的科技行业，最大的较量正在于能否熬过冰冷的夜晚，等到明天的太阳。

除了开篇所讲的一些元年之外，2014年还号称“智能家居”的元年，相关概念正受到资本和企业热烈追捧，而智能家居衍生出的一些技术也被越来越多地专家解构、分析和运用。大概在两个月前，国内语音巨头科大讯飞宣布，以语音识别切入智能家居领域，连续发布了多款软硬家产品，其中包括新版灵犀语音助手，以及与第三方合作的智能音响和未来遥控，同时，启动了一个叫做“讯飞大脑”的人工智能计划，总之，以语音识别为主要产品的科大讯飞坚定地认为，智能家居交互模式，一定是建立语言控制之上，而且也在孜孜不倦地推动着相关语音技术的发展，所以，他们宣布切入智能家居领域的时候，声音非常大，比他们语音助手的音量要大10倍，但遗憾的是，语音技术之于智能家居只能算是一种依附技术，他的前进必须要以智能家居大行业的发展为基础。

简单来说，单纯的语音技术无法推动智能家居大踏步前进，就好像，一款精美的手机保护膜是没有办法帮助诺基亚提高Lumia销量的。基于此背景，诸如科大讯飞之类的偏技术型企业，押宝智能家居前，首先要思考的就是：自己能熬几个冰冷的寒夜。

语音助手，如何变成贴心秘书？

目前，讯飞的主要产品中体现了两种重要的语音技术，一是语音合成技术，一是语音识别技术；前者已经有非常成熟的技术，现如今想要让机器人讲一口流利的鸟语，或者发出林志玲式的“加油”嗲声已经非常容易了，但语音识别技术发展则相对缓慢，而正是在这项技术上的突破和创新，才成就了讯飞中文语音领导者的地位，他们推出的讯飞输入法虽然比不上搜狗输入法流行，但其中采用的语音识别技术却深受用户好评，支持普通话、英语、四川话、河南话、东北话、天津话、山东话……行话、黑话等等，目前用户达到1亿，不仅成为Android手机的标配，而且成功登陆App store，独享支持语音输入法第三方软件的荣耀，而且是那种无需越狱即可安装的正式编制。

或许，正是自信于自己在语音识别技术上的优势，讯飞才敢押宝于智能家居，也适当地能给巨头们灌输了一些利己思想：“语音才是未来智能家居的交互模式”，但如前文所述，智能语音作为整个智能家居中的一种配套技术，没有办法，也没有能力推动整个行业大踏步前进，所以，讯飞选择以“语音”切入智能家居领域并不是一个非常明智的选择。

不可否认，讯飞输入法能支持各地方言证明了语音识别技术还有着非常大的发展潜力，但这也仅仅是“输入法”的一个应用。事实上，任何的机器识别技术无不是建立在海量的数据、高速的运算基础上的，语音识别的体验同样要取决于语音数据存储的规模、以及后台处理的运行能力。不巧的是，智能家居领域需要的数据量远非一个输入法所能相比的，这种庞大的数据也不是工程师能在实验室里编码出来的，而是要把收集工具嵌入到消费者的日常生活中，这也就注定了语音识别技术不可能独立发展，而是要背靠类似苹果、Google、三星这样的平台企业，只有这些巨头有机会无时无刻地收集用户数据，从而建立起巨大而完善的数据库。遗憾的是，即便有数亿只iPhone渗透于全球消费者、Google的卫星也每天在太空中照照片、瞎转悠，但苹果siri和Google now等语音助手依旧不能成为消费者的贴心秘书，一位美国朋友曾分别问过Siri和Google now，哪里有便宜的鸡蛋？苹果的回答是街区尽头的饭馆里，而Google则把箭头指向了跨州的一个著名养鸡场，但家里的保姆却能告诉他：最近的沃尔玛超市，鸡蛋正在搞促销！

没有海量的数据存储，语音识别是不可能实现精准判断的，事实上，在一些流传出的智能家居产品测试中，消费者的体验也非常糟糕，如果贸然采用不成熟的家居系统，可能会出现如下情况：河北的丈夫回家之后，能顺利地通过语言开灯，而来自内蒙的妻子，操着一口东北方言，嗓子喊哑了才能把灯打开，而来自广东的情人，则没能把灯打开，当然，鉴于她和男主人的主要业务，可能也不需要开灯了。

转型阵痛，讯飞玩不转B2C？

讯飞如今切入智能家居领域，势必要做好长期沉淀的准备，只是在可预见的未来，他们真能比苹果、谷歌、百度们搜集到更多的数据吗？我看比较悬了，现在连我妈都知道前面三个平台的巨大影响力，而这也仅仅是笔者不看好讯飞智能家居原因中的一个，更加棘手的问题来自于，作为一家B2B公司，讯飞能否顺利过渡到B2C模式。虽说只是一个字母之差，而且在字母表中邻居，但世界上，却鲜有企业能华丽转身。

从面向企业，到直接面对最终消费者，不仅要在产品的研发管理上进行变革，更大的挑战则来自于用户需求的把握，从企业到用户，需求的变化呈几何式增长。此前，讯飞可能只需要搞定合作的企业就万事大吉了，但如今却要聆听每一位客户需求，还要迅速反应、精准把握住市场的脉络，甚至需要承担起培养用户习惯的任务，就好像，为了培养消费者移动支付的习惯，腾讯和阿里联手烧了10亿元，刚刚赚了点钱的讯飞，应该没有这种魄力。此外，讯飞B2C最大的瓶颈来自于其根深蒂固的工程师文化，他们员工总数大概是2500人，其中有1800人都是技术型团队，面对代码、机器和界面时，都是一个个的天才，但却不一定是一个好销售，这种艰难可以参考代工大王富士康，他们有着全宇宙最优秀的制造能力，能满足包括苹果在内的全部企业要求，但这些年来，他们在转型电商、自有品牌手机、平板等方面却举步维艰，其中一个重要的原因就是其浓重的工程师文化作祟，更何况，与讯飞相比，富士康还有一个非常重要的优势：有钱、任性。科大讯飞能做到吗？

科技是第一生产力，我们自然要尊重技术发烧友，这也是目前中国社会中最缺少的东西，但我们又不得不承认，很多大公司的兴起，很多行业的爆发，真不是靠技术，而是靠商业模式的探索与转变，而在这中转变过程中，平台型企业有着非常巨大的先天优势，留给科大讯飞的转型时间真不多，简直，没有！

智能语音，只是一个美丽的概念

数据积累、技术沉淀和商业模式的转型，尚可以通过艰苦卓绝的奋斗来解决，只是要考虑周期的问题，但语音企业对于人类天性研究的缺失，则注定了智能语音只是一些美丽的概念，他们可能永远无法大规模商用，况且高级的语音识别技术和大数据技术会带来灾难性的隐私问题和成本问题。为了增添一些能用双手、或者遥控器就能实现的控制功能，消费者可能要为每平方米的房子多付出1000元...而这也是笔者看好智能家居未来，但不看讯飞智能语音最重要的原因，更何况，他们远没有解碾压性的便利优势！

智能家居是大势所趋，每一个消费者都希望能跟家里的电器有着更高效、更便利的沟通，正是基于此人性的分析，各路巨头才扎堆智能家居：今年10月，在2014年开发者大会上，海尔推出了一系列智能家电领域产品，同一个月中，监控巨头大华股份和手机新锐小米都在智能家居领域推出了自己的产品；而海外方面，Google以32亿美元收购了一家叫NESTLAB的公司，目的也是进军智能家居领域；三星在Galaxy Note彻底卖不出去之后，也想利用智能家居反击苹果...但这些美丽的未来并不属于语音助手、不属于科大讯飞，而且笔者认为，智能家居大规模商用的路遥遥无期，但即便大规模商用之后，人机主流的交互方式肯定也不是语音：

首先，高级的语音识别技术就是一个完美的窃听器，事实上，现在语音技术最重要的应用之一就是监控领域。试想一下，当整间屋子都装上智能语音识别产品之后，我们说的每一句话，每一种活动发出的声音都有可能被记录、被分析，后台的服务器可能针对音频的分析知道消费者几点下班、屋子里有几个人，甚至能推算出他们的肾功能怎么样？这简直是对隐私权最无情的践踏。其次，在众多专家吹嘘siri会带来人家交互革命的时候，笔者就曾撰文反驳。语音助手确实在特定环境中会提供一定的便利性，例如开车时，或者在陌生的楼道里，但这种便利性并不是无处不在，更没有必要一直都用，这就涉及到人类交互过程中的分配问题，对于很多情景、很多特殊人群，语音真不是最好的沟通方式，例如一位播音员回到家里后，肯定不想对着电视说：开机，他更愿意打开遥控器，更何况，语音助手在打开电视方面并没有绝对的优势，就更不要提那些聋哑人了。

总之，语音助手更适合于一些粗犷的领域，而不是精准定位，笔者建议，科大讯飞可以继续完善输入法、语音监控等基础产品，至于说，智能家居就权当玩票吧，莫说他们可能真等不到智能家居的黎明，即便智能家居普及了，可能也没有语音助理什么事儿！

我们真的需要智能自行车吗？

从智能手机、智能手环、智能手表，智能汽车，到智能家居，甚至连拉杆箱、水杯、温度计、床都被“智能”了。作为代步的工具，自行车必然也未能幸免。斑马、洛克菲勒、BICI（基本思维）、700Bike、小米、乐视（飞鸽）相继扎堆推出智能自行车，除了飞鸽、洛克菲勒有行业经验，其他厂商以前跟自行车一毛钱关系没有，一夜之间，都开始走上了智能自行车的“不归路”。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《所谓“智能”，你了解多少（你造吗？）》康斯坦丁 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/729.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

