

离开网络就犯傻，家居智能须“去伪”

购买不同产品就要下载不同的APP，产业生态亟待完善，呼唤“全屋智能”

“清晨起床，智能管家就已经为你烤好面包、熨好衣服。”这是扎克伯格在他设想的智能管家机器人上设定的程序。

随着经济水平的不断提升，无线吸尘器、扫地机器人等一批以“智能化”为卖点的家电也开始受到消费者的热情追捧。

大数据分析机构易观发布了《中国人工智能行业系列分析2017》。报告预计，2017年中国人工智能市场规模将达到132.36亿元，同比增长40.7%。

然而，在调查中记者却发现，看似“钱”景无限的智能家电，如今也出现“伪”智能、产品同质化等问题。

■陈柯好 黄亚苹

【市场】

消费观念转变，前景好，潜力足

7月8日，记者来到苏宁易购黄兴中路店。该店将四楼整层作为智能产品专区，包括了从智能电视到空调、冰箱、洗衣机等各种传统生活电器。

此外，三楼还设有智能小家电卖场，售卖无线吸尘器、扫地机器人等新型家用电器。

记者发现，贴上智能标签的电器产品比传统电器价格普遍高出许多，有的价格甚至翻了几番。

比如，一台方太嵌入式智能微波炉的售价高达万元，而其品牌下只具基础功能的型号只需千元左右。

“这款带触摸屏的冰箱我们很感兴趣，它可以显示里面食材的保鲜度，还可以播放烹饪教学视频。”市民刘先生和女朋友看中了海尔一款智能冰箱，“愿意为这些新鲜的功能买单。”

在位于王府井负一层的“小米之家”体验馆，记者发现，不少消费者对小米智能家庭系列产品表示青睐。“门窗传感器比较实用，能为家里的安全多添一层保障。”黄小姐几乎没有犹豫就购买了价格为49元的小米智能门窗传感器。

“很多消费者到店之后，先关注产品，体验舒适度，然后再问价格。”苏宁五一广场云店智能家电负责人表示，这一消费行为与原先相比，产生了很大的转变。

“尤其在年轻一代的消费群体中影响非常大。”该负责人还表示，近年来整体消费水平增速非常快，消费者接受新鲜事物的能力也越来越强。

2017年4月21日，大数据分析机构易观发布了《中国人工智能行业系列分析2017》。报告预计，2017年中国人工智能市场规模将达到132.36亿元，同比增长40.7%。

业内人士透露，无论是智能家电替代传统家电，还是广义上智能化的家居、装修等，都是未来的必然趋势，就像智能手机取代大哥大一样，这是大势所趋，这是消费者、老百姓日益提高的生活水平和需求决定的。

【问题】

离开局域网就失控，“智能”存鸡肋

看似“钱”景无限的智能家居产业，似乎也面临如产品同质化、炒概念等问题。

“所谓的智能家电，其实主要是通过自主开发的手机APP实现产品的远程控制，如果购买不同厂家的产品，就要下载不同的手机APP。”传媒工作者张小姐吐槽，智能家电不仅没有达到家电的互联互通，并且导购介绍的“智能空调根据环境变化进行功能调整”的概念跟变频空调并无明显区别。

据记者不完全统计，以小米智能家居、阿里智能、格力智联为例，目前能控制家电的服务商APP已经超过10个，且在苹果app store里，大多数软件的评价不超过3分。

“出了屋子不在同一局域网就一直提示网络延迟，远程控制就等于没有。总让人觉得‘智能’是鸡肋。”在评价仅一星半的格力智联APP页面，一位名为“Jdehusb”的网友如是抱怨。

尽管市场上已经出现了种类繁多的智能产品，但真正的智能家居不仅指智能家电，也不是智能硬件和智能APP的堆砌。消费者需要的智能家居远不止这些。

人工智能还是人工智障？

上月，“美国保安机器人投池自杀”的话题和照片在互联网走红，据其专家团队猜测，可能常规路线上有让K5感到障碍的东西存在，于是它情急之下改换路线，不慎跌入水池中。网友纷纷调侃“可能是意识觉醒”。诸如此类，让人啼笑皆非的现象在智能产品身上似乎并不偶然。有不少网友买扫地机器人后吐槽：仿佛买了一个智障！

都市快报官方微博发布了部分网友评论的截图，该截图微博获赞7686次。

“红豆泥”说：“我们家的特别喜欢惹椅子脚，惹一下，换个角度再惹一下，再换个角度。孜孜不倦，怎么拉开都像是王母娘娘拆散一对有情人。”

“忘了关门她就离家出走，



还把楼道扫了。”网友“超级大孙”抱怨道。

“CEN冠mou”反映他的扫地机器人“在卧室没电了，怎么都找不到回去充电的路，每次都像妈妈一样把它带回来。”

这些段子背后，是消费者对智能化产品的复杂情绪，既保持期待，给予宽容，但更多的是希望智能电器真的“给力”。

产业生态有待完善

圣象家居事业部总监宦永良在接受媒体采访时就认为，国内部分企业推出的智能家居多是概念炒作，看似特别“高大上”，但实际上很多功能很繁赘，比如手机遥控自动窗帘、自动打开电视机等。

“智能家居是以住宅为平台，利用综合布线技术，自动控制技术、网络通信技术等媒介，以构建高校的住宅设施与家庭日程事物的管理系统，从而提高居住的便利性和舒适性。”业内人士楼小姐表示，智能家居系统是一个完善的可控系统，但目前的家电厂商以及装修公司都依靠售卖智能家电、智能空间保持盈利，智慧家庭产业生态布局仍未完善。

【趋势】

巨头“跑马圈地”，方向“全屋智能”

早晨起床，管家“贾维斯”帮你拉开窗帘，提醒你今日事务与行程，告诉你天气情况和交通状况，还安排好了营养均衡的早餐，甚至替你逗乐孩子……

不久，拥有这样轻松的生活可能只需要在家中安装face-

book研发的AI管家智能家居系统。

事实上，Facebook创始人扎克伯格早在去年就宣布，将开发人工智能系统，帮助控制智能家居，例如打开照明、启动家电，以及通过不同的音响播放音乐。扎克伯格将这款系统命名为“贾维斯”，正是电影《钢铁侠》里主角的人工智能助手名字。

此外，随着亚马逊智能音箱Echo销量逼近千万，Alexa也成为全球范围内截至目前最为成功的消费级AI产品。

“就像科幻电影《她》中的人工智能，你本来以为它只是个简单的工具，但在长期使用过程中，它总是能不断地给你带来惊喜。”外媒评论道。

无独有偶，今年6月，苹果在2017年WWDC开发者大会上发布了一款名为HomePod的智能语音音箱。此外，除了亚马逊和苹果，微软、谷歌等科技巨头也都发布过类似的智能音箱产品。

仅仅一款智能音箱就能引发几大科技巨头集体抢滩，其背后展现出的是智能家居行业巨大的市场前景和一场“跑马圈地”的市场争夺战的悄然打响。

研究机构Statista的统计数据显示，2016年全球智能家居市场规模已经达到168亿美元，预计到2021年将达到793亿美元。

“智能产业现阶段还处于‘形’的初级阶段，而全屋智能则是未来智能家居产业要达到的‘神’的状态。”一位业内人士表示，真正的智能化不是仅仅改变尺寸形态或者开发一两个独立的新功能，智能产业定位与努力的方向应该是系统化、全局化。

相关链接

事实上，智能家居最早可追溯到上世纪30年代。

早在1932年芝加哥世界博览会上，Alpha机器人就首次面世，这个具有回答问题能力的机器人，被不少科学家看作是智能家居开始萌芽的表示。

1950年，机械奇才Emil Mathias in Jackson在《大众机械》上发布了“按钮庄园”概念（Push Button Manor）。他在设计图里描绘了一个可以完全由按钮操控的居家环境，其中包括风力动力咖啡研磨机、自动照明化妆台、电动开关窗户等。

1999年，在微软发布的智能家庭宣传片中，女主人可以通过电子设备查看丈夫行车位置、扫描条形码购物、远程开门以及控制照明和温度。

2007年，Living Tomorrow智能家居体验馆在比利时布鲁塞尔建成，超过70家不同的科技家居公司共同协作，创建了一个充满未来技术的智能家居空间。通过墙上的触摸屏，用户可以控制一切家电，并进行娱乐和购物。