

2016 年 11 月 23 日

星期三

总第 6870 期

第 3929 期

今日 12 版

消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057
■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号



对着手机吹蜡烛

智能硬件堪比“最强大脑”

『80后、男性、中高收入』是主流消费群

从真假难辨的沉浸式VR、酷炫飞行的无人机,到IP摄像头的人脸追踪识别,乃至正在逐渐改变人们生活的物联网,头顶高科技光环的智能硬件让越来越多的消费者带着几丝懵懂却又心驰神往。那么,消费者对智能硬件到底持怎样的态度?又在用怎样的方式消费智能硬件?

京东智能与艾瑞咨询联合发布的《中国智能硬件用户现状报告》显示,目前,消费者对智能硬件产品关注度整体偏高,了解程度属于中等,整体认知处于快速上升阶段。网民对智能硬件整体认知度约4成,家居、穿戴类产品渗透率超15%。智能手环、智能机顶盒、扫地机器人渗透率最高,偏好度也高。使用广、实用性强的产品更受欢迎。智能硬件用户中,男性占比约七成,年龄集中在25到35岁,80后是智能硬件的核心群体。

“80后、男性、中高收入”是智能硬件用户的三大标签。受访的智能硬件用户中,69.8%为男性,62.2%的年龄在25到35岁之间,购买者平均个人月收入为8526元,收入水平超出未购买者52%。

“无脑难用”的智能产品或成历史

通过不少消费者的反馈,记者发现,很多智能硬件在消费者眼中不仅不智能,甚至就是“傻瓜”产品,不是“傻瓜相机”那种“傻瓜”都会用的产品,而是“真的傻”:手环测不准心率,电灯连不上WiFi,还在“嘘嘘”,洗手间的灯就自动关了,还得边上厕

所边晃动身体,告诉人体传感器“我还在,别关灯。”

失眠的人用了智能枕头仍然失眠,血压高的人用了智能血压计血压仍然高,这些智能硬件所做的事,跟普通硬件相比,只是增加了WiFi或蓝牙模块。联网了,能用手机控制了,

从简单联网到“最强大脑”

在很多消费者眼中,智能硬件还只是类似智能手环的可穿戴设备以及可以联网的空调、冰箱等家电,简单说,就是可以联网并且反馈数据和指令做“动作”的设备。不过,在迅猛的发展势头下,智能硬件也发生了飞跃性的变化。提供智能终端操作系统及平台技术的中科院达的专业人士告诉记者,与仅能联网和反馈数据的智能硬件相比,还有既能联网又带有本地计算能力的智能终端,即能够产生新的“计算中心”的智能硬件。比如智能汽车,不仅可以联接云端获取海

量信息,还具有强大的本地处理能力,是一个新的“计算中心”。据记者了解,机器人和无人机也是在创造新的“计算中心”,有人将其形象地比喻为“最强大脑”。

专业人士认为,拥有本地计算能力的智能终端才会是未来智能终端发展的最终方向。中科院达近日发布的TurboX智能大脑平台便能够提供核心计算模块、操作系统、算法等一体化解决方案。然而,这个“大脑”对普通消费者来说非常晦涩难懂,非常需要“开脑洞”。不过,看

智能硬件之一的智能手机已非常普及,然而,从消费者角度来说,对着iPad屏幕吹蜡烛,蜡烛熄灭后甚至还有余烟袅袅……那一刻,心中也许会泛起些许波澜吧?如今,类似这样的事越来越司空见惯,科技的发展正在深刻改变着我们的生活。

□ 本报记者 张丽娜

甚至只能用手机控制了。买个空调,智能了,但开关不能用遥控器了,你得拿起手机,打开应用,在里面选择开或关。然而就在你要点击的那一瞬间,网断了……

专业人士认为,市场上存在大量本该做好但没有做好的智能硬件,智能硬件热过去之后,应该留下一些真正有想法、有坚持的智能硬件创业者,做出真正有创意、有品质的好产品。

看“最强大脑”搭载的产品,估计很多人都见到或尝试过:小黑侠自拍无人机、VR一体机、增强智能眼镜等。

搭载“智能大脑平台”有什么用?记者了解到,这样的平台将包括内容、应用、云服务等多方资源,为智能硬件企业及创新创业者提供平台,推动智能硬件技术发展。也就是说,让开发者可以集中精力研究核心方案,其他的都交给“最强大脑”。有人士大胆地假设:不久的将来,普通消费者或许都有可能利用“大脑平台”去开发自己的智能硬件产品。

从懵懂的尝试者,到自主的开发者,有了“最强大脑”,对普通消费者来说,一切皆有可能。

消费日报官网全新升级上线

本报初步建立全媒体传播平台



消费日报网自2015年11月底改版上线以来,影响力逐渐提升。国信办主办的《网络传播》杂志最近发布的2016年“全国行业新闻网站PC端传播力10月榜”中,消费日报网传播力指数为2609.0,在273家网站中位列第14位。

为了顺应媒体行业发展的趋势,增加官网的功能和影响力,打造消费日报社全媒体传播平台,本报从2016年夏季即开始了官方网站全新改版的筹划和运作,经过三个月的时间,本报官网新版制作完成,于2016年11月22日全新亮相。

与改版前相比,新版网站取消了综合性划分新闻,主体框架以中国轻工各个行业为主,中心内容以“轻工产业基础上的市场化表述”为基本方向,增加原创性,更加关注中国消费领域的重大新闻,关注消费市场和消费热点、消费话题,并设置大量与消费生活相关的栏目和视频。

本报新版网站综合部分设置为以下几个板块:

1、“消费头条”——聚焦消费热点话题与新闻,以消费事件为中心进行专题跟踪报道。

2、“权威声音”——针对热点消费问题,邀请各行业主管协会负责人权威发声,以专业的视角为消费者进行问题解读。同时,与合作的行业协会官网链接。

3、“政策解读”——集中收录国家颁布的消费行业的法律法规。

4、“曝光揭丑”——对市场不合格消费产品进行曝光,集中收录消费者实名投诉,并滚动曝光。

5、“产业文化”——深层挖掘我国轻工各行业的文化内涵并进行深度报道,如自行车的骑行文化等,让读者能更加深入地了解到日用消费背后的文化

价值。

6、“匠人志”栏目收录了轻工各行业能工巧匠的精湛技艺和精神追求,让社会各界了解消费品制造背后的制作流程与故事。

7、“国货精品”——对我国各行业“国货”消费品新闻进行收录和报道。

8、“会展”——对轻工各个会展及新品发布进行实时报道,让消费者了解最新最快的行业信息及产品信息。

为了在视听传播领域将消费市场的内容进行影像呈现,本报最近成立了消费日报社视频中心,建设了视频演播室。新版网站设置了视频与直播版块:“消费眼”,主要内容为对各个协会、各企业领导的采访。“消费红人说”为本网自制视频栏目,将消费者关注的消费产品与问题以幽默诙谐、轻松活泼的风格进行展示与解答,并且实时互动。

新版网站的近40个行业频道,将全面展现各地各行业的消费市场动态,内容更丰富,并进一步加强对舆论监督功能,促进各行各业消费市场的健康发展。

新版网站还设置了记者互动区,包括本报和各个记者站在内的70多个记者将实时跟踪报道最新消费行业资讯和最新的市场见闻,读者可在栏目下发表观点进行实时讨论与互动。

新版网站上线后,本报纸媒体与网络各平台间的互动性将更强,网站搜索功能、官网手机版、电子版、微信、微博、搜狐新闻客户端、今日头条以及为行业服务的APP手机软件等平台已初步聚合成消费日报社全媒体传播平台,将为轻工消费行业企业提供更多元、更优质的服务,为中国消费市场的健康发展努力。

《2017年中国消费者趋势》报告出炉

渴望生活处处机器人

近日,英敏特公司发布《2017年中国消费者趋势》报告,讨论了四大或将重要影响2017年中国消费市场的综合趋势。

对分享、价值很期待

根据报告,中国父母依然重点投资与未来相关的东西——孩子、健康和寿命。例如,据调查,相对于普通饮料,70%的消费者表示,更喜欢购买专为儿童设计的饮料,三分之一以上的父母希望“看到更多专为儿童设计的即食餐”。

与此同时,消费者越来越有生意头脑并寻找新的赚钱门路。随着他们逐渐意识到时间、物品和空间具有价值且能变现,“分享经济”就发展成了“售卖经济”,消费者对“售卖经济”和“价值订阅”兴趣日增。月会员和年会会员制成为健身、美容、在线视频、博物馆和电信行业常用的支付模式,并开始在电影院和机票行业流行。过半中高收入消费者表示,到健身房/运动中心和美容/美发沙龙续卡时,都能享受额外优惠。

兴奋点不断转移

报告认为,随着更多智能设备进入家庭,人们也越来越能接受物联网的概

念。同时,随着人口老龄化加剧,市场需要更高效的房屋布置和服务才能满足需求。实体空间的使用也发生了改变——临时店即开即关,灵活应变不断变化的城市环境;传统零售调整形式,适应快节奏的城市生活和兴奋点的不断转移。

高效、可持续发展和人因工程设计

将成为未来城市设计的重要课题。中国城市将更加注重建筑设计、综合规划、新交通方式和新型汽车的普及。无人机的使用和线上线下零售渠道整合,将刺激一批规模小、基于社区的门店涌现。

新技术迅速深入日常生活

报告显示,新技术快速普及,迅速渗入更多消费者的日常生活。非现金支付方式、人工智能和自动化方式将有更多进展。消费者将进一步发觉万事皆有可能,他们期盼高效率,渴望定制化,更接受新技术,生活处处都是机器人。

报告显示,60%的中国消费者在2016年使用过互联网信用支付服务。同时,支付宝钱包和微信钱包等第三方在线支付服务,已成为非现金支付

方式首选;手机应用支付使用率为65%,紧随其后。与之相比,信用卡的使用率低于50%,而近场支付只有12%。

现实世界与虚拟空间交替

快节奏生活带来的压力,为提高生活质量和提供逃避现实渠道的技术创造了需求。消费者财富的增加,导致虚

拟现实和增强现实技术的应用及使用越来越广泛。他们已开始使用VR设备选择度假目的地。随着使用增多,消费者期望从VR或AR中获得更高层次的互动和自由操控感。

虚拟现实和电子媒体越来越广泛地应用于中国多个领域,如零售公司探索虚拟超市的概念。VR技术有利于“买前试用”服务快速增长,提高顾客满意度,减少退货率,还可能促进“买前修改”概念的发展。无论是电影、游戏还是营销活动,开发新的VR内容将成为关键。中国VR技术的发展和速度全球领先,但其应用领域才刚刚打开。



● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:王卫平

● 副总编辑:单纪文 刘丁

● 执行主编:庞黎鑫

● 责编:张丽娜

● 新闻热线传真:67604999

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 邮编:100075

● 监督电话:67604747

● 总编室:67605115

● 广告处:67604888

● 发行处:67604545

● 印刷:人民日报印刷厂

● 照排:网络照排中心