



# 智能音箱， 你准备好了吗

□ 张绍川/文

Analysys易观分析预计，到2018年，中国智能家居市场规模将达到1680亿元，其中语音作为入口将大有所为。而智能音箱等都有可能成为合适的入口。

## 智能音箱的由来

2014年11月，亚马逊推出了一款全新的音箱产品——Echo，其最大亮点是将智能语音交互技术植入到传统音箱中，从而赋予了音箱人工智能的属性，也就是“智能音箱”。

这个被称为“Alexa”的语音助手可以像朋友一样与你交流，同时还能为你做很多事，比如播放音乐、新闻、网购下单、Uber叫车、定外卖等。可以说，Echo就是家庭私人助理。

这款产品一经推出便受到追捧，据国外权威机构统计，到2016年4月，Echo的累计销量已经突破300万台。于是，许多厂商开始相继推出自己的智能音箱产品，如谷歌、微软、三星、惠普、联想等。

为何如此多的巨头不约而同地看好

从某种意义上讲，智能音箱已经名不副实；它的发展应用，可能大大改变你的家居生活；它的本领强大，所能完成的工作可能远远超出你的想象——

智能音箱市场？原因在于，智能音箱的流行可能会影响到智能家居行业。过去，智能家居的控制核心是智能手机，用户通过各种APP实现对家电的控制，但是手机APP操控过程繁琐，远不如直接向音箱说出指令来的简单，比如可以直接对着音箱说“请将空调温度降到26度”。

业内人士表示，如果说传统音箱只是用来播放声音，那么智能音箱的出现则不仅可以播放声音，更可以将原本许多看似互不相干的家务工作集于一身，由此而言，智能音箱已经不再是传统音箱的概念，或者说，它只是借用了音箱的名字和



造型，而它能完成的工作远比人们想象的多得多，并且是采用一种近乎与家人互动聊天的方式进行，方便且亲切。

## 市场竞争不断升级

想象一下，你在厨房做菜，有人可以告诉你很多菜谱；一个人闲得无聊，有人可以给你讲个笑话；中午需要小憩但半小时后又有事，有人可以及时将你叫醒；出门前，有人可以告诉你实时路况，从而选择开车还是地铁，以及沿途和目的地的天气状况如何等等。

不可否认，智能音箱个子虽小，但所承载的功能众多，厂家对它的希望也大。目前，各品牌都对智能音箱产品下足了功夫。

从技术层面，谷歌助手的深度语义理解力较强，苹果Siri与智能手机的融合度较高，而亚马逊语音生态最为开放；在语音助手融合音箱设备方面，亚马逊积累了独特的技术，比如关键的7个麦克风阵列，使远场识别的效果远胜于谷歌，而苹果则更擅长应用于手机的近场交互，不过即使是这项技术得以突破，亚马逊接近成本的定价也会令其他对手因价格优势而难以抗衡。

在品牌方面，亚马逊作为全球最大的网上零售商带来的渠道优势，和硬件产品有着天然的融合性。一方面，渠道对电子消费品销售的关键作用越来越被验证，另一方面，亚马逊向来擅长产品和服务的结合，表现在智能音箱上就是，其应用可以直接接入亚马逊的相关服务，比如购物，而这些消费又能直接为亚马逊带来实际盈利，只不过由于Echo尚未正式进入我国，因此许多功能无法在国内实现。

而以京东智能、阿里智能为代表的两大平台发展也较为迅速。京东智能旗下叮咚智能音箱是一款从产品设计、功能、语音交互体验上，紧随亚马逊Echo

的产品。特别是在语音识别上，搭载了讯飞语音技术的它有望达到与Echo相同的智能语音交互连贯性。包括滴滴出行、百度地图、京东到家等在内的多家第三方服务平台，已经与叮咚和京东智能达成战略合作。这也就意味着，未来京旗下智能音箱产品，都将支持以上以及更多第三方服务。

百度推出的对话式人工智能系统DuerOS，为开发者提供包括硬件和软件在内的一揽子解决方案，希望将DuerOS打造成人工智能领域的“安卓系统”。

在百度宣布要将DuerOS打造成AI领域“安卓系统”的同一天，阿里巴巴也发布了一款智能音箱天猫精灵X1。天猫精灵X1的背后，是阿里人工智能实验室自主研发的第一代人机交流系统AliGenie。

腾讯也推出了基于腾讯云的小微智能服务开放平台。接入小微的硬件可以快速具备听觉和视觉感知能力，能够让智能硬件厂商实现语音人机互动和音视频服务。

业内人士认为，从行业发展状况来看，智能音箱必然会成为未来趋势，不仅

传统音频厂商在努力，国内各大电商平台、智能硬件厂商、数字音乐平台，以及时下各大网络服务平台都在努力，努力将更多第三方服务植入到智能音箱中。

## 普及尚需时日

然而，市场研究公司ComScore最新研究表明，智能音箱的用户可能并没有用它来做太多繁琐的工作，而是用它来做一些基本工作，比如获得天气预报或播放音乐。相关调查显示，用户对亚马逊Echo的使用主要集中在音乐、操控、新闻等应用上，而其它自带的功能已达10000种，能得到多次使用的仅不到1/3。

我国智能音箱品类的整体月销量还不到2万台。据《科大讯飞股份有限公司2016年年度报告》，2016年科大讯飞和京东联合推出的智能音箱销量为10万台。

“Echo成功有其相应的文化土壤。欧美人大多有自己独立的生活空间，而且本身对音乐音质有所追求。相比而言，国人的生存空间比较拥挤，私密性不够，多数人对音质也没有特别要求。”多媒体物联网方案提供商迪韵科技CEO呼生刚坦言，国人并没有使用音箱的生活习惯。

但是，音箱又确实是一件“合乎逻辑”的语音控制单品。呼生刚表示，音箱是语音的载体，是声音的播放端。那么，再给它赋予一个声音的“拾取”和“植入”功能，从逻辑上是说得通的。赛迪顾问电子信息产业研究中心高级咨



询师向阳表示，如果要深挖语音市场，就必须软件与硬件载体结合，应用于更多行业，获取更多用户，之后再做增值服务。

那么，智能音响做出来干什么？答案显而易见：抢入口。抢语音交互时代的入口，也抢夺未来智能家居的入口。

“手机市场的竞争已白热化，现在大家发力智能音箱，也是在开辟新的战场。”呼生刚说，未来很多产品都会有语音交互功能，智能音箱也是一个入口。而且，语音交互必然会和其他交互方式并存，人们会根据所处环境选择最为自然的交互方式。至于智能家居，这是个“系统工程”。

据了解，智能家居普遍被认为是自动控制的集成，但人机交互不只是人和机器之间的事，还涉及到环境和系统。目前在智能家居系统，不同产品还处在互相割裂的状态。如果电灯、空调、冰箱这些智能产品都是不可通用的通讯接口，那么智能音箱只能“号令”一两种设备，很难通过它来引领人们进入智能化的物联生活。

业内专家表示，智能家居要做成，涉及的问题实在太多。产品要合用户心意，要能互联互通；家庭网络要安全，成本还不能太高……“人们需要的不只是单个产品的进化，整个社会环境和技术，都得进化。”

所以，尽管智能音箱战火已燃，但普及尚需时间，还有很多的東西要不断提升和进化。



## 5款智能音箱推荐

### Echo智能音箱

亚马逊推出的Echo智能音箱的第二代Echo Show，能够进行语音和视频通话。与苹果的FaceTime类似，消费者可通过其前置视频摄像头与同样配备Echo或安装了Alexa应用的好友进行视频或音频对话，只需通过语音告诉Alexa，它就会帮你自动连线，而且新增的屏幕还可以让消费者将其应用到更广泛的家居生活环境中，比如看日程表和购物清单等。另外，如果开启Drop In功能，



就能根据自己的需要随时查看Echo Show上相机拍摄的画面。



### Essential Home智能音箱

Essential Home音箱有点像冰球，上面有显示屏，可以让你随时关注自己的任务清单。例如，如果它知道你要离开家去上班，想避开高峰期，它会在适合的时间提醒你。冰球状的Essential Home安装一款名叫Ambient OS的定制操作系统，消费者可以通过它控制智能家庭，包括灯及其他产品，还可以播放音乐、问问题、设置计时器。消费者可以用语音、触摸甚至眼神与Essential Home互动。

### Google-Home智能音箱

谷歌在2016年I/O开发者大会上推出了Google-Home智能音箱，并在今年的I/O开发者大会上对其系统功能做了一系列改动。Google Home的通话功能是即使家中不同成员说话也没有关系，它可以自动识别每个人的声音，自动从每个人的通讯录中寻找对应的呼出对象。



### 叮咚智能音箱

叮咚智能音箱采用了Dingdong 叮咚智能音箱方案。除了音箱功能之外，还有助手属性，可以实现部分类似于Siri、Cortana的功能，还能作为智能家电的语音控制器。



### JBL Go Smart智能音箱

JBL在中国市场推出了JBL Go Smart，中文名叫“音乐魔方”。产品采用了叮咚智能音箱方案，可以通过手动、手机控制以及语音控制3种方式来实现操控。采用电池供电，续航5小时。●

