

## 阿里百度等科技巨头纷纷力推智能音箱

## 家庭人机语音交互入口成新风口

在刚刚过去的国内“双11”、美国“黑色星期五”购物季中,阿里巴巴、亚马逊、谷歌等科技巨头纷纷低价销售自己的智能音箱,抢占家庭物联网人机交互的入口。在整个产业链逐渐成熟的过程中,全球的智能音箱规模今年有望达到3000万台。

青年报见习记者 洪伟



互联网公司都想要抢占家庭语音入口。

青年报资料图 记者 吴恺 摄

## 电商纷纷低价销售智能音箱

今年的“双11”,阿里在推广自家的智能音箱天猫精灵时,可谓下了血本。其将原价499元的智能音箱天猫精灵以原价两折99元的促销价向市场销售,最终销量也是非常好,据其官方公布的数据,共销售了超过100万台。

在美国“黑色星期五”购物节中,美国制造商对于智能音箱的促销力度也是空前。亚马逊、谷歌、Sonos等智能音箱玩家最多给出了95美元(约630元)的折扣,而50美元(约330元)和20美元(约132元)的促销降价则司空见惯。例如,亚马逊老款的Echo原价为164.99美元,促销价为69.99美元,直接降价95美元。除了亚马逊,在降价上谷歌也当仁不让。今年推出的Google Home Mini从49美元降价至29美元;此外,原价129美元的Google Home也降价50美元甩卖。在销量方面,据Forrinx公司Martin透露,亚马逊Echo系列智能音箱在“黑色星期五”当天的销量约为470万台,预计在“网络星期一”后,亚马逊智能音箱销量将达到800万台。

除了阿里巴巴外,国内其他的互联网巨头在今年也都

纷纷推出自家的智能音箱。今年6月份,喜马拉雅推出智能音箱“小雅”。7月,小米推出“小爱同学”智能音箱。在刚刚结束的百度世界大会上,百度推出智能音箱“raven H”。而早在2015年,京东就与科大讯飞联合推出了智能音箱“叮咚”。近日,由谷歌投资的一家人工智能公司出门问问向国内市场发布全球首款便携防水的无线智能音箱小问音箱Tichome Mini。同时,腾讯有望在12月份推出自家的智能音箱,目前已处于打磨产品交互阶段。

## 瞄准人际交互新契机

对于智能音箱这样一个500元以下价位的产品,就算有了1000万台,达到了垄断市场的销量,对于阿里巴巴等巨头来说,利润占比也极小。但是,巨头们为何纷纷要抢占这样一个市场呢?其根本原因在于各大企业,尤其是像互联网公司对于应对物联网时代的到来,想要抢占一个语音入口的惶恐而造成的。

在目前的市场认知当中,大家会认为语音将会成为物联网的一个入口。如果语音交互成功了,做语音交互的公司就等同于另一个做了windows和

安卓的平台型公司,这个公司对于产业链的影响力是无比巨大的。在这方面,亚马逊就做出了极好的尝试,亚马逊智能音箱Echo的成功就成功地将Alexa智能语音交互平台推向市场。

而市场销售来看,智能音箱的市场也在快速的提升。占智能音箱市场中七成左右的主控芯片市场份额的联发科技副总经理游人杰分析,今年全球智能音箱市场的规模将在2500万台至3000万台,相比去年有5倍的增长。

而在国内,由于智能音箱产业链不成熟、用户认知度低、痛点性需求尚未找到,业内不少人对智能音箱市场未来的走势仍然持观望态度。一方面,国内的智能语音交互的平台并没有成熟和完善。没有一家企业可以强势地说:“我能定义这样一套协议”。小米虽然可以定义自己产业链下的其他产品,但是小米没办法说服海尔、格力或者是其他品牌来遵循小米制定的语音交互的协议。

另一方面,在人工智能下了重注的百度虽然有了一个成熟的DuerOS交互平台,却没有大量的铺货,影响力较小。

## ■ 资讯

2017年市民投资理财调查报告显示  
九成上海中青年投资盈利

青年报记者 孙琪

本报讯 上海中青年市民的理财意愿强烈,超过85%的受访者参与了投资或理财活动,超过九成的人从投资中赚到了钱;超七成受访者认同“创业致富”……这些结论出自《理财周刊》最新发布的《上海中青年市民投资理财认知及行为调查》。

在第十五届上海理财博览会召开之际,《理财周刊》联手复旦大学传媒与舆情调查中心(FMORC)、上海理财博览会组委会,连续第三年发布了《上海中青年市民投资理财认知及行为调查》,据悉,该调查共收到有效问卷1011份,受访者的年龄在18-50岁。报告显示上海市民理财观念的几个颇有趣的趋势。

报告显示,上海中青年市民的理财意愿强烈,超过85%的受访者参与了投资或理财活动,超过九成的人从投资中赚到了钱,但收益率并不是很高,多数受访者获得了不到10%的收益。之所以收益率不高,可能与受访者的风险意识有关。调查显示,上海中青年市民在选择理财产品时,首要考虑到问题是风险,超过了产品的收益率,说明受访者在理财方式

上较为稳健。在具体的产品选择上,银行储蓄仍然是市民的首选(51.7%),但热度持续降低,其选择比例已经连续两年下降。2015年和2016年分别为67.9%和53%。数字货币虽然火爆,但参与投资的市民并不多,只有7.4%的受访者投资过比特币等数字货币。

当被问及“通过哪些方式才能盈利到足够的钱”这个问题时?选择“创业致富”(70.8%)的受访者最多,超过七成,由去年的排名第二上升到第一位;而依靠投资致富的比例则较2016年(75.8%)下降了8.9个百分点,落至第二位;上班致富仍然在第三位,但比例较2016年(30.8%)上升了9.9个百分点;排在之后的依次是机会致富(23.8%)、遗产致富(18.8%)和结婚致富(16.1%)。

在消费方面,新兴移动支付唱了主角,网购仍然是上海中青年市民购物的首选方式。而在支付方式上,尽管信用卡越来越普及,优惠活动不少,但直接刷卡消费的人占比越来越少。支付宝、微信支付等移动支付手段唱起了主角,刷卡等传统方式则已经退居二线。蚂蚁花呗成为上海中青年市民首选的借贷方式(38.1%),房贷和信用卡贷款并列第二(21.3%)。

## 打造金融产品+签证新模式

## 中信银行“超级全球签”上线

青年报记者 孙琪

本报讯 签证、旅游、理财将实现一站式服务。日前,中信银行再次宣布升级出国金融服务,在原有“全球签”业务基础上推出了金融产品+签证的

创新模式——“超级全球签”。凡是中信银行借记卡、信用卡客户,都可以通过该行便捷地办理包括美国、英国、加拿大、日本等70多个国家的全球签证业务,且可享受量身定制的理财产品等服务。

工行上海分行  
推出国内首张医护专属信用卡

近日,工行发布国内首张医护专属信用卡——“工银医护信用卡”。该卡面向医院、基层社区卫生服务中心、专业医疗机构、医学科研机构、卫生监督机构、医学科研机构、卫生监督机构等全国各类医疗卫生机构人员,旨在为千万医卫群体提供包含一系列增值权益的全面金融服务。

据工商银行上海分行相关负责人介绍,“工银医护信用卡”为全国各类医疗卫生机构人员配备了专属增值权益,并搭载多样化优惠活动。如,成功申办医护卡的持卡人可在国际医生节(3月30日)、国际护

士节(5月12日)、感恩节(11月第4个星期四)三天享受消费6%返现,每月还有机会获赠50元滴滴打车礼券包等专属优惠。同时,持卡人还可获赠航空意外险、旅行不便险、账户安全险,享受白金卡首年免年费、第二年年费半价的专属年费礼遇。此外,持医护卡还可参加工商银行“爱购全球”、“爱购周末”、“爱购扫码”消费促销活动,享受最高21%返现、5折买单或满额立减优惠,下载工银e生活APP更有机会参与5折抢购、观影大促等一系列优惠活动。

## 年末银行理财产品量价齐升

## 资管新规实施后理财思维需改变

青年报见习记者 洪伟

本报讯 临近年末,银行理财产品的发行出现了升温迹象,产品预期收益率也开始水涨船高。融360理财分析师提醒,根据一行三会联合发布的资管新规,银行理财要打破刚性兑付,向净值化转型;禁止期限错配及建立资金池行为,3个月以内短期封闭式理财要消失。就此,投资者购买理财产品要做好中长期持有的打算。

近期,各类型的银行理财产品开始悄然“升温”。普益标准监测数数据显示,上周共有312家银行合计发行了1872款银行理财产品(包括封闭式预期收益型、开放式预期收益型、净值产品),发行银行家数较前一周增加13家,产品发行量加52款。其中,封闭式预期收益型人民币产品平均预期收益率为4.69%,较前一周上升0.03个百分点。

从银行类型来看,城商行以37.2%的占比继续排在各类银

行之首。上周除农商行发行理财产品数量较前一周减少10款外,其余各类银行理财产品发行数量均有所增加,其中城商行理财产品发行增加48款,是各类银行理财产品发行数量增加最多的银行。

融360理财分析师表示,资管新规目前出了意见稿,离正式实施还有两到三年过渡期,投资者不必因为理财不能保本而惊慌,短期内仍可按过去方法购买理财产品,但理财习惯和思维需要改变。