

·市场扫描·



目前,首个国家智能语音创新中心正式落户合肥——

# 智能语音,点亮美好生活

■ 本报记者 彭园园

更智能,产品日渐丰富

微信对话框的语音条可转成文字、手机里的智能语音助手、可以语音唤醒播放音乐的智能音箱……日常生活中,你接触过哪些智能语音产品?  
11月24日,记者来到位于合肥市高新区的中国声谷,这里集聚了一大批智能语音领域的上下游企业。“这架智能钢琴,能评估演奏表现,还能在线教学。”“打字只需动动口,智能语音鼠标不仅能识别普通话、英文,连粤语、四川话等方言也能识别。”“这是会议速记本,能快速记录与会者的交流内容,并转化成文字。”……工作人员挨个介绍着各种仅靠“声音”就能控制使用的智能产品。

“我们的产品主要有两大类,一类是语音速记本、会议速记机、智能机顶盒等智能办公产品;一类是智能语音阅读台灯、智能语音学习机、智能语音翻译笔等智慧教育产品。”位于中国声谷内的安徽声讯信息技术有限公司总经理虞焰兴告诉记者,智能语音技术应用中,办公和教育两大类也是眼下市场接受度最高的。“比如智能语音阅读台灯,在照明功能的基础上,可以识别孩子正在阅读的文字,直接朗读出来,一方面能缓解他们的用眼疲劳,另一方面帮助加深阅读印象,真正解决了痛点,很受市场欢迎。”

科大讯飞发布的数据显示,今年“双11”期间,科大讯飞销售额同比增长76%,AI办公硬件赛道连续3年多产品蝉联冠军。旗下智能录音笔系列、智能办公本系列、翻译机系列、智能鼠标系列在各自赛道持续领跑。

智能语音技术日益成熟,产品种类也越来越丰富。目前,在B端市场,通过嵌进语音模块,智能语音产品已经渗透到智能车载、移动通讯、智能家居等多个场景;在C端市场,如翻译机、智能办公本、语音输入法、AI电视助手等硬件软件设备兼有。国家工业信息安全发展研究中心发布的《中国智能语音产业发展白皮书》指出,当前智能语音行业走向规模应用,在教育、医疗、政务、金融、司法等领域落地;应用重点围绕家庭、汽车、办公等场景展开,智能语音产品不断涌现且频频市场认可。特别是新冠肺炎疫情暴发后,智医助理、电话随访、空中课堂、虚拟会议、虚拟主播等智能语音应用助力疫情防控,并催生了新消费、新应用、新市场。

广赋能,加大科研力度

毋庸置疑,作为人工智能技术的重要组成部分,智能语音技术研究及应用前景广阔。

近日,工业和信息化部批复组建国家智能语音创新中心等4家国家制造业创新中心。其中,国家智能语音创新中心依托合肥智能语音创新发展有限公司组建,主要股东为科大讯飞、寒武纪、优刻得、中科类脑等企业。

记者从合肥智能语音创新发展有限公司获悉,智能语音创新中心将围绕多语种语音识别、语音合成、语义理解和专用人工智能语音芯片等研发方向,构建集共性技术研发、测试验证、中试孵化和成果转化于一体的创新平台,提升我国智能语音行业技术水平和产品竞争力。依托技术攻关和资源整合,将智能语音赋能于智能家居、智能客服、智能汽车、智慧电力、工业诊断等多个行业。

据了解,目前,该中心有工作人员173人,研发人员占比达90%以上,已在多语种语音技术、声学传感麦克风阵列、工业声音数据库等方向取得关键突破和显著成效。

随着智能语音技术成为全球IT产业以及“信息消费”热点,相关企业也在不断合作中寻求技术突破。不久前,声讯信息技术有限公司与专注人工智能大数据和技术服务的希尔贝壳科技共同成立智能语音前沿技术研究实验室,进行语音芯片、声纹识别等前沿技术的研究。虞焰兴说:“声讯信息还是语音之家社区的成员之一,社区成员有中国人工智能产业发展联盟、小米、腾讯天籁等。通过线下技术交流会、线上特定主题分享等形式,AI语音开发者们在一起深度交流。”

在“十四五”的大背景和智能经济形态下,5G、人工智能、云计算等作为辅助核心基础设施加速发展,人工智能相关利好政策不断,智能语音产业发展迎来更加广阔的发展空间。《中国(合肥)智能语音及人工智能产业基地(中国声谷)发展规划(2018—2025年)》提出,到2025年,智能语音及人工智能互联网产品用户达到15亿户,“中国声谷”企业营业收入超过2000亿元。入驻企业总数超过800家,培育1家超500亿元级企业,2家100亿元级企业,10家10亿元级企业,50家以上亿元级企业,孵化企业达到500家。

应需求,产业前景广阔

对于语音识别发展趋势,科大讯飞股份有限公司董事长刘庆峰认为:“从现在相对安静环境下的高准确率,向各种噪音背景、远距离场景、多人讲话情况下都有高识别率发展。”

11月10日,由美国国家标准与技术研究院NIST发起的OpenASR挑战赛中,科大讯飞-科大讯飞及语言信息处理国家工程实验室联合团队参加了所有15个语种受限赛道和7个语种非受限赛道,全部取得第一。刘庆峰表示,万物互联时代,语音是核心技术的必争之地,也是防止“卡脖子”的关键技术,必须加强技术自主研发。

未来智能语音应用会更广泛吗?虞焰兴给出了肯定的回答。他指出,智能语音技术包括语音采集、标注、识别、合成等多个分支,每一方面都还有巨大的进步空间,未来可期。“比如,加湿器、台灯等所有我们常见的家电,都可以搭载智能语音模块。对传统家电的改造提升,可以说是智能语音技术应用的方向之一。但并非不是一股脑地全部应用,杜绝‘伪需求’,要真正利用智能语音解决消费者的痛点,这样的产品才是好产品。”虞焰兴说。

刘庆峰认为,未来,人工智能将像水和电一样进入到每个行业。“尤其在老龄化社会,人工智能是幸福生活的重要保障,人们需要人工智能来充当家政、家庭医生等角色。”刘庆峰说,不是简单代替人类的工作,而是以人机耦合的模式发挥作用,通过机器与人的协作,“不能让机器完全代替人,要让每个人都站在人工智能的平台之上,从而享受人工智能”。

百度开放语音技术平台,腾讯、搜狐纷纷上线相关业务,智能音箱、车载系统等行业投资者众多……在政策的支持之下,智能语音市场不断的人局者使得整个行业颇具生机与活力,语音生态系统、语音技术应用上不断有新鲜的血液涌入。无数的企业平台在竞争中推动行业的不断发展。畅想未来,或许有更多惊喜正在酝酿。



关注更多内容 扫二维码

·市场调查·

不久前,第五届“安徽省人民政府质量奖”发布——

## “皖美”制造 以“质”取胜

■ 本报记者 罗宝 孙言梅

一台台工业机器人有条不紊地进行抓取、翻身、涂胶等作业,工人们全神贯注紧盯生产线上的每一个环节、每一个产品。近日,记者走进全椒县全柴集团国六装配线智能化生产车间,眼前繁忙而有序。

“前不久的‘火眼金睛’竞赛活动中,‘装气缸盖垫片’工序作业员孙成义反馈气缸盖垫片组别不对,经核实是该垫片的实际厚度与标称厚度不一致,如果按照标称厚度组别装配,发动机压缩比不符合设计要求,将会造成发动机性能表现差。”全柴动力质量管理部负责人陈浩说,对孙成义地发现反馈,他们给予了奖金500元,绩效加3分。

作为一家有着72年历史的县属柴油发动机研发制造企业,全柴搭建了全员参与、全过程管理、全指标改善的“三全”质量管理模式,开展“火眼金睛”竞赛等质量把控评选表彰,建成国内一流的新产品试验中心等,推动高质量发展。

在全柴西北方向百余公里外的蚌埠中光电科技有限公司,8.5代TFT-LCD玻璃基板智能化生产车间里,全自动化生产线有序运行。伴随终检洁净区机械手臂升起落下,一片片成品玻璃基板被运下产线。8.5代TFT-LCD玻璃基板是电子信息显示产业不可或缺的关键战略材料,被誉为玻璃领域“皇冠上的明珠”。

“在坚持自主创新与产业孵化中,我们探索形成了‘创新链’‘产业链’‘资本链’三链融合的质量管理模式,在屡次打破国外垄断中树立了质量品牌,不断以实际行动助力中国玻璃领跑世界。”中建材蚌埠玻璃工业设计研究院党委副书记李志铭说。

使用先进的质量管理理念和方法,注重创新驱动高质量发展。前不久,安徽全柴动力股份有限公司、中建材蚌埠玻璃工业设计研究院有限公司、安徽元金融控股集团有限责任公司3家组织和安徽古井贡酒股份有限公司周庆伍11名个人荣获第五届“安徽省人民政府质量奖”。

开展“安徽省人民政府质量奖”评选,旨在树立标杆,表彰先进、营造氛围,推广先进的质量管理理念和方法,弘扬质量领域先进事迹和工匠精神,提高产品、工程和服务质量。包括评选政府质量奖在内,近年来,我省以质量提升为抓手,以改革创新为动力,健全质量法规政策体系,提升质量监管效能,完善质量基础设施等,推进质量强省建设,有力支撑安徽高质量发展。在全国2020年度省级政府质量工作考核中,我省获评A级等次。

“近年来,我省不断推进先进质量管理方法,引导企业导入卓越绩效、5S等先进管理模式。加强质量品牌建设,深入开展‘食安安徽’品牌、‘皖美品牌’示范企业创建。加快建立先进测量体系,强化标准引领,加强合格评定,增强质量服务效能。主导和参与制定长三角区域标准8项,建设长三角产业计量云平台促进质量基础设施互联互通。”省市场监管局质量处处长范茂华说,通过开展质量提升行动,推进质量强省建设,全省产品、工程、服务质量水平明显提升,质量基础进一步夯实。

数据显示,去年,全省消费品质量合格率为91.64%,制造业产品质量合格率为98.32%;交通、水利、建筑等工程质量保持较高水平,建筑工程质量监督合格率100%,水利竣工验收合格率100%;农产品质量监督合格率为99.3%;公共服务质量明显提高,12个重点公共服务领域质量监测为“满意”区间。

## 冷空气吹热“暖经济”

■ 本报记者 郑莉

小雪已过,初冬微寒,“暖经济”热度开始攀升。“天气冷了,我赶紧在网上下单买了几款围巾手套,还给妈妈在商场买了一件羽绒外套。”合肥女生蔡小宇告诉记者,听说今年冷空气活动频繁,她这几天在网络购物平台浏览,打算再入手一台家用取暖器,未雨绸缪,做足御寒准备。

最近几日,受强冷空气影响,我省气温显著下降,黄山风景区迎来今冬首场降雪,晴好天气刚“上线”,新的冷空气又在“酝酿”。记者采访发现,随着气温骤降,“暖经济”正以强劲的气势走入这个寒冷的冬天。从风衣薄衫到毛呢羽绒外套,从冷饮到热奶茶、火锅,人们在消费倾向上纷纷“急转弯”,带热了“暖经济”。

根据京东发布的统计数据,立冬以来,寒潮频繁来袭,取暖电器、羽绒服等御寒商品销售同比大幅增长,“速冻模式”下,迷你暖风机、暖被机、干衣机等创新型电器也迎来了一个消费高峰。

“我刚买了一台暖被机,在冬天能把潮湿被子轻松除湿,这是一款海外热销的家居品牌,软管可以伸缩,大概有70多厘米,暖风能覆盖的面积很广,平常不用的时候可以收缩,很方便。”家住省城三里庵街道一小区的李女士说。一家电器商场销售人员告诉记者,一些以黑科技为卖点的取暖器更受消费者青睐,现在销售多是线上线下齐发力,有的消费者偏爱线上咨询线下购买。

很多有保暖功能的小物件在寒潮影响下热销。记者浏览各大电商平台发现,加绒加厚运动裤、艾草发热理疗护膝、电加热艾绒坐垫等保暖产品也都成了抢手货。在天猫平台上的一家护膝专卖店,加厚款保暖护膝月销量已经突破10万件。在京东平台上,可折叠暖脚神器受到职场用户热捧,成交额同比增长超过20倍。在拼多多平台上,石墨烯速热取暖风机、立式取暖器等销量也在近期急剧攀升。

京东发布的数据显示,从区域市场特色来看,重庆、浙江、安徽等地“精准取暖”消费占比高于全国其他地区。人们更喜欢使用小型电暖风、暖桌垫、艾灸护腰等小物件来增加初冬生活中的“暖意”。

立为始,冬为终。常言道:“立冬补冬,补嘴空。”寒冬也带旺了火锅店、热饮店的生意。家乐福、大润发、合家福等各大卖场的火锅底料、速冻丸子等销量大增。“冬天唯有火锅不可辜负,囤了一些火锅底料和调味料,火锅食材为求新鲜,有时线上下单配送,有时去鲜生店自提。”家住合肥蜀山区的李先生表示,盒马鲜生今年进入了安徽市场,店就开在离家不远处的商圈,他尝试了一下,对里面的一些涮肉片比较喜欢。“现切包装好的新鲜牛羊肉片比较适合在家里自己煮火锅。”

记者在采访中了解到,火锅“旺”起来的同时,烤红薯、烤板栗、奶茶等也跟着热起来。合肥市政务区一家商场的奶茶店老板表示,现在冰沙、冻饮已经少人问津,多数人喜欢来一杯暖暖的热奶茶。

·市场漫话·

## 只“博同情”救不了老国货

■ 何珂

近日,与网友的互动中“哭穷”,大方承认自家产品“廉价”,某诞生于上世纪80年代的国产日化品牌在一夜之间翻红。一时间,大量消费者冲进品牌直播间下单相关产品。数据显示,该品牌一天之内卖出了两万多单,是平时一个月的销售量。网友的“野性消费”让此前近乎“默默无闻”的国货品牌爆红,这样的剧情不是第一次上演。今年7月,

因为低调遭遇遭受洪灾的河南省捐款捐物,某运动品牌的产品在线上被一抢而空,其社交平台的粉丝量也爆涨至1500多万。

然而,热度会消减,人群会散去。随着生活水平的提高,消费者对商品的品质要求也在不断升级,对产品需求的品质化、个性化和多样性更加凸显。以洗发水为例,不少品牌都根据消费者不同肤质,推出了主打不同功效的产品供选择,设计巧妙、包装精美。如果老牌国货除了价格相对较低外,再没有突

出的优势,当抱着好奇、支持国货等心态下单的消费者慢慢恢复“理性”,情怀不再,风光的景象很快便会消失。不久前就有媒体报道,前述因捐款被抢到库存告急的运动品牌,无论是销售额还是社交平台粉丝数近期明显下降。

国货品牌翻红,情怀营销只是起点,产品好才是“硬实力”。产品要想长期赢得市场,稳定的品质、巧妙的创新和恰到好处的营销方式缺一不可。其中,前两者又是品牌

乃至企业的核心竞争力。从供给侧来看,企业要读懂消费升级背后的期待,把握消费升级背后的机遇。消费升级不是一时的噱头,而是一种持之以恒的品质需求、创新需求。需认清“翻红”只是暂时的,提升品质、持续创新,企业才能长久发展下去。

如果说过去的消费大多为了满足基本需求,那么今天,很多人已经将消费重点放在了提高生活品质上。这也是“日益增长的美好生活需求”的体现。老国货品牌是一张温情牌,却不是一张“免死牌”,唯有不断创新、提升产品质量才是“不老仙丹”。我们期待国货品牌在货架上、在百姓生活中保持生命与活力,行稳致远,而不是留存在人们的记忆里和惋惜声中。