

语音识别成智能电视标配 市场不买账或因软硬件失当

■ 本报记者 刘季辰

近年来包括“语音识别”在内的生物识别技术飞速发展,不仅使人工智能成为电视机的标配,而且相关的应用场景不断扩大,人工智能电视已进入优化升级的快车道。

智能电视 将语音作为入口

在电视行业,无论是传统品牌还是互联网品牌,人工智能早已成为企业争相布局的领域。2016年7月,长虹率先推出了第一款人工智能电视Q3T,小米紧随其后,于同年9月发布了3S人工智能电视,产品均把语音作为入口,初步实现了语音操控。

此后包括TCL、雷鸟、微鲸、联想、乐视、创维等品牌纷纷发布人工智能电视,企业不仅一直在提高产品的语音识别精度和广度,而且还增加了天气查询、片名点名、明星找片等应用场景。长虹更是将智能电视打造成家庭物联网重心,并与行业协会成立联盟,实现了订酒店、订机票、快递下单、家电控制以及家庭教育等多个跨界应用场景。

今年以来,各大品牌都在缩短“语音响应时间”,提高“方言识别准确度”方面发力,语音识别发展相对成熟。工信部数字电视标准符合性检测中心的数据显示,目前主流人工智能电视产品语音



王利博制图

识别准确率行业平均值为97%,语音识别平均时间低于3秒,智能推荐准确率93%。

但“人工智能”并未引起消费者的兴趣,没有为“寒流”中的彩电业“加把火”,这究竟是什么原因呢?

首先语音识别的精准,并不意味着产品会学习、会思考。再次,大量产品上市,企业竞争加剧,使得产品同质化现象凸显,用户在“智能化”的体验上参差不齐。

软硬件 仍存提升空间

语音识别技术发展的确实

有成就,但是消费者的反馈显示,各品牌的体验参差不齐。京东家电事业部黑电采销部总经理杨子盛对《中国企业报》记者讲到,根据京东平台的用户反馈来看,一些品牌语音反馈较慢,甚至出现卡机的现象。另外,反馈中还发现消费者很重视方言的识别,一些产品并未设置除普通话以外的方言配置。

人工智能电视整体处于初级发展阶段。工信部数字电视标准符合性检测中心主任张素兵认为,虽然目前市面上的人工智能电视在与用户的普通交互方面已经没有问题,但与真正意义上的“人工智能”仍有一定差距。“举例来说,目前电视在断网环境下的

本地语音识别能力还很弱,在进行连续的操控时,识别率会有所降低,而且电视中安装的许多APP并不支持语音识别,甚至不支持音乐搜索。”

在硬件方面,许多产品的语音输入还要依赖遥控器,遥控器电量不足或用户距离较远,语音识别准确率就要大大降低。同时,体感识别、面部识别、情感识别等功能还停留在概念阶段。张素兵指出,电视的智能搜索能力、智能推荐范围还有再扩大、再精准的空间,还应增加其他生物识别入口,实现对用户情感的判断和需求的预知,这样智能电视应用场景才能进一步提升。

中国电子商会副秘书长陆刃

波指出,人工智能技术要想渗透各个生活场景,就要加强对大数据的分析、判断和决策的能力,这需要行业组织、企业、科研院所的共同努力。

TCL多媒体线上业务中心总经理谢帆告诉《中国企业报》记者,智能电视已初步实现各种语言、方言的识别,下一步要加强电视与人的互动,通过自主学习,最终实现“千人千面”。

智能电视要想卖得好,甚至有能力把整个彩电业带出“寒流”还需要很长的路要走。根据京东的数据,人工智能电视消费者中,72%是男性,26—30岁这个群体的消费者最多,占整体52%。

长虹多媒体产业公司中国营销中心副总经理刘建强告诉《中国企业报》记者,年轻消费者虽是人工智能产品的消费主力,但他们每天有多少时间在家里看电视?人工智能电视的应用场景必须扩展,我们要研究消费者除了看电视以外,还有哪些需求,如果电视能够轻松的帮助用户订机票、购物,那么用户在电视前停留的时间就会更长,“客厅经济”才能有更好的发展。

为了衡量智能电视的思考水平,人工智能标准化已经被提上日程。张素兵指出,下一步工信部将与产业界、学术界共同探讨,在产品应用、服务、运算平台、各种底层技术等方面进行标准化,激发企业在智能化上不断探索。

数据安全之魔纠缠 预防意识和运维能力双短板显现

■ 本报记者 王璐璐

随着我国整体信息化水平持续提升,大数据已成为企业的核心资产,甚至可以左右企业的未来发展,但却存在诸多安全方面的威胁,这使得大数据的维护与安全防御成为企业必不可少的课题。而在建立企业数据安全的同时,仍存在安全意识缺失、技术待提升、运维能力不足等方面的难题。

数据安全市场崛起

大数据逐渐渗透到各行业领域的同时,也给企业带来了安全隐患。大量数据的集中存储增加了泄露的风险,价值巨大的信息会引来更多的攻击者,价值的不均匀分布使安全管理的范围被放大,而数据的泄露还会大大增加企业的运营成本。

7月初,《2017年全球数据泄露成本研究》报告发布,针对419家公司的研究结果显示,合计数据泄露总成本达到362万美元。

基于目前的现状,政府部门也对数据安全加以重视,今年6月1日,《中华人民共和国网络安全法》正式施行。

数据安全引起广泛关注的同时,也为企业开启了一个巨大的市场。据研究机构IDC预测,今年全球企业将斥资817亿美元用于相关的安全硬件、软件和服务等,预计比去年增长8.2%,到2020年时,网络安全市场将以平均每年9%的增长率持续增长。

大型安全领域企业开始收购一些小规模的竞争对手。今年7月,网络解决方案供应商思科宣布,计划收购打造云平台网络安全软件的Observable Networks公司;跨国电脑科技企业微软在6月支付了1亿美元,收购使用人工智能检测黑客攻击的安全初创企业Hexadite。

国内企业也针对自身安全需求进行了积极布局。腾讯与中电数据服务有限公司合作,建立医疗大数据安全云平台;中国电信携手华为公司推出天翼云3.0系列产品与服务,加速布局政企市

场;中国金融认证中心与得意音通技术有限公司签约,在金融信息安全、数字证书安全应用等领域合作。

今年2月,360推出国内首个工业互联网安全态势感知系统和预警平台,提供安全检测、威胁预警等服务。360企业安全集团副总裁左英男对《中国企业报》记者表示,态势感知有在威胁环境的洞悉能力,从全局视角对安全威胁进行发现识别、理解分析,最终作出决策与行动。

小米发布MIUI8手机操作系统,MIUI系统可同时启用隐私密码和指纹,来保护个人敏感信息。小米副总裁、云平台负责人崔宝秋告诉《中国企业报》记者,小米推出了两款软件产品MIUI和小米网,获得了数据隐私管理公司TRUSTe的认证。

运维能力 和技术待提高

虽然数据安全企业提供了多种产品与服务,但大多数企业安

全意识淡薄,系统的运维能力也需要加强,规避威胁的技术手段有待提高。

左英男表示,目前企业的安全防御观念落后,缺乏体系化的应急响应机制、内网的防御体系有待完善、漏洞补丁的运维能力需要加强。面对这样一个情况,需从三个方面进行。一是理念创新,安全防御的观念上要有新思路,可运用态势感知这样的新形式,作出决策与行动;二是在安全运维平台和技术上,构建攻击场景的分析模型;三是在流程和机制方面,做好自动化处置,并提升企业人员的水平,有助于提升企业的安全运维能力。

另外,由于智能移动设备的使用者身份在远程不易确定,因此需要通过远程身份认证手段,在设备与人之间的一致性上进行访问安全控制。北京得意音通技术有限公司董事长、清华大学语音和语言技术中心主任郑方对《中国企业报》记者表示,声纹识别有助于进行精准的身份认证。

美国科学家在研究比较人脸、指纹、虹膜、指静脉、掌纹、声音等几种不同生物特征时发现,声音和虹膜识别率相对较高。但对于远程认证,考虑到设备成本、方便性、防假体攻击等方面,声音更便于实际的应用,郑方认为,通过将声纹结合语音识别、录音检测、用户自定义密码读音、唇语识别等方式可以实现防攻击、防假冒,并且业务识别和身份验证可以同时实现。

值得注意的是,从发挥大数据价值的角度看,共享、交换和挖掘的数据越多,产生的价值越高,但从安全隐私角度来讲,每个人都有隐私需求,不愿意隐私被泄露。对此,崔宝秋表示,需在大数据价值和用户隐私之间找到一个平衡点。崔宝秋认为有几大准则:用户要有知情权;数据采集需征得用户同意;用户可修改自己参与的内容;数据上传、存储、处理过程中要加密,在技术和管理上实行访问控制;所有隐私准则强制执行,并执行补救措施。