

《AI应用场景报告》：AI不虚 所见即所得

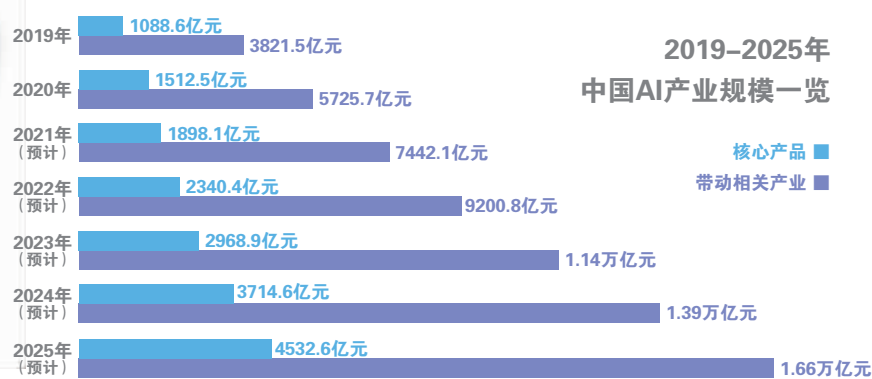
AI之于算力时代，就像灯泡之于电力时代，现在看微不足道，彼时却能改天换地。我们正在打开AI的应用场景，争论拐点是否到来，质变何时发生。7月30日，北京商报主办“首届人工智能应用场景沙龙”，与企业领袖、专家学者脑力碰撞，寻找答案。

与此同时，《AI应用场景报告》特刊应运而生，以“AI不虚，所见即所得”为主题，围绕人工智能的定义、症结、策略、案例和数据，以调研精神、辩证思维对AI应用场景抽丝剥茧，以飨读者。



· 定义篇 ·

AI与普通智能区别在哪



自人工智能概念在前几年爆发热潮以来，标签为人工智能的产品比比皆是，小音箱、智能门锁、翻译器，都成为商家手里的人工智能“武器”。但事实上，很多产品只具备简单的智能功能，和人工智能概念下的使用场景还差得很远。然而，对于不少普通消费者来说，根本分不清到底哪些是真正的人工智能，哪些只是普通智能。7月30日，在北京商报社主办的首届人工智能应用场景沙龙上，有关专家指出，普通智能和人工智能让普通消费者去感知的临界点，在于能不能不断、快速地进行相应的演化以及有没有自主学习能力。

智能是个筐

智能手机诞生后，似乎不管什么类别的产品，都喜欢在前面加个“智能”的前缀。北京商报记者在淘宝和京东上搜索“智能”两个字，发现搜索结果五花八门，有智能机器人、智能音箱、智能呼啦圈、智能玩具、智能开关、智能家居、智能插座等。

自从人工智能概念在几年前爆发，企业们仿佛找到了新的财富密码，纷纷在自家产品前加上“人工智能”四个字，形形色色的产品被冠上了人工智能的标签。在电商平台搜索“人工智能”，有智能音箱类、早教机、摄像头、智能机器人等，最多的是智能音箱。

当然，市面上以人工智能为宣传点的产品不止智能门锁、翻译工具、智能空调、智能电视、智能灯等to C端的产品，还有to B端的医疗机器人、机器人服务员、自动驾驶汽车、智能仓库等。

一个人工智能的概念，有数不清的产品和眼花缭乱的场景。然而，对于大部分消费者来说，并不了解普通智能和人工智能二者的区别。有消费者对北京商报记者表示：“一个简简单单的蓝牙音箱，厂商也标榜是人工智能产品，其实功能非常有限，简单的天气预报、搜索歌曲等，远远达不到人工智能的标准。”

北京电子电器协会会长武建宝也举例称，现在很多家电厂商声称自己的产品是智能家电，有的智能空调可以远程控制，根据房间、人员位置、人数多少，通过雷达系统识别出来，控制风力风量，有些只是简单功能，不能够称之为人工智能。

产业大竞速

这背后，是人工智能产业的爆发。天眼查专业版数据显示，我国目前有近130万家经营范围含“人工智能、机器人、数据处理、云计算、语音识别、图像识别、自然语言处理”，且状态为在业、存续、迁入、迁出的人工智能相关企业，其中，八成以上成立于五年之内。人工智能相关企业最多分布于信息传输、软件和信息技术

服务业，有近47万家，占比37%；其次是科学研究和技术服务业，有近31万家，占比24%。

“今天已经进入了人工智能的时代，随着人工智能和物联网、大数据新技术融合，尤其在5G推动下，人工智能将推动经济社会各领域从数字化、网络化向智能化加速跃升，人工智能在与其他学科融合中将进一步释放积蓄的巨大能量，推动社会生产力的整体跃升。”武建宝说。

目前，人工智能技术在各大领域的应用也在拓展中。比如成立于2017年的千种幻影，是一家驾驶人安全意识培训与行为训练全流程数字化解决方案提供商，其沉浸式智能驾驶培训系统在国内唯一实现从科目一到科目四教学任务覆盖，产品效果获得交通部公路研究院论证，并在驾培行业唯一主板上市公司东方时尚广泛应用，目前在北京核心区有24个学习中心、驾驶体验班，前期原地驾考科目二场地以及安全课件都可以在学习中心完成。

而旷视科技今年推出了基于全自研的AI一体化边缘设备解决方案，并表示未来将积极在城市物联网、供应链物联网领域推进软硬一体的解决方案，实现从“软到硬”的AI科技公司转型。

“交互、感情、温度才是AI”

从技术方面来分析，千种幻影创始人张雷认为，到底是普通智能还是人工智能，取决于这个产品或者这项技术是不是在不断、快速地进行相应的演化：“它不应该是线性增长，凡是线性增长的东西就不算人工智能，人机牢牢结合在一起，相互交互、相互学习，产生记忆、产生感情，制造出温度，这才是人工智能。”

从交互的角度来看，猎豹移动副总裁李婷指出，普通智能在很大程度上其实就是自动化，普通智能和人工智能在交互方式上有一定的不同。“如果一个人不会使用智能手机，大家可能会说是人的问题，但如果一个机器人不够智能，大家就会说是机器人的问题，这就是二者在交互模式上最大的区别，人工智能是机器适应人，不是人适应机器。”

“我们把AI分成两个步骤，第一个是训练端，通过训练才能把AI模型训练出来，第二个是推理端。传统（普通）智能和人工智能最大的差别是看决策过程到底是逻辑化还是推理化，即使我们用到专家系统或者机器学习，如果最后发现决策依据不在原本已有的知识体系下，这样的智能还是一种传统智能。人工智能能够脱离原有逻辑体系和决策树，在决策树不能涉及的情况下依然能够举一反三推理出当前的决策结果，这个是人工智能。”旷视企业业务事业部产品营销总监乔梁说。

北京商报记者 石飞月

· 症结篇 ·

AI安全如何保障

“我国人工智能产业的图像识别、语音识别等技术创新应用进入了世界先进行列”，在日前举办的世界人工智能大会开幕式上，工信部部长肖亚庆这样说道。但与此同时，人工智能也存在一些症结，比如数据安全、商业应用变现等，这些都是日后的行业发展过程中需要解决的问题。

量质博弈

我国人工智能产业已经形成覆盖基础层、技术层和应用层的完整产业链和应用生态。根据此前中国人工智能产业2020年年会上发布的《2020年中国人工智能发展报告》，在过去10年里，全球人工智能专利申请超过52万件，呈逐年上升趋势。其中，我国人工智能专利申请量为38.9571万件，居世界第一，是排名第二的美国申请量的8.2倍。

据今年3月发布的《斯坦福2021年AI指数报告》，中国AI期刊论文引用数量已超过美国。IDC在6月发布的《中国人工智能软件及应用市场研究报告-2020》显示，中国人工智能软件市场规模在2020年达到230.9亿元，仅次于美国。按照目前这个发展趋势，中国在人工智能应用领域追上美国，将只是一个时间问题。

在国内，百度、阿里巴巴、腾讯、字节跳动等都是广泛应用人工智能技术的头部企业，比如百度的自动驾驶技术、字节跳动的算法等，而旷视科技、科大讯飞、商汤科技等属于专门的人工智能企业。

和过去相比，中国现在的创新环境是前所未有的，且具备超大规模的市场优势，必须适应“从0到1”的创新。北京商报总编辑助理韩哲在“首届人工智能应用场景沙龙”上这样说道：“中国之所以是世界工厂，是因为整个供应链比较完美地解决了专业和弹性这个鱼与熊掌不可兼得的矛盾，从0到1固然难，从1到100的创新过程也并非易事，没有超大规模市场的助攻，很多创新就只能束之高阁。”

数据脱敏

这几年数据安全备受关注，人工智能技术的发展，让人们有更多的机会接触新技术、新产业，同时也意味着更多的个人信息给到企业换取服务。值得注意的是，几乎没有企业孤立地给消费者提供服务，每家企业都有众多的产业链伙伴。360创始人、董事长周鸿祎此前曾直言，当数据积攒到一定程度，量变产生质变，数据的安全和国家安全建立直接的联系。

那么，在数据安全这个层面，人工智能企业是如何考虑的呢？李婷对北京商报记者表示，在人工智能里，数据的价值基本上就是提升服务效率，并辅助决策一些效率性的工作。李婷说：“对服务机器人来说，数据大部分是脱敏的，商场场景里大概知道用户画像就可以，需要判断做定向推荐时，比如推荐汉堡这样的品牌，通过用户画像做定向推送。数据帮助我们解决服务效率的问题，而不是监视或者制约行为。”

讲到数据脱敏，乔梁指出，AI算法训练基于大量数据，这些数据需要被人标注之后才能训练出算法模型：“我们现在的一个新技术是实现客户侧算法自学

习，不再需要把客户数据通过人工进行标注，数据不需要进行任何对外传输，在现场可以进行算法自主学习。”

至于自动驾驶行业，张雷说，无论是交通部还是公安部，对于驾驶人的行为数据、学习过程，在很早之前就有规定，同时又结合现在产生更多有价值的行为数据。本身我们集团公司是A股上市公司，按照信息合规合法性自我约束，同时和合作伙伴做好一系列建设。”

商业变现

如果说数据安全问题是大对人工智能的担忧，那商业变现问题就是行业自身的难题。

人工智能产业创新联盟秘书长安晖发表报告显示，全球近90%的人工智能公司仍处于亏损状态，中国AI产业链中90%以上的企业也处在亏损阶段。

以“CV四小龙”为例，2017-2019年，依图科技亏损分别达到11.68亿元、11.66亿元和36.43亿元；云从科技净利润亏损1.24亿元、2亿元和17.63亿元。

李婷感慨：“过去最怕人家把我们当作卖硬件的公司，因此猎豹移动提出一个概念——AI+软件+硬件+服务等等于服务机器人。在这个过程中，我们走了很多弯路，比如做语音交互类机器人，是因为它更能够被大家感知到，现在有超过1000家商场有我们的机器人，但是在如何变现这件事情上，我们在商业化模式上也进行了很长时间的探索。”

文溯智库创始人王超坦言，人工智能的发展确实看到一些成效，但现在的一些人工智能应用很难产生比较可观的现金流和利润，所以头部的几家AI企业上市都遇到了挫折。“如果没有特别大的商业价值，AI公司这两年会面临一个比较大的瓶颈，一些熬不过去的公司会淘汰。当然，在资本的催生下，有一些好的公司会留下来，一些技术会迭代，但我认为这是下一个时代的事情，目前AI行业还处在一个演变的过程之中。”

不过，武建宝提出：“虽然人工智能很热，这个行业取得的商业收益不是特别明显，还没有到爆发的时候，但要充满信心，也要有耐心，特别是对于投资方”。

北京商报记者 石飞月

