

美图密集变现博IPO彩头

· 资讯 ·

阿里健康联合农村淘宝推体检下乡

在试水电商业务后, 营收主要依赖手机业务的美图近日接连上线服装定制服务和即时通讯应用, 几乎挨个尝试招股书中透露的变现方向。业界认为, 虽然以上业务已有较成熟的商业模式, 或利好于美图上市, 但短期内对美图的营收贡献并不大。



功能上新不止

上周美图旗下自拍应用潮自拍版本更新, 最大亮点是上线潮流印象馆即潮流T恤功能, 用户在潮自拍首页顶部设置T恤定制服务通道。北京商报记者登陆潮自拍发现, 目前该服务提供黑白两色各3种背景, 分别6种尺码的T恤, 用户可通过拍照和相册选择的方式选定印制图案, 每款T恤统一定价68元包邮。

在此之前两个月, 美图旗下美拍相机(以下简称“美拍”)低调推出“官方购物”功能。据了解, 基于用户的试妆需求美拍于7月上线口红试妆, 由于试妆的效果和流量良好, 用户有购买的需求, 美图在9月底上线电商服务。

美拍用户可点击首页下方的口红图标进行试妆并点击官方购买。目前有JILLSTUART、兰蔻、YSL和悦诗风吟等十余个品牌, 大部分品牌已实现新款同步上线, 用户在选定颜色与品牌后点击购买, 美拍将会直接导流至天猫或品牌官方网站实现电商服务。

与上述两款拍照类应用不同, 美图在近期还上线首款即时通讯类应用闲聊, 针对年轻用户群体主打花式聊天, 该产品是美图除了美拍之外的第二款社交应用。

集中多元变现

虽然美图诸多功能上新十分低调, 但业界普遍认为其中隐藏的商业化野心不小。根据美图招股书显示, 截至今年6月30日, 若扣除可转换可赎回优先股公允价值亏损的影响美图累积亏损12亿元, 目前美图拥有包括美图秀秀、美颜相机、Beauty Plus、潮自拍、美妆以及视频与直播社区应用美拍和闪聊。其中美图手机产品收入截至2013年、2014年、2015年以及截至今年6月30日占总营收的59.7%、87.8%、89.9%及95.1%。

招股书透露, 未来美图除了持续扩大智能手机销售, 还将在在线广告、电子商务和互联网增值服务上寻找变现机会, 而以上小功能的实现正是美图计划在列的变现方向。

北京商报记者了解到, 潮自拍的T恤定制服务是与代工厂合作完成, 物流由第三方公司提供。美图的商业利润包括电商抽佣、设计师素材抽佣、IP结合的联名款等等。对于美妆导购服务, 业内人士则称, “加入电商导流对美图来说并不存在技术难度, 相反试妆效果的研发和调试, 恰恰是最考验技术水平的”。“这两个功能延展, 是美图针对已知的

用户需求推出的。无疑, 这也会成为美图App商业化的尝试。”该人士补充道。

上市前小算盘

事实上, 由于这家拍照类工具型企业营收面临严重的硬件依赖症, 业界对于美图当下密集的变现尝试并不惊讶。早在美图招股书曝光之际, 易观智库新媒体研究总监庞亿明即向北京商报记者表示, “与软件变现不一样的是, 做终端生意的成本更大, 还有来自供应链的挑战, 加上现在国内智能手机的竞争很激烈, 美图还是有压力的”。

在硬件之外的变现计划也存在难点, 以电商为例, 如何在白热化的行业竞争中吸引用户, 并为之提供一整套服务沉淀用户将考验美图。庞亿明认为, 美图非硬件方向的商业化尝试, 应该将重点放在如何根据自己的特色和优势去切入, 而不是生搬硬套。

不可否认, 美图向社交电商与即时通讯方向试水值得肯定, 也将起到提高用户黏性的作用, 且有现行的商业模式遵循, 不过由于上线时间较短, 目前暂未有相关数据验证两种模式的效果, 但是对于即将上市的美图而言, 这无疑可获得更高的期望值。北京商报记者 魏蔚

北京商报讯(记者 魏蔚 姜红)日前, 阿里健康与农村淘宝合作, 首次将专业体检车开下乡, 为福建省漳州市厚境村几十位老人提供了抽血、尿检、彩超、心电图、胸透等服务。据介绍, 阿里健康与农村淘宝合作的送健康服务进村项目, 将从天猫“双11”全球狂欢节开始, 出动更多健康服务车, 逐步给农村淘宝近2万个村点的村民送去包括体检、网络问诊、保健配套知识及服务设施等健康服务。

农村淘宝“送健康服务进村”计划负责人施丽佳介绍, 村民拿到体检报告后, 还可以通过服务站里的阿里健康网络医院解读, 得到大医院专家的健康管理建议。此外, 村淘服务站里还准备了阿里健康智能关爱计划的体温计、血糖仪、血压仪和体重秤等智能设备, 让村民能够享受到智能健康管理的便利。

随着农村淘宝升级3.0模式, 健康服务已经成为农村生态体系中重要的一环, “体检车下乡是阿里健康与农村淘宝合作建设健康生态服务的第一步”。阿里健康健康平台高级专家周小山介绍, 接下来, 阿里健康将与农村淘宝合作建设健康生态服务中心, 为村民提供基础健康服务、不定期体检和远程医疗等服务项目。预计到2017年3月, 将在万余家村淘服务站落地基础健康服务, 为更多的村淘服务站实现体检健康服务下乡。

滴滴天猫跨界试水“移动超市”

北京商报讯(记者 魏蔚)今年“双11”, 滴滴和天猫将首次跨界合作, 率先在北京和上海试水“移动超市”。据悉, 今日滴滴在北京和上海分别投入1111辆“天猫双11专快”, 坐上这些专快车的用户扫码即可免费领取价值百元天猫超市大礼包。

滴滴方面介绍, 今日坐上“天猫特快”的用户扫码即可免费领取价值百元天猫超市大礼包。与普通网购不同的是, 用户可以直接从汽车后备箱把货提走, 而不需要等待快递上门。可以说, 这是路径最短的“网购”方式, 甚至直接跳过了物流环节。

据悉, 天猫与滴滴合作的初衷是让消费者获得一次“双11”的惊喜体验, 在合作过程中挖掘出更多的合作可能性和想象空间。滴滴方面介绍, 这次的大礼包主要是饼干、牛奶等零食, 这些商品与专车用户需求是高度匹配的。很多人在早晚高峰打车的时候往往是饿着肚子的, 如果能够在滴滴专快车上实现即买即拿, 不仅创新了购物场景和消费方式, 同时也满足了用户需求提升了专车服务体验。

除了购买频次高、适合即买即用的商品之外, 化妆品、数码产品等注重线下体验的商品同样也适用于专车购物场景。甚至, 滴滴可以成为这些商品的首发平台。

图像识别技术“跨界” 百度语音寻新突破口

人工智能技术的突破往往来自于多方面技术间的融合互通。近日, 百度在语音识别技术方面再获突破, 将图像识别技术成功“跨界”到语音领域, 大幅度提升语音识别产品性能, 是继端对端语音识别后取得的另一次重大技术突破。

语音识别研究起源于上世纪50年代, 2010年后, 研究者们相继提出了基于DNN、CNN、LSTM等技术, 使得语音识别的性能得到了突飞猛进的发展。此前, 百度语音每年的模型算法都在不断更新, 从DNN, 到区分度模型, 再到如今的CNN, 百度的语音技术一直在业界中领跑。基于LSTM-CTC的声学模型也于2016年初在所有语音相关产品中得到了上线。从HMM框架到CTC框架, 百度语音识别引擎的性能得到飞跃。随着深度学习近年来飞速发展, 以及CNN技术在图像识别中的成功应用, 以往被业界忽视的Deep CNN技术重新被语音界重视起来, 百度意识到了Deep CNN对语音技术的贡献巨大, 寻找下一个突破口。

据介绍, 百度这项技术主要是利用深

层卷积神经网络(Deep CNN)应用于语音识别声学建模中, 将其与基于短时记忆单元(LSTM)和连接时序分类(CTC)的端对端语音识别技术相结合, 该技术相较于工业界现有的CLDNN结构(CNN+5LSTM+DNN)的语音识别产品技术, 错误率相对降低10%。

该技术深度学习技术的发展密不可分。近些年来, 在ImageNet竞赛中, 很多深度学习技术相继提出, 非常值得关注的就是在深层卷积神经网络方面的进展。这些网络结构有一个明显的发展趋势, 就是越来越深的卷积神经网络层级(CNN)。CNN技术也不断刷新着图像识别的精准度, 以人脸识别为例, 识别准确率达99.7%。但业界对CNN的进展在语音识别方面没有得到充分应用, 作为一家在语音技术上有着深入研究的人工智能公司, 百度将Deep CNN视为语音识别技术的下一个突破口。

与学术研究不同, 百度更关注如何在基于CTC的端对端语音识别框架中, 通过引入深层CNN的思想, 进一步提升性能。另外, 百度首次尝试在商用领域的端

对端语音识别技术中引入更深层的CNN神经网络。端对端技术使用一个单独的学习算法来完成从任务输入端到输出端的所有过程, 减少了中间单元以及人为干预, 在海量数据的支持下模型效果提升明显。

值得一提的是, 语音识别都是基于时频分析后的语音谱完成的, 将整个语音信号分析得到的时频谱当做一张图像, 就可以采用图像中已广泛应用的CNN进行识别, 克服了语音信号多样性的问题, 且通过引入更深层的CNN, 使语音识别性能得到显著提升。

百度语音的研发立足点, 聚焦于技术的实际应用, 技术难度和实现程度更高。针对语音识别产品而言, 必须具备在大规模语音数据库上体现性能提升以及具有适合语音在线识别产品运行的模型。百度采用数千小时进行实验的研究, 并在近十小时的产品语音数据库中进行验证, 且充足的语音数据资源, 使基于端对端技术的语音识别系统明显优于以往的框架性能。除此之外, 百度语音技术在数据、计

算能力、算法三方面优势显著。百度拥有约10万小时的精准标注语音数据, 以及基于数百个GPU的高性能计算平台。在算法方面, 百度每年都在不断迭代模型算法, 语音识别效果显著提升, 领先业界。

此前, 百度便利用端对端技术研发了Deep Speech 2深度语音识别技术, 用于提高在嘈杂环境下语音识别的准确率。在噪音环境下, 其错误率低于谷歌、微软以及苹果的语音系统。目前, 百度语音识别准确率高达97%, 并被美国权威科技杂志《麻省理工评论》列为2016年十大突破技术之一。另据百度语音技术部识别技术负责人李先刚透露, 目前的确正在加紧Deep Speech 3的研发工作, 而本次公布的Deep Speech 3不排除将会是Deep Speech 3的核心组成部分。

除了技术突破, 百度还积极推动用户使用语音交互的普及, 手机百度、百度输入法、百度地图、度秘等产品都已支持语音输入功能, 而此次“跨界”的Deep CNN相信很快会应用到拥有庞大用户体量的百度产品中。