



消费周刊

Consumption Weekly



北京买买买订阅号

D1-D4

2019.3.8

智能产品“家常化” 立法与技术需齐头并进

黑科技家电产品价格不再高冷，人工智能立法也将助力，智能产品消费日渐平常化。北京商报记者近日从2019全国两会获悉，全国人大常委会已将一些与人工智能密切相关的立法项目列入。智能产品在电视、音箱和手表等传统行业已经占有席之地，也引发了人们对产品安全的担忧。人工智能立法提上日程，将会增加消费者对智能产品的信任，带动智能产品消费。

智能产品走俏市场

“有一批更有趣、更智能的家用电器到了，这款扫地机器人价格不到1500元，它能自动归位充电、避开障碍物，还可以定时打扫卫生”，一家卖场的销售人员这样向顾客介绍着自家的产品。扫地机器人自动打扫房间的功能，让工作忙、少有时间打扫卫生的小张夫妇心动。

不少消费者与小张夫妇有着一样的想法，希望家电更加智能化，彻底让自己解放双手，正因如此，消费者对家电功能也提出了更多要求，这也激活了智能产品销售市场。有调查显示，相当一部分中高端消费群体表示，更愿意尝试功能先进多样的新鲜事物，对应用了各种“黑科技”的智能产品接受度较高。

智能物联化、功能场景化、个性定制化的冰洗产品逐渐成为行业趋势。统计数据显示，2018年，苏宁易购带有遥控伸缩、杀菌烘干功能的智能晾衣架销量同比增长10倍。截至年底，智能冰箱在苏宁易购全渠道的销售占比约37%，远超行业的平均比例24%。与此同时，智能化的周边产品也受到

广大消费者青睐，其中，可以提供自动烘干杀菌的智能晾衣机，截至年底已进入超过150家苏宁门店，月销售规模增速超300%。

除此之外，春节7天假期期间，苏宁易购的智能手表销量同比增长387%，智能门锁销量同比增长35倍，智能音箱整体销量增长25倍，智能硬件产品成为春节期间全民抢购的热点。

对消费者来说，购买家居产品时会在性能和价格上寻求一个性价比的最优值，希望用最实惠的价格买到优质的产品。随着智能家电市场火热，不少品牌商纷纷进入智能产品零售领域，产业规模化使成本得到进一步压缩，智能家电价格也不再“高不可攀”。以最普及的智能小家电语音控制智能音箱来说，它不仅是家中其他智能家电的开关，还能够满足诸如唱歌、听相声、听广播、查询天气和路况信息等家庭日常娱乐需求，但价格却非常亲民，市场售价区间仅为100—400元。

操作、服务化繁为简

伴随人工智能技术的快速发展，家政服务机器人也成为家政行业发展中的新尝试。甚至行业内有观点认为，未来家政行业部分工作将会被人工智能超越或取代。随着老龄化和“二孩”政策实施，人工智能机器人成为商业发展的新契机。

智能产品虽然功能新颖，但却摘不掉操作复杂的“标签”，部分老年消费者反馈，智能产品往往要花较长时间去了解学习如何使用，导致很多智能产品买回家后成了摆设。

为了解决老年人和智能产品之间的隔阂，北京商报记者了解到，部分家政企业也在尝试搭建智能家庭实验室，让家政员熟悉智能家居产品操作方式，优化家政服务水平。

值得注意的是，部分家政企业还推出



了智能机器人产品。对此，业内专家表示，智能机器人能够弥补家政员在工作中遇到的难题，例如，检测老人健康状况、解答孩童疑问、外语翻译等，希望能够提升顾客对家政企业的满意度。家政企业也可以尝试将机器人进行定制化，增加服务价值，同时新的业务也将为企业带去新的客群。

填补智能安全性

虽然机器人的研发、制作技术已经逐渐成熟，但因家政企业将产品带向消费者的居民生活中，必须要保证产品的安全性。

近日，北京商报记者从2019全国两会了解到，全国人大常委会已将一些与人工智能密切相关的立法项目，如数据安全法、个人信息保护法和修改科学技术进步法等，列入本届五年立法规划。

据了解，人工智能在引领新一轮科技革命和产业变革的同时，应用也具有不确定性，会带来法律关系等方面的新挑战。据悉，全国人大常委会把人工智能方面立法列入抓紧研究项目，围绕相关法律问题，进行深入调查论证。相关部门正在抓紧研究和起草相关法律法规。

有智能行业从业者分析，人工智能法律出台并非是对行业的束缚，需要技术与法律共同进步创新。人工智能的发展、智能产品的应用不仅是单纯的技术问题，还会涉及法律规范问题。这个问题能否得到完满的解决，既是从事人工智能技术研发企业的问题，也是中国和世界所共同面临的社会问题。对人工智能进行立法，也会增加消费者对智能产品的信任。同时，通过立法，优化市场竞争，让智能产品的商业应用、运营全面升级。品牌企业也可以通过人工智能开展新业态、新物种，涉猎新消费领域，提升产品、服务的质量水平。

北京商报记者 王晓然 王维祎