

# 天猫精灵：寻找物联网升级密码

2017年,AIoT(人工智能与物联网融合概念)被认可,人工智能首次被写进政府工作报告。也就是那一年,阿里人工智能实验室推出天猫精灵,用语音控制降低智能操控门槛;2018年,天猫精灵走出阿里,推出1美元智能蓝牙mesh通信模组,尝试为家居产业智能升级提供基础设施。

如今,天猫精灵不只是一款音箱,它接入40多个品类、600多个品牌、2000多种型号设备,预计2019年将为智能家居行业新增50亿元产值——从中国制造到中国智造,天猫精灵一直在寻找物联网的升级密码。



CFP/图

## 小家电大愿望

距离杭州130公里的慈溪,是上海、杭州、宁波三大都市经济金三角的中心,被称为“家电之都”,与青岛、顺德同为中国三大家电生产基地。慈溪有2000家家电整机生产企业,近万家配套企业,2018年慈溪家电行业的工业总产值大概600亿元。但是在慈溪,耳熟能详的品牌并不多,先锋电器、沁园净水器、卡帝亚电器算是代表。

“整个慈溪家电产业带中更多是小品牌,通过低价出销量,这种形式对品牌的压力巨大,他们想做转型,但不知道怎么把价格提上来,怎样去找更有品质要求的用户。”长期奔走于杭州、慈溪,阿里人工智能实验室的语夕感受强烈。

卡帝亚电器CEO沈泽告诉北京商报记者:“互联网让厂商从幕后走向前台。品牌方可以从天猫商品评价和电商小二沟通中了解到产品有什么痛点,用户对产品有什么新诉求。然后我们调整产品工业设计、配置、性能等,做成终端再面向用户”。

整个过程中,智能家居厂商对制造智能化的诉求不多,更希望在商品智能化使用上获得帮助。天猫精灵希望技术赋能,连接品牌厂商和天猫精灵ISV(独立软件开发商)是重要的一环,小匠物联是天猫精灵和慈溪家电产业带的沟通者之一。

据小匠物联CEO米雪龙观察:“家电大企业有自己的研究院。但很多小企业缺乏研发能力,宁波这边的情况更明显,特别是年产值在10亿元以下规模的企业。我们就帮这些企业承担技术创新工作,与天猫精灵等平台对接”。

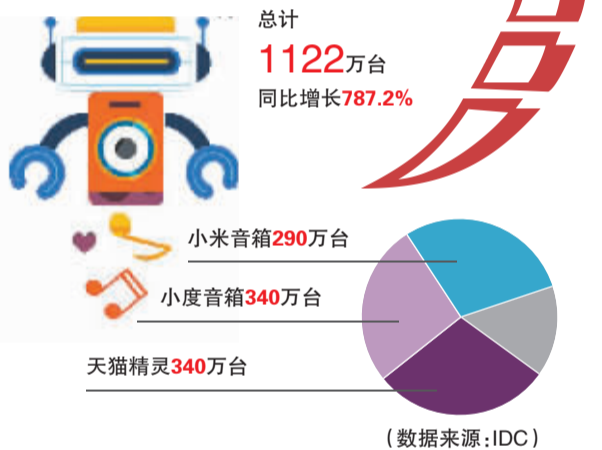
“阿里是平台型,不太可能根据每个企业去做技术调整和落地,也需要ISV去承担技术对接工作。”这种角色让米雪龙更容易发现产业变化:“小匠物联2015年成立时,需要上门向家电企业普及什么是物联网、什么是智能家电。现在厂商会主动要求做智能化升级。”模组出货量是直接反映,小匠物联的出货量,从最开始的一年三四万提高到现在的十余万。

## 1美元连锁反应

在天猫精灵生态版图中,小匠互联这样的生态方案商有40余家,还有产业上游的20多家芯片商、20多家模组商,产业下游的2000多个开发者。四者由天猫精灵串联起来,将整个产业推向智能化。

“整个智慧产业链是由阿里建立的统一的智能家居协议标准连接起来的”,阿里人工智能实验室硬件终端总经理茹忆说。标准的意义至关重要:“有了统一的标准,就可以让阿里的设备、华为和小米的设备,甚

## 2019年一季度中国智能音箱出货量



至各个灯厂的设备都连起来。这件事品牌厂商解决起来很难,作为平台,天猫精灵有责任去建立标准。”

具体的流程是,天猫精灵将核心语音技术进行模块化封装,并与上游芯片厂商合作,定制生产出连接模组和语音模组。通过芯片、模组厂商,以及技术方案商、认证厂商等产业链上下游通力合作,向产业带输送一整套的智能升级方案,这是天猫精灵将在全国推广的“精灵产业带”计划。

针对不同使用场景,天猫精灵提供不同的合作形式。以连接为例,天猫精灵提供蓝牙模组、WiFi模组和内置模组。茹忆向北商报记者解释:“蓝牙模式和WiFi模组需要通过天猫精灵控制智能家居产品。内置模组相当于将天猫精灵内置到产品中。按摩椅、美妆镜、汽车等高附加值产品采用内置模组的形式”。

卡帝亚与天猫精灵的合作模组成本仅1美元,这是阿里人工智能实验室推出的扶持计划:1美元智能蓝牙mesh通信模组,对前1000万名申请的开发者免费。1美元的成本就可以将传统设备升级为智能设备。沈泽透露,智能设备售价高出传统设备100元。

除了提供技术价值,阿里还为智能家居厂商提供整合营销能力:“我们将天猫、聚划算、淘抢购、搜索域、天猫新品等整合成一个解决方案,给智能家居产品流量加权”,茹忆透露,目前天猫精灵和100家照明品牌合作,涉及1000个照明产品。仅天猫“6·18”当天十分钟,就售出了mesh连接模式的灯带1万米。刚开始做mesh灯时,天猫一年的智能灯泡销量不到10万个,现在50天就能销售将近10万个。”

除了天猫精灵外,百度和小米也在助力智能家居发展,产业站上了风口。资料显示,2017年中国智能

家居市场规模为3342.3亿元,同比增长24.8%。预计未来三年内,智能家居将保持21.4%的年复合增长率。目前,天猫精灵与浙江慈溪电暖风扇产业、广东中山照明产业、福建福安按摩器产业建立了深度合作。

## 磨合与不断磨合

不过在推进中国智造的过程中,仍有一些问题成为阻碍。以天猫精灵与智能家居行业的合作为例,最大的不确定因素是磨合,这是天猫精灵、智能家居品牌和ISV企业的一致感受。

“可能某一细分产业的功能不够丰富”,米雪龙以电风扇的定时功能为例,向北京商报记者解释:“天猫精灵起初没有这个功能,但定时是风扇必有功能,我们就天天去天猫精灵催,否则产品生产出来时,就没法智能定时。平台的规划和厂商实际的需求是有差异的,我们在这方面的磨合比较多。”

为了跟天猫精灵对接电风扇项目的细节,小匠物联工程师方永泉在阿里巴巴西溪园区5号楼驻场一个多月。期间,方永泉与天猫精灵团队做内部测试,有些问题细碎到有点不被人理解。“比如风扇的摇头功能,天猫精灵最初的语音设计,用户必须说‘打开风扇左右摇头’。但实际上用户会默认摇头就是左右摇,很少会分左右摇或者上下摇。后来语音设计就从‘左右摇头’变成‘摇头’。”

还有风速档位,刚开始天猫精灵给出的是6挡或9挡,而现在有100挡。空调扇、除湿机、灯具等产业也存在类似细小的产品问题。

茹忆特别提到,相比智能小家电,灯具产业磨合更困难:“传统灯具厂没有做过智能化。在转接方式上,灯具厂认为用原有的焊接工艺就可以做到,而实际上模组安装的工艺完全不一样。”

ISV和智能家居厂商的磨合同样困难,米雪龙介绍:“传统电器是不需要测试网络的,之前它们的测试仅仅是通电。但产品智能化后,测试的不光是通电,还要看网络连接、信号强弱”。

这种细节需要花很多时间:“比如用天猫精灵做测试,10台电风扇需要10个人测,中间存在屏蔽等各种细节问题要解决。还有模组转接板,如何用20年前的技术方案对接新兴的技术,互相怎么配合才能让企业最快、最低成本地联网等”,米雪龙说。

类似这样的磨合还将继续,但效果明显。不到半年时间,慈溪风扇品类已经有20多个品牌,60多款实现了智能化升级,在今年“6·18”期间,慈溪产的智能风扇在天猫销售超过10万台。未来阿里还计划在广东顺德、小榄、澄海等地扩展“精灵产业带”。

北京商报记者 魏蔚