欢迎您,微笑的夏草冬虫

设为书签 | 新浪科技 | 新浪首页 | 新浪导航

科技首页

创事记

互联网

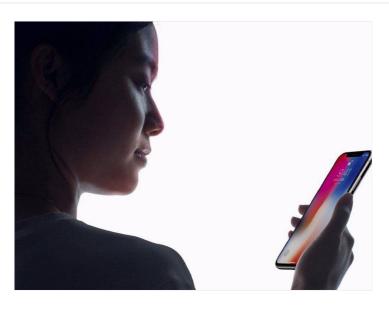
电信 IT

IT业界

投稿

手机+人工智能很强大,但用户只想用它让手机更省电

2017-10-31 09:54:16 创事记 微博 作者: 脑极体 我有话说(3人参与)



欢迎关注"创事记"的微信订阅号:sinachuangshiji

文/脑极体

不怎么夸张的说,今天一个普通人类的父母子女伴侣债主上司加在一起, 也不如手机更了解ta。

我们每天的生活工作,具体到出行、消费、社交、娱乐的每一个场景,都已经无法离开手机。每天有海量的个人数据与交互信息输入手机,又有无数内容从手机输出,于是人们开始很自然地假设:**手机是不是可以利用这些数据做些什么?比如,更懂它的主人?**

"让手机更懂你"一直都是智能机时代的主攻方向。当人工智能代表的机器 学习技术和拟人交互特征部署在手机上之后,AI顺理成章成为了这个方向的主 要手段。

苹果、华为先后发布了搭载AI处理器的手机产品。谷歌、三星等品牌也陆续发布了手机AI计划。也许现在是时候来回看一下,在理解用户这个角度AI手机们交出了怎样的答卷。我们对于"手机懂你"这个需求,是否本身就有一些无法解决的问题?

为了了解普通用户是如何看待"手机懂你"这件事,我们首先做了一个小范围问卷调查,得到的结果还是很有趣的。

恐怖谷效应:关于"手机懂你"的人类纠结

为了让问卷调查具有代表性,我们在2个人工智能社群和2个手机社群中各随机抽选了25名来自各个行业的被访问者,组成了100人的受访群体。受访者对于手机和人工智能的话题基本都有了解。

我们的调查包括四个问题,两个判断题和两个选择题。

作者简介



脑极体

写让你脑洞大开且能看懂的AI资深撰稿人

作者微博

作者博客



作者文章

京东方量产的柔性屏是什么,真能让手机可折叠吗?



可弯曲手机还远,但廉价OLED手机应该不远了。

详细>>

推荐阅读

共青城赛龙的悲剧,是手机行业衰败的时代缩影



代小权及其带领的深圳赛 龙,正是那个时代的缩影。 详细>>

大V们还在约架,只是再也没人去朝阳公园南门了

首先我们的提问是,是否期待更懂你的手机?不出所料,绝大部分人选择 了"是"。

但接下来我们提问,是否愿意在有安全保障的情况下,让手机读取并理解你的所有个人数据,包括购买行为、聊天记录、出行信息等等。结果有超过70个人表示"不愿意"。

接下来的选择题中,我们首先让受访者回答具有什么功能的手机算是"懂你"。选项包括:1。读懂你的兴趣爱好;2。读懂你的手机使用习惯;3。读懂你的生物特征(包括虹膜、指纹、运动数据、身体机能数据等)。这里有超过一半的人选择了1,即读懂用户的兴趣爱好。

最后我们的问题是,下面哪种功能是你最需要的:1。智能秘书;2。智能 节电;3。智能硬件清理;4。智能电商推荐。结果有些出乎意料,得票最多的 是2,即智能节电。而智能电商推荐是得票最低的。

从这样的结果,似乎能感受到一点纠结:**我们希望手机更懂自己,但是却不愿意把自己的信息交付给手机。我们希望手机能理解自己的兴趣爱好,但真正期待的功能却是对个人信息需求最少的"省电"。**

随后与受访者的沟通也印证了我们的看法。大部分受访者认为,手机更懂自己当然是好的,但是让手机去理解自己的隐私信息还是有非常大的安全担忧。对于这几个功能而言,智能秘书很多人认为并没有实际用处,电商推荐则很可能涉及商家的利益驱动,反而是省电和清理内存,真的挺有必要的。

这或许是一个很有代表性的矛盾:一方面我们认为手机更加智能,可以更好的理解我们必然是正确的。但另一方面,对于开放所有隐私信息的不安全感,以及那种似乎在被手机监控的不舒适感,又让我们无法真正接受来自手机AI的"爱与理解"。这或许是人类在面对手机时的"恐怖谷心理"。

重要的非关键信息:手机AI理解用户如何开始?

那么, 手机读懂用户就彻底是个伪命题吗?

或许也未必。毕竟在用户的隐私担忧和机器学习带来的体验升级之间,还是存在漫长的边缘地带。这一块或许才是AI在手机上释放学习能力的最好舞台。

这里我们要先来理解一个问题:我们每天到底给手机输入什么数据?

用户对手机的数据灌输,从重要程度上来说可以划分为两类。第一种是**关键型数据**,其中包括生物关键数据(指纹、虹膜、Face ID等)、数位关键数据(账号、密码、电话、证件号等)、行为关键数据(购买信息、社交信息、出行信息等)。而另一类是**非关键型数据**,其中包括音频数据(打电话、语音时输入的声音)、环境数据(手机周围的冷热、空气质量等)、人机交互数据(用户每一次点击和滑动操作)。

而我们真正担心泄露和容易产生不适心理的,是关键型数据被收集和利用,但手机每天收集最多的却是非关键型数据。这部分数据对于用户来说基本毫无意义,却可能让手机搭载的AI系统从中学习、理解很多用户相关信息,并通过算法来回馈个性化解决方案。

基于此, 手机懂你的纠结或许可以从非关键型数据的应用来破解。

手机厂商的尝试

当然,这里不是说手机理解和学习部分关键型用户数据不可取。事实上即使手机不去收集,安装在手机上的应用也可能会学习这些数据。反而集成在手机端可能带来的想象力更广阔。



二人对打,一圈人围着赚钱,网络约架变成了昆仑决,变成了MMA。 详细>>

网贷备案登记或开启,行业再迎洗牌和监管拐点



在此提醒各位从业者,合规与否,自己心里最清楚。与其抱有侥幸心理,不如先把后路想好,如果没能备案登记,有没有足够的资金储备用于清退投资者资金?平台自身又该如何转型? 详细

致中年人:假如从今天开始,人生只剩下坡 路……



我想要的那个自己,那个爱 岗敬业、爱同事、爱客户、 爱出风头的我,在经历了两 年"中年危机"后,又回来 了。详细>>

新闻热榜

- 01 创新海信发力智慧交通
- 02 搜狗Q3财报里的上市细节
- 03 京东方量产柔性屏意味着什么?
- 04 小米该放下"性价比"标签了
- 05 曹德旺:我的第一桶金没有原罪
- 06 假如今天开始人生只剩下坡路
- 07 在印度亲历阿里腾讯抢滩
- 08 赌博这杯毒羹好喝吗?
- 09 无人零售:人傻钱多速来?
- 10 互联网电视还能颠覆行业吗?

但是今天大部分用户对于手机全面学习自身信息还是存在担忧的,所以那些正在搞移动AI的手机厂商,在面对这个问题时选择了不同的解决方案。

此前作为前瞻性的实验产品,荣耀Magic曾经搭载过主动学习用户数据的人工智能系统,让系统具有感知能力、理解分析能力和主动服务能力,可以说是在手机读懂用户上最激进的解决方案。但荣耀Magic依旧要让用户自行选择是否开启这一功能,以及层层搭建保护措施。可见手机读懂用户的命题真正落地相当艰难。

刚刚开始发售的iPhone X,即使作为苹果面向未来的一款产品,搭载了单独AI处理单元和大量AI功能,却依旧选择在理解用户习惯这个层面不进行部署,只是将AI技术集中在摄像头和拍照与识别单元中。

相比较成熟的AI解决方案,比如语音交互和机器视觉,理解和学习用户习惯可能是一个很难讨喜、又存在隐性风险的技术端口,苹果的态度基本是绕过去。

渐塑移动AI是唯一方法?

当电力产生的时候,人们并没有惊叹于它的价值,而是首先质疑它带来的 危险。直到交流电带来了人造光明,人类才被彻底征服。那之后电依旧是危险 的,但合理保护和安全常识让它走入了每一户人家。

今天的移动AI,很可能也在经历这样一个过程。想要让机器更懂人类,更好地为人类服务,我们终有一天会全面开放人机交互,让AI无处不在。但必须有足够大的价值去说服人类才行。

说服的方式无非来自于两条线索:**无可置疑的安全,以及越来越丰富的应 用想象力。**

前者反应在目前在市面上看到的那些AI手机上,最显著的一点就是移动AI 芯片带来的本地化AI处理能力。只有让云、端数据完全分离,个人隐私根本无 从扩散,才能让用户相信人机数据共享的安全前提。

而更重要的是应用想象力不断扩张。通过AI硬件的算力支持,加上有效的 开发者生态,或许会激发开发者去思考,通过学习用户,手机还能做些什么。

当这个价值输出来到某个奇点,手机真的可以说服用户放心开放自身,达成更高效的人机交互。移动AI命题是个无法一步到位,必须逐渐雕塑的城堡。 开放的开发生态和本地化的AI安全保障下,手机读懂用户最可能在一些垂直领域达成拓展。

比如在健康领域,用户选择性共享健康信息、出行信息和医疗历史,系统将可以自我学习用户健康习惯,给出更智能的膳食、运动、营养习惯,以及看护治疗与康复进程。

再比如商务应用领域,通过学习用户的行程安排、场景更迭以及工作习惯,移动AI将可以扮演非常关键的行业助手角色。

另一个可能的手机读懂用户方式,来自手机AI与其他硬件的协同化。比如手环、手表、VR器材与手机的感知能力一体化后,手机作为处理中心达成协同数据的收集和反馈。通过终端计算能力建立硬件体系的AI闭环,可以带来应用想象力的大幅飙升。

讨论了这么多,只是希望能够帮助大家更加立体化地认识手机AI到底如何 读懂用户。这个过程可能发育方式跟我们想象的有所不同,但绝非没有意义。 人机交互永远以人为本,机器懂人当然比人懂机器更加天经地义。

让手机懂你不是不行,只是得慢慢来。



新浪创事记公众号

汇聚行业犀利辣评(微信搜索sinachuangshiji或扫描二维码关注)



(声明:本文仅代表作者观点, 不代表新浪网立场。)

文章关键词: 网络文化

0赞 收藏

分享到: 保存 | 打印 | 关闭



邮箱:csjweibo@sina.com 电话:010-62675371 新浪科技意见反馈留言板 欢迎批评指正新浪简介 | About Sina | 广告服务 | 联系我们 | 招聘信息 | 网站律师 | SINA English | 通行证注册 | 产品答疑Copyright © 1996-2017 SINA Corporation, All Rights Reserved新浪公司版权所有