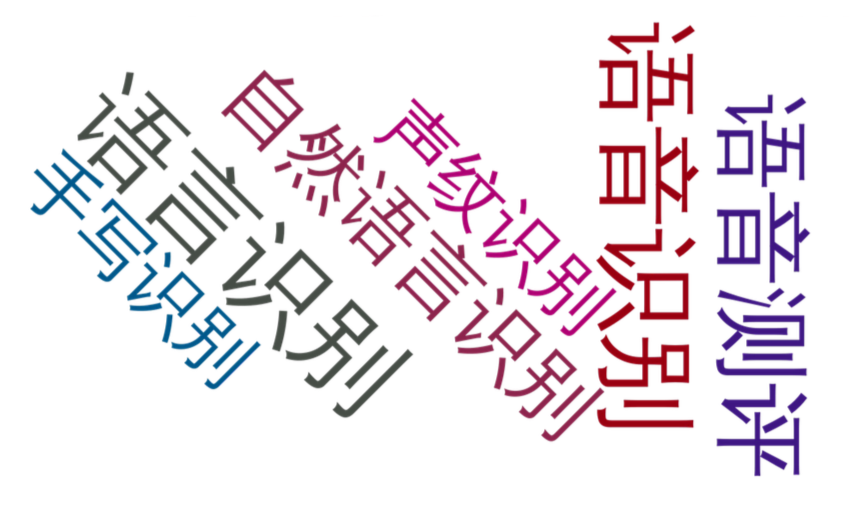
此次案例主要分析对象是两个智能对讲助手。一个是苹果的Siri，另一个则为目前大火的智能音箱的代表作品亚马逊的Alexa。我们将主要从性能，技术基础以及发展空间这三方面来进行案例分析，最后我们也将就中国市场进行进一步思考。

首先是目前性能，目前的两个对讲助手已经可以实现日常的交流和识别需求，其中Siri还已经关联上下文，而且能够基于已有语境，进行深度的日程交互查询（如查阅推特等）。Alexa在功能上，Alexa除了能够正常的调用推文的阅读需求，还在语义分析上做了多维度细分，如最近Like的推文、最近被提及的推文、最近发送的推文[18]。并且它也像是家庭消费者用语音进行上网的一个工具，比如点播歌曲、上网购物，或是了解天气预报，它也可以对智能家居设备进行控制，比如打开窗帘、设置冰箱温度、提前让热水器升温等Echo的，而且它已经支持语音选购商品，并进行语音支付，并且支持重新买你以前买过的东西。[18]且目前为止，他是唯一一款具备交互播放器设置的助理。更完整的产品性能可以参考。[19]



然后是技术基础，去年Siri加入了可以用上海话对话功能，可以听懂，也可以用上海话回答基本对话情景。Alexa也可以和更多的家电连接并加以控制。主要技术难点和突破在于以下方面：语言识别，语音识别，自然语言处理，声纹识别，手写识别。想要实现真正日常语音交互，最大的难点还是机器对于语言文字的理解，也即自然语言处理。[20]

最后是发展空间，根据[19]对Siri和Alexa的实测分析，在情感交互层面，Siri虽能够理解语义，但对语气还没有能深入分析，而且Siri没有能回问 确定需求的功能。Alexa也可以提高进一步情景交互的能力，让对讲助手更智能，更能”听懂“我们的需求。

继2014年Alexa发布之后，中国各大互联网，电子公司都开始推出自己的智能音箱。[21] 目前市场巨大，不过因为中文的复杂性，自然语言处理自然也成了智能对讲助手在中国市场成为热销产品的最大的技术障碍。