

会自动浇水的植物墙,会读懂你小心思的家居 淘宝极有家“黑科技” 要在智博会上给你“造”一个家

“淘宝不随波逐流,会永远创造潮流。”淘宝总裁蒋凡在淘宝商家大会上说。

过去,淘宝掀起了一波又一波的潮流,接下去,这波潮流又将导向哪里?

第二届智能生活博览会今起在杭州国际博览中心举办。据透露,淘宝极有家正在“密谋”改变未来家装方式——HOMEAI。未来的家,会是什么样?应该什么样?在本届智博会上,淘宝,或许可以为你描述未来生活的模样——在家只要“葛优躺”,其他交给淘宝极有家就好。

家居会思考

一间神奇屋子把你的脑洞打开

如今科技发展速度之快,没人敢拍着胸脯说,我知道未来什么样。

但淘宝极有家正努力让一切可能变成现实。单从家装来说,风格、品质、服务、整体方案是每一个爱家人最基本的诉求,而这背后其实是人类对于生活栖息场景的无限渴望。

在本届智博会上,淘宝极有家将在“家”这个舞台上,给消费者搭建体验的场景、生活的场景,不再让家居用品像道具一样展示,而是“物尽其用”。

淘宝将带来一间神奇的屋子,在这间屋子外,有一整面的植物墙,像极了童话小屋。而屋内,藏着无处不在的惊喜,在这里,你可以完全解放双手。

疲惫一天下班回家舒服窝在沙发里,突然发现心爱的绿植幕墙没有浇水,无需起身,打开手机,通过远程指令下达控制器,用“黑科技”智能调节绿植所需的土壤湿度、温度、PH值、空气湿温、光照等等指标,这堵你的专属绿色墙,就可以永远充满生机陪你左右。

开关,开关,灯就是一个必须要动手的麻烦存在。从拉绳开关,到遥控器按钮,借助“魔法棒”控制家里灯光曾是家居中的潮流设计,而淘宝极有家的设计师早已重新定义潮流:灯饰无需操控,根据智能感应“随心而动”,明暗之间让家更有味道。

互动与家居设计完美融合,观众有得玩有得看,逛累了自然就可以去感受大至灯光环境,小到每个沙发、椅子、床的功能性设计,让科技为家里的每一件小物赋予懂情绪、知心意的“灵魂”。这是本届智博会上,淘宝特别为你们带来的礼物。

用三维室内场景建模 这届设计师“很会玩”

这些,都来自淘宝极有家正在“密谋”的改变未来家装的方式——HOMEAI。

通俗地讲,HOMEAI就是在淘宝上有成千上万的家装设计师,这些设计师的设计图纸未来全部运用数据库进行建模,每一张壁纸、每一个水槽、每一块地板都可以运用三维室内场景建模。

你以为这样就智能了么?不。据

了解,所有模型都将采用自动布局技术和场景合成技术,利用AI

朱银玲

将冲突和随机全部智能优化。总之,当你不知道自己的家如何装修,软装如何搭配,家具如何下手,在淘宝极有家,他们会给你最简单的选择。这也是2018年淘宝将会为每一个人带来的三大核心任务:简单、普惠和创造。

正如科技没有终点一样。数据的积累正是核心算法的产生;传感装置的辅助学习只为再次积累,不断自我迭代完善算法,智能就这样一步步在属于你的房间里放大进而传递到生活每一个细节。

也就是说,未来,我们的家,不仅可以用三维看设计,还能将智能家居填补每一个角落。

黑科技再现

消费场景将被重构

设计、装修,到购买。如果一条龙都能智能,那就太棒了。而淘宝,正在将这一切变成现实。

最近一次,淘宝的创造力打破人们认知界限的,是淘宝将与微软HoloLens联手推出的“淘宝买啊”(MR)。在“淘宝买啊”帮助下,消费者目光所及之处,商品信息即被智能识别,涵盖了包含价格、销量和用户评论等等在内的全方位信息。

只要点点头,眨眨眼,看中的商品就会自己落进购物车,完成结算。

在外界看来,继“All in 无线”战略之后,淘宝再次释放自我变革信号,这一次,是对消费场景进行重构。

15年来,淘宝从最初的社区生长为包含千万商家、百万生态伙伴和十亿消费者的超级商业系统。对于不少消费者而言,深刻体会到线上购物场景的一大变化,正是源于交互内容的出现。

电子商务研究中心分析提出,在PC时代,淘宝构建以商品、交易、支付、会员为核心的系统,实现了“买卖在线化”;到了无线时代,淘宝开始挑战移动操作的多样性,完成“移动交易场景化”命题;而如今,当淘宝进入智能时代,移动端的消费场景也开始变得媒体化、交互智能化。

例如,“拍立淘”让消费者得以用图片来搜索产品、或者信息,如今,该应用已经覆盖淘宝超过3亿的商品库,能读懂的商品图片超过30亿张;“千人千面”让人们逛淘宝的方式产生了翻天覆地的变化,智能算法推荐帮助人们发现自己的心头好,带来了个性化的购物体验;“小蜜”智能客服沉淀了541类场景的算法模型,实现70%客服聊天场景的自动响应……

“淘宝买啊”的出现,则进一步颠覆了商品的呈现形式,并尝试重构消费者与内容的关系。如今,消费者常常通过移动设备来观看短视频、直播、买家秀等内容;而未来,“淘宝买啊”将通过全息影像,让内容自己“说话”,以更生动逼真的方式提升消费体验。

15年前,没有人能想象到,一家在杭州诞生的本土电商平台,能够如此深刻地改变中国商业,影响每一个人的生活。从电子商务到新零售,也是淘宝的理念和文化,始终贯穿其中,从创业伊始的“淘·我喜欢”到如今“万能的淘宝”,淘宝如海纳百川,仍然在不断创新中为消费者日新月异的需求而

进化。正如阿里巴巴集团CEO张勇所言,一代人有一代的淘宝,“今天我们正在走向未来的数字经济,正在重新定义淘宝的路上。”

