

WiFi翻译机 中文玩遍全世界

□□ 本报记者 李铮

2017年我国出入境旅游高达2.69亿人次,已成为世界第一大出境旅游客源国。在出行过程中,语言沟通障碍成为出境游人群最大的痛点,除了听不懂语言,看不懂图文,还有出外网络流量贵、咨询服务不方便等影响出境游体验的重要因素。

近日,北京分音塔科技有限公司(以下简称“分音塔”)推出的清华准儿第二代WiFi翻译一体机——包括39个语种51国口音、集成无线上网功能的人工智能口语翻译一体机,将有望解决出境游客行中语言痛点。

从旅游市场切入

现在,很多公司纷纷试水翻译机的研发与生产。据不完全统计,仅从2016年上半年到2017年上半年,国内外有多家企业推出了智能翻译机产品,既有来自澳大利亚、日本、荷兰的创业企业,也有中国语音科技企业科大讯飞、双猴科技和分音塔。

据分音塔CEO关磊介绍,分音塔研发的二代翻译机,定位出境游市场。第一是因为中国人出境游市场正在快速增长,市场很大;第二是随着消费升级,出境游开始从大众化的跟团旅游发展到深度游,“80后”“90后”更愿意自由行,语言沟通不畅成为出境游图中的一大痛点。

清华准儿翻译机采用自主研发的清华准儿深度学习算法和神经网络算法,应用四麦线性差值阵列,越用越智

能和精准,还支持多机对话,多人多语种跨地域对话不在话下。7月即将上市的准儿翻译机是第二代产品,较之去年6月出品的一代产品来说,除了支持多机对话,还新增支持离线翻译、拍照翻译、景区导览等功能,可以说集WiFi、翻译、景区讲解于一体。

在出外旅行过程中,翻译机一般会应用在机场、酒店、景点、商场和餐厅等场景中。“技术只有解决用户在实际场景的需求才有价值。准儿聚焦在出境游应用中,也避免了通用型的翻译语言在个性化的应用场景中‘失真’,翻译准确率也会更高。”关磊介绍,根据一代产品使用等数据显示,准儿翻译机在旅游行业的复租率达到70%,日调用达100.4次,最高月调用率超过15000次。

跨语言沟通与使用环境有很大的关系。分音塔的准儿翻译机在旅游和日常交流中,中英口语翻译准确率达92%,中日翻译准确率达81%,中韩、中泰的翻译准确率达70%,在化工和医疗等其他专业化领域翻译准确率还不是特别高。关磊解释说:“主要是我们的机器在这种专业化场景中的应用较少,足够的智能分析数据也是让准确率提升的重要因素。”

智能翻译的创新者

关于解决语言沟通问题,很多企业从APP着手,譬如百度、有道等开发了在线翻译的APP,用到出境旅游的场景中。蚂蜂窝旅行翻译官APP甚至支持多种语言,小语种场景化,手写输入



准儿翻译机适用于出国旅游中的多个场景应用

翻译。流行于欧美的Read for Me APP,可拍摄照片,直接翻译,能识别30种文字,并能翻译成36种语言,还提供18种语言的发音功能。依托智能手机的摄像头和触屏,翻

译APP可以识别图片和手写输入文字。对比翻译机而言,关磊表示,翻译APP产品存在使用低频和短时单向的问题。翻译APP,更像一个电子词典,输

入才输出,手机要递给对方看,即便是有朗读软件配合使用,也会出现交流延时,还不能做到即时听说。如果完全借助APP,与目的地的居民做深入的交流存在困难,因为APP的准确率还不是很高,即时交流还需要翻译机辅助。

而且分音塔在做准儿翻译机的时候,遇到的问题复杂得多。比如用户使用不在中国,使用的场景可能在美国、日本、塞班、马尔代夫等世界各地,也可能在餐厅、酒店、酒吧、街头等极其复杂的场景。在特别嘈杂的环境中,差距30厘米的语音识别效率会大幅度下降。“智能手机语音识别的范围在20厘米左右,超出这个范围,语音识别非常低。分音塔团队研发的准儿降噪技术,已经可以适用于50厘米到150厘米范围内,识别效果非常好。”关磊说。

与中国东南西北各地的口音差别一样,外国人也有口音,英语有美式、英式、加拿大、南非等很多口音,美式英语的口音识别很差。分音塔的第一代翻译机发现了这样的问题,于是增加了语音的自然语言理解能力,从最早上线支持4种语音,到目前支持39种语言、52种口音,成为支持语言、口音最多的翻译机。同时,它可以根据LBS(基于位置的服务)场景来实时选择当地所需要的口音,从而提升语音识别准确率。

智能翻译机将是新蓝海

人和人沟通,7%的信息传递是通过语言,38%是通过语调和语速,55%是

通过表情和动作。为了增强人机交互,分音塔团队给准儿增加了一块屏幕,由此通过视觉来弥补听觉的不足。

用户在使用中还会面临网络环境的问题,比如中国、韩国、日本的网络环境比较好,翻译机在线工作不存在问题,但在加拿大、澳大利亚以及欧洲大部分国家的网络信号不稳定。这倒逼着分音塔团队开发出离线语音识别技术。目前,分音塔团队与清华大学语音和语言技术研究中心联手攻克了中、日、英三种语言的离线语音识别技术,其中日语离线语音识别技术是国内零突破。

据关磊介绍,二代准儿翻译机可以实现离线翻译。支持WiFi、4G卡、虚拟卡的全球联网,机器本身可以作为热点,分享给手机、Pad使用。首创翻译机AI识别拍照,除了可拍照翻译菜单、路牌、文字、标识等,也可拍动植物,通过AI识别进行信息的翻译和详解。新增全球景区导览功能,出境游自由行再也不用走马观花,而可以轻松运用AI拍照深度了解国外景点。

国内智能翻译机的技术模型成熟了,智能翻译机的市场蓝海未来发展前景如何?关磊认为,随着技术的发展和AI技术的成熟,预计明年国内国际会有很多公司去做翻译机这款产品,包括仿制品都会出来。在关磊看来,未来的翻译机一定是多种模型,就像人和人的交互一样,有声音的传递,有语气语调和肢体语言的传递。然而,距离成熟的能达到同声翻译功能的机器面世还有很长的道路,智能翻译机的未来将是一片新蓝海。

风向标

多种多样的茶产品将亮相京城

本报讯(记者马震)根据2018年春茶报告,2018年全国茶叶总产量预计在270万吨至280万吨之间,农业产值将突破2100亿元,内销量将接近200万吨,销售额突破2400亿元。尽管形势一片大好,但是供给侧结构性改革的任务仍不容小觑,行业品牌推广、消费提升的责任愈发重大。因此,茶业会展在茶叶经济中的作用也愈显得十分重要。6月22日,2018北京国际茶叶展、2018北京马连道国际茶文化节、2018梧州六堡茶文化节,将在北京展览馆和马连道茶叶一条街同步开幕,展会为期4天,届时多种多样的茶产品将扎堆亮相。

位于北京展览馆的2018北京国际茶叶展展区面积为2.5万平方米,设900个标准展位,包括北京西城区马连道展区、广西梧州六堡茶展区、全国重点产茶县馆、台湾馆、茶具馆等主题展馆。本次展览300余家企业将参展,其中90%以上为一线品牌企业,同时组委会还邀请国内多个重点产茶区政府及印度、斯里兰卡等10多个国家参展。其中,马连道展区以突出宣传茶文化为重点,设立精品茶展示区,通过图文、视频、产品展

示、茶艺表演等方式,对名优品牌茶进行展示展销,进一步扩大马连道中国茶叶第一街的品牌影响力,吸引更多消费者到西城区体验文化马连道、品味慢生活。

与往年不同的是,除去全国茶叶评比大赛、世界精评茶叶品鉴大赛、“马连道杯”全国茶艺表演大赛等这些经典活动内容,今年,“两展一节”还将举办“茶产业精准扶贫”专场拍卖,拟向梧州市征集六堡茶,向全国其他茶产区征集红茶、黑茶、绿茶等茶叶产品,所得溢价部分将捐赠梧州慈善机构,用于帮扶梧州市贫困村发展。同时,展会还探索和尝试统一收银,以提升展会品质;西城区政府首次与梧州市签署两地友好城市协议,以深化两地文化、金融、旅游等多领域交流合作,促进共赢发展。

据了解,今年“两展一节”的主宾城市是梧州市,因此,今年展会的一个亮点就是展示“茶船古道”的文化内涵,梧州市将开展“茶文化跨界高峰论坛暨‘茶船古道’历史文化研讨会”等10余项专题活动,展现“茶船古道”的特色内容,展示梧州六堡茶“红浓陈醇”的独特风味。

2018年环湖赛7月开幕

本报讯(记者李铮)7月22日“碧桂园杯”2018第十七届环青海湖国际公路自行车赛将在青海省海东市开幕。本届赛事由国家体育总局、国家广播电视总局、青海省人民政府、甘肃省人民政府、宁夏回族自治区人民政府主办,赛事将从7月22日持续至8月4日。

据悉,本届环湖赛将有来自世界五大洲的22支队伍参加比赛,赛事全程总距离3671公里,其中比赛距离1841公里,转场1830公里,赛事共14

天,共设13个赛段和1个休息日。本届赛事起点为青海省海东市乐都区,终点为甘肃省兰州新区。赛段主要途经青海、甘肃、宁夏等地。

本届赛事以“绿色、人文、和谐”为主题,以培育具有国际影响、体现国际水平、展示中国形象、具备中国特色的标志性品牌赛事为出发点,依托青海、甘肃、宁夏地域的独特优势,带动体育与文化旅游商贸等领域深度融合,全方位打造国际开放交流的平台。

□□ 本报记者 李铮

2017年是中国文旅大消费产业迅速发展的一年,文旅行业投资布局活跃度持续提升,据执惠探索文旅大消费研究院于近日发布的《2018中国文旅大消费产业投资发展报告》(以下简称“报告”)显示,2017年全国旅游投资规模达到1.5万亿元,按规划到2020年预计将达2万亿元。

执惠合伙人、文旅大消费研究院负责人王延超表示,2018年,在文旅融合发展背景下,中国文旅行业正迎来前所未有的发展机遇,旅游消费逐渐成为人们日常的一种生活方式,每年旅游消费规模持续增长,如今已经成为国民经济的支柱产业,2017年旅游对GDP贡献度进一步提升,达到11.4%,并且成为拉动社会消费的重要动力,数据显示,国内旅游消费增速显著高于社会消费品零售总额增速。

旅游投资进入客源驱动时代

在我国经济结构和组织方式调整的大背景下,服务业成为重点需要发展的领域,而旅游业自然是其中的支柱板块。

近5年来旅游业每年平均投资增速达到30%以上。自2015年旅游投资规模破万亿元之后,2017年旅游投资规模便达到1.5万亿元。同时也可以看到,由于宏观经济环境变化,2017年旅游投资增速有所放缓,根据目前M2数据统计,2018年文旅投资将面临融资成本高、资金压力大的局面。

尽管如此,住宿、餐饮业固定资产投资却在2017年扭转2016年负增长颓势,实现3.9%增长;文体体育投资继续保持较快增长,并且快于全社会固定资

产增速,反映了人们文娱、体育消费需求旺盛。

在这个不断扩容的巨量市场中,旅游目的地投资已变成重头戏。同时,整个旅游投资已由资源驱动进入客源驱动时代,内容经济占据主导,体验和运营更为重要。手上掌握大量内容的企业在旅游产业上游开发中逐渐占据主导地位。

旅游目的地投资发展趋势已有多重变化,比如自然景区已从自然观光过渡到综合体验,通过以核心自然景区为依托,加速整合周边旅游资源,打造综合体验旅游目的地;旅游度假产品的主题愈加明确,比如温泉、滑雪、主题乐园等,由此形成相对特色鲜明的主题旅游度假区;另外,旅游地产的产品形态正向体验和服务转变,与健康、文化、教育、体育和康养等元素跨界融合加强。

旅游投资快速增长的背后是融资渠道进一步拓展,尤其是PPP旅游项目和投资规模均实现3位数增速。这些项目相当一部分将在未来几年内陆续建成并对外开放。执惠研究院对2017年700多个新开工/拟开工项目进行了分析,发现按照项目核心主题来划分,景区基础设施建设提升、生态旅游、文化旅游类新业态项目占比最多。

文旅+互联网创新成投资重点

除了旅游目的地重资产类项目,报告还对文旅创业创新领域进行了关注。不久前,华尔街分析师玛丽·米歇尔发布了《2018全球互联网趋势报告》,其中数据显示2017年每位互联网用户使用各种网络服务,平均在线时长达到6小时,接近每天的1/4,而且使用时长还在增长,这意味着当下人们线

上线下生活的界限越来越模糊,人们的生活工作与互联网进一步融合,基于互联网的应用、产品和服务成为许多企业不断创新的领域。

然而,2017年互联网旅游投融资事件数量有所减少,约148起,种子天使阶段依然占比最高。大约七成的文旅创投项目处于B轮之前,基本上与2016年的数据持平。按照具体领域划分,可以发现2017年度假租赁、旅行定制、分销预订、文娱科技等领域最为活跃。受益于分享经济、国家出台的度假租赁利好政策,主要的短租民宿企业纷纷完成新一轮巨额融资。在消费升级趋势下,旅行定制领域掀起一股创新热潮,大约八成的旅行定制企业处于A

轮之前。

从众多的文旅投资项目中,真正吸引关注的项目是那些为人们带来一种生活方式、充满文化体验的活动。因此,旅游与其他行业的跨界融合,将产生更加丰富的文旅业态。同时,这些创新的尝试也在不断地完善文旅产业链,各个环节衔接更加紧密,从而促进整个产业走向成熟。

报告同时对近两年来中国文旅大消费产业的投资发展状况和文旅新业态进行了深入研究与分析,并基于场景与内容的融合发展逻辑,对特色小镇、主题公园、旅游演艺、文娱科技、夜游经济、度假租赁、短租民宿等代表性文旅新业态进行了重点分析。



“旅游+跨界”创新催生更多文旅新业态

视野平台

旅游投资将成拉动消费的重要动力