

智能硬件 让生活处处充满创意和乐趣



手机店越开越大 贩卖的主角却是配件 奇葩智能硬件“玩”疯了 兜售的其实是智能生活

上周六,小米在杭州的首家商场店入驻江干区的西子国际中心,与之前的小米之家相比,新店占地面积更大,用户和粉丝在这里可以很方便地体验小米的每一款产品。

自决定大力发展线下渠道以来,小米已经在全国开设了22家类似的门店,其中两家开到了香港和台北。从小米近些年的变化很容易理解这一举动。

小米最早以手机起家,口号是“为发烧而生”。去年年底,他们多了一个新口号:“让每个人都能享受科技的乐趣”,并聚集了一批生态链公司,为用户提供源源不断的智能硬件。比如,空气净化器、平衡车、净水器、运动相机等。

产品品类多了,自然需要更多展示场地,更重要的是这些新奇酷炫的产品不是用几个参数就能打动用户的,需要他们亲身体验才有真实感受。

早在2013年,现任小米网副总裁的张

剑慧在接受媒体采访时就表示,小米线下直营店不只承担售后服务的角色,未来还会变成智能家居体验空间。现在这个目标已经达成。在西子国际店,如果你想要体验9号平衡车,会有店员帮你戴好头盔和护具,带到宽敞的地方教你。体验完成后,你可以在店里直接支付购买,之后会通过物流送上门。

说到这种“开放式体验”,最有发言权的应该是苹果。位于杭州的两家苹果店分成两层,一层主要卖手机、手表、电脑等主流产品;二层以展示和体验各种配件为主。细心的人会发现,在苹果核心产品日益普及后,能在苹果店体验到的硬件产品正在迅速增多。

目前,苹果将配件分成15类,涵盖运动、音乐、摄影等各个场景,每个场景下都有一批充满想象力的产品,比如一款名为Equil Smartpen的智能笔,能够把在普通纸上书写的内容完整呈现到电脑上。对于在思考问题时常借助笔与纸的人们来说,这无疑是个完美的解决方案。

事实上,科技发展到今天,仅靠手机、电脑和平板已经无法满足人类的细分需求,各种智能硬件如雨后春笋般涌现,帮助我们通过网络更好地链接真实世界,并让我们的身体在虚拟空间里得到延伸。

在这场已经到来的大变革中,中美团队站在同一起跑线上。

去年的WWDC2015苹果全球开发者大会上,我偶遇来自中国的Zepp团队。除了参会,他们更重要的工作是跟苹果商谈产品合作,将Zepp一系列用于运动的传感器放到苹果线下门店里。现在,他们用于高尔夫和网球的产品已经能够在苹果零售店买到。

同样是那次美国之行,我拜访了苹果投资的一个智能家居团队,惊喜地发现同样一套产品位于杭州的古北电子也能做好,而市场价仅是美国公司的几分之一。这让我想起古北CEO刘宗孺的判断:智能家居在中国的普及速度肯定要快于美国。

本期快科技,我们挑选了一些市面上买得到,且技术上比较成熟的智能硬件,借助它们展示已经到来的智能化生活。