

深度

每天为你讲述一个财经故事

翻译机，哪家强？

各家翻译神器密集上市 谁能在 AI 大战中胜出？



看不懂法语菜单，听不懂巴西人讲话，怎么办？虽然英语过了四级，但进了商场还得连写带划，面对这些尴尬瞬间，怎么办？互联网企业仿佛私下形成了默契，集体推出了“翻译神器”，为人送上了一份“时尚科技大礼”。

随身翻译器一出生，就要面对群雄混战的市场格局。谁能最终胜出？是靠价格，拼技术，还是看品牌？带着用中文走遍世界的梦想，随身翻译器能像智能音箱一样掀起新一轮科技热潮吗？

各大公司都推出翻译神器

今年3月12日，搜狗旅行翻译宝在京东平台首发，售价1498元。这款翻译硬件是搜狗公司人工智能落地的战略性产品，专注解决人们在出境交流中的语言障碍问题。搜狗旅行翻译宝结合了搜狗神经网络机器翻译、语音识别、图像识别等多项技术，不仅支持语音、图像翻译等多种翻译模式，还提供中英日韩俄德等18种语言互译，精准定位出境游人群。

今年全国“两会”期间，科大讯飞董事长刘庆峰手中拿着的讯飞晓译翻译机成为“网

红”。据悉，这款产品基于科大讯飞最新的神经网络翻译技术，无须网络就可快速、准确地实现中文与英语、日语、韩语、法语、西班牙语之间的即时互译。刘庆峰透露，讯飞翻译机在日常生活领域已经达到大学英语六级水平，可应用于语言学习、出国旅游、商务工作等诸多场景。二代产品还增加了屏幕和摄像头，可以进行旅游场景中针对菜单、路牌、说明手册等拍照翻译。

2017年10月，网易有道曾推出“翻译蛋”。网易有道负

责人向北京晨报记者介绍称，翻译蛋内置有道神经网络翻译，堪比专业八级水准；待机时长达168个小时，持续使用可达6小时，售价仅为688元。

互联网公司高调推广“翻译神器”的时候，在线旅游平台已经尝到了订单增长的甜头。携程负责人表示，今年2月平台正式上线与百度联手推出的wifi翻译机租赁产品后，目前累计销量已超过5000台。每月预订量以200%的速度增长，2018年以来的订单量呈爆发式增长。

出境游催生翻译机热租热卖

翻译器为什么一下子就火了？又会有多少消费者愿为这个新鲜事物买单？在接受北京晨报记者采访时，多家翻译器的生产研发企业都提到了一组数据，2017年中国公民出境旅游突破13亿人次，花费达1152.9亿美元，中国已是世界第一大出境旅游客源国。

携程海外通讯业务高级经理王业表示，中国游客出游的频次越来越高，旅途也越来越远，对解决语言不通、沟通不畅的需求变得迫切。“语音翻译+随身wifi”功能一举两得，可解决出境游细分领域的两大问题。傻瓜级的操作方法和低廉的租金，使该产品拥有乐观的市场前景。”

搜狗表示，目前市面上很多翻译产品在离线情况下翻译准确度大幅降低，甚至无法工作。

搜狗旅行翻译宝相较于市面上现有的APP及硬件，可以做到离线翻译，确保翻译的高质量。

网易有道负责人也表示，相比于此前推出的有道词典、有道翻译官、有道人工翻译等语言翻译产品和服务，“翻译蛋”更加专注于翻译交流的景观化体验，比手机中的APP更快捷、更高效。

科大讯飞产品经理也对北京晨报记者表示，许多做翻译的APP只能针对短句进行翻译，无法满足用户在国外旅行中的口语化、长句的翻译需求，基于以上考虑，讯飞利用自身语音智能能力研发了翻译机产品。

目前市场上的翻译器售价不菲。北京晨报记者调研后发现，除网易翻译蛋以外，其他各种翻译器的售价大多超过千元，几乎相当于一台智能手机的售价。

这么高的价格能被市场接受吗？搜狗表示，翻译宝在京东商城上线当日，预售量突破3000台。网易方面也表示，翻译蛋销售情况超出预期；“双11”当天仅网易严选一个平台就预售近2000台。

关于产品价格，网易直言，目前市场上很多翻译类产品超过千元，应该是包含了一部分营销费用。“他们已将产品价格对标到了一款手机的价格。就我们看来，这种价格定位应该是不太合理的。”相比之下，携程的租赁模式显得更为灵活。携程房买那表示，翻译机的租赁价格为29元/天，与欧美出境随身Wi-Fi租赁价格类似。最近的优惠活动价格又下降30%，日本99元一天，中英19.9元/天，优惠持续到3月底。”

人工智能深入消费市场的试金石

翻译器的大规模上市仅用了几个月时间，就已聚集搜狗、百度、科大讯飞、网易有道等各路人马，人工智能背景的互联网玩家，市场竞争的激烈程度可见一斑。翻译器的落地，极有可能被视为人工智能向消费市场深入的试金石。作为2018年开年走红的高科技神器，翻译器真能像2017年的智能音箱一样，成为现象级的人工智能落地产品吗？

网易有道认为，翻译蛋的推出丰富了有道的整体产品形态，能提供给用户更完善的翻译服务，可能成为公司新的产品增长点。未来将进入比拼“翻译质量”和“性价比”阶段，谁的翻译质量更准确、更快速、更便捷，又能保证价格优势，将获得更多用户的青睐和喜爱。

在科大讯飞看来，每个产品都有自己的核心竞争壁垒。讯飞

翻译机除了应用出境游外，会展、媒体以及语音实时翻译转写平台（讯飞听见）等都将作为AI+的落地场景。

携程方面表示，随着中国消费的全面升级，出境游人数的不断攀升，能一次性解决境外旅游期间翻译、网络这两大难题的Wi-Fi翻译机将深刻改变中国人跨境旅行的方式。

北京晨报记者 韩元佳

阿里领投 E 轮

ofo 又获 8.66 亿美元融资

北京晨报讯(记者 韩元佳) 共享单车再传融资捷报。昨天，共享单车平台 ofo 宣布完成 8.66 亿美元的 E2-1 轮融资，本轮融资由阿里巴巴领投，瀚峰集团、天合资本、蚂蚁金服与君理资本共同跟投。

据悉，本轮融资采取股权与债权并行的融资方式。ofo 表示，将在共享单车领域开创资产盘活先例。此前，关于 ofo “拿车换钱”的报道甚嚣尘上。据国家企业信用信息公示系统显示，ofo 在 2 月 5 日和 2 月 12 日以小黄车作为抵押取得了两笔贷款，合计 17.7 亿元。接受抵押方分别为上

海云鑫创业投资有限公司和浙江天猫技术有限公司，均为阿里系企业。

共享单车的竞争已进入下半场，背后的资本图谱也逐渐浮出水面。公开信息显示，ofo 的早期股东滴滴出行并没有出现在 ofo 的此轮融资名单中，而是转为扶持小蓝单车和自主品牌青桔单车。阿里巴巴则逐步加强了对 ofo 的话语权，同时还投资了哈罗单车等品牌。在阿里巴巴获得 ofo 大量资产后，共享单车市场将变为滴滴、阿里与摩拜“鼎足而立”的格局。

哈罗单车推出骑行免押金

共享单车下一局战场移师免押金

北京晨报讯(记者 韩元佳) 共享单车的押金问题一直备受市场关注，而一场来自单车企业的“自我革命”已经开始。昨天，哈罗单车在北京召开的“全国免押战略”发布会上宣布，将开启全国范围的“信用免押金”。至此，共享单车的竞争在经历了投放密度、城市赛跑、精细化运营等多轮激战后，开始转入“免押金”战场。

中国互联网络信息中心近期发布的第 41 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2017 年 12 月底，全国共享单车用户规模已达 2.21 亿。按主流单车企业押金在 99 元至 299 元之间估算，国内共享单车用户的押金存量规模为 200 亿元至 600 亿元。

免押金成为一些共享单车企业自我革命的开始。哈罗单车表示，芝麻分 650 以上的用户，通过支付宝“扫一扫”车身二维码，选择授权芝麻信用，就

可以在全国免押金骑行哈罗单车。针对其他用户，哈罗单车将推出免押购卡“9 元包 30 天用车”的选项。

“免押金”似乎已成共享单车行业的发展趋势。在滴滴的合作下回归的小蓝单车也表示，可在滴滴 APP 上免押金骑行。ofo 也于近日宣布，实施信用免押金一周年，已累计节省押金超过 40 亿元。此外，优拜单车、1 步单车、永安行等单车品牌也可通过支付宝和芝麻信用分实现免押金。但需注意的是，上述单车品牌的“免押金”行为往往是有门槛的，大多需要跟用户信用分挂钩，或者仅在局部地区实现“免押金”服务。

业内人士表示，从大出行角度看，在人群覆盖面和消费频次上，共享单车无疑是第一大出行流量入口，推行全国免押金无异于拿到了流量通行证，或成共享单车行业格局变化的催化剂。

