

能智能教育,能娱乐互动,还能远程监护 高大上的儿童陪护机器人“火”了 教育专家:家长应适当引导,把握好度

儿童节临近,不少家长已经开始打算送礼物给自家宝贝。在很多家长的备选清单中,智能机器人开始占有一席之地。记者走访市场后了解到,虽然售价不菲,但很多年轻的家长还是乐意为这种高科技的儿童玩具买单。

不过,体验后的感受,家长们的说法可不太一样。有85后奶爸说,儿童陪护机器人没有想象中那么智能,更像是卡通包装的“平板电脑+故事机”,更有家长担心孩子因为过于沉迷而刹不住车。

市场热度

售价不菲但不少家长乐意买单

昨天,记者在位于和义大道的一家大型玩具城看到,几个孩子正在围观一个红色卡通造型的机器人“跳舞”。其中一个孩子已经忍不住跟边上的妈妈提要求:“我们班上好几个同学都有,我也想要。”

这位已经得到“明确暗示”的妈妈吴女士告诉记者,女儿早在一个月前就已经开始“唠叨”想要个儿童机器人了。“我也做过一些了解,这款机器叫‘乐迪’,是一部卡通片的衍生产品。能跟孩子互动,内置一些早教资源,女儿幼儿园班上确实有好几个孩子都有‘同款’机器人。”

据该店的导购张小姐介绍,从总体来看,儿童机器人功能大致可分为教育、游戏与陪伴三种。定价方面,功能简单的儿童机器人最低也要300多元,而价高者可以达到5000元以上,可以说儿童机器人是早教产品的“贵族”。比如这款乐迪机器人售价接近2000元,不过很多家长还是很愿意给孩子购买。

张小姐告诉记者,今年以来,儿童机器人在宁波家长和孩子的关注度明显提升。“就拿这几天来说,有不少人一进门就来问有没有机器人。我们也将店里两款主力儿童机器人放在显眼位置,做重点展示。5月份以来,每周销

售额近2万元,同比去年增长至少30%。”

而正在进行儿童节主题促销的各大电商平台上,儿童机器人的热度更高。

在淘宝平台上,记者输入“儿童机器人”,弹出了多条搜索结果。从价位来看,有500元-700元和1500元-2000元两个主流档。一款名为“启蒙号”的儿童机器人,售价699元,近30天销售近500台;而另一款360儿童机器人,售价1099元,近30天销售近200台。

在京东平台上,儿童机器人也成为近期热点。好评率高达96%的一款AR版360机器人售价1499元,已经累计售出1263台;而上述“爆款”机器人乐迪在京东平台上也已经累计售出100余台。

记者从京东等电商平台了解到,从2015年下半年开始,针对儿童的这种陪伴型智能机器人就火了起来。多数产品都主打早教学习、娱乐互动、远程监护、沟通记录、智能拍照等多重功能。购买陪护机器人的大多数为80后为主的年轻群体。80后对下一代的教育有两个鲜明的特点:其一是婴幼儿智能启蒙教育,其二是场景式陪伴。



儿童陪护机器人让孩子们着迷。记者 朱锦华 摄

家长担忧

就怕孩子着迷刹不住车

前不久,80后张先生给自己4岁的儿子买了一个儿童陪伴机器人,谁知道买来后儿子爱不释手,简直入迷了。购买的原因其实也挺简单,这款机器人主打的功能是看护、陪伴和早教,而张先生是一家互联网公司的部门主管,平时工作很忙经常加班,孩子的妈妈也有工作,陪儿子的时间非常少,大部分时间孩子主要由奶奶照看。当时在展会看到这款机器人时,觉得挺实用,手机App端一键就可以视频,能远程操控看孩子,陪着学习玩乐,价格也不贵,当场便买下了。

谁知道孩子玩起来竟有点“刹不住车”,每天乐此不疲地跟机器人问答、游戏,相比之下,孩子似乎更喜欢听机器人的话。这让张先生哭笑不得,似乎当年自己盯着电脑一动不动的岁月重现了。不过好在机器人有智能提醒功能,隔一段时间就提醒孩子注意休息,张先生在自己手机上也可以进行伪装提醒。

张先生说,等孩子玩腻了这个机器人,也许就不会再那么沉迷了。不过,他以后再给孩子购买机器人的时候就要慎重一些了。

专家提醒

不可太依赖儿童机器人

教育专家对这种高大上的儿童玩具怎么看?记者为此采访了宁波乐高活动中心一位资深的儿童教育专家王老师。

“儿童陪伴机器人的目标用户是00后乃至10后群体,他们的父母绝大多数正是80后甚至90后职场主力军。新生代的父母更加乐于接受新鲜事物,并且更加注重对孩子教育的投资。另外,许多家长大部分时间都需要放在工作上,能陪伴孩子的时间不多,因此儿童陪伴机器人所宣传的‘场景式陪伴’功能也很好地贴合了用户需求。”谈到儿童陪护机器人的前景,王老师是这么理解的。

他表示,现在即便是生活在一起的父母和孩子,他们之间交流的机会也偏少,而智能机器人可以借助网络打破空间的界限,营造一种更有科技感的陪伴体验。“儿童成长最大的痛点是缺少父母陪伴,陪护机器人能弥补孩子孤独成长的遗憾,具有情感替代作用,与此同时也解决了父母工作和家庭难以两全的矛盾。”

但是他也建议家长们应该适当地引导孩子。“终究,我们的教育反对的不是机器,而是沉迷于机器,关键看怎么去把握尺度了。”王老师说。

记者 朱锦华 史妮超

用户体验

没有想象中那么智能

半年前,随着18个月大的儿子开始牙牙学语,85后奶爸何先生开始打起了儿童智能机器人的主意。

“经常会看到一些推送,介绍儿童智能机器人。”经过对市面上几款主流儿童智能机器人的对比,何先生最后购买了360研发的一款机器人产品。但是在经过一段时间的实际使用后,何先生坦言,机器人并没有发挥出他预想中的陪伴作用。

何先生告诉记者,自己最终选择购买的这台机器人,宣传的噱头就是语音聊天回答、语音指令,此外,还包括亲子视频、讲故事、学英语等功能。但在实际使用过程中,最吸引人的语音聊天问答、语音指令等交互性能表现却很弱。

“语音识别力比较差,且不说刚学会说话的孩子,语言表达比较模糊,因此机器对孩子语言的识别力低,哪怕是我们大人说的话,一些诸如‘声音小一点’的简单指令也经常听不懂。”何先生觉得,目前市面上主流的这些儿童智能机器人,只有基础的语音指令设置,通过语音关键词进行判断,再去特定的资源库查找,交互性能表现较弱。

在何先生看来,缺少了表现稳定的交互性能,互动单一,所谓的儿童机器人实质上更像是卡通包装的“平板电脑+故事机”。

“这台儿童机器人的内容设置确实非常丰富,涵盖儿歌、故事、百科、古诗、动物认知、算数、音乐、成语等16个类目。但基本形式就变成了你放我听、你教我说,已经谈不上是教育型的智能玩具了,而更像是换了形状的故事机或平板电脑。”

而“同质化”,则是何先生在最初的选购阶段的一大感触。“都是相似的卡通造型,功能都是主打娱乐互动、远程监护、视屏沟通、讲故事、动画片等,且功能重复的现象较多,具有独特性的产品数量相对较少。很容易让人产生‘选择困难’。”

