

众包,数据采集“老师傅”的新通道

中经记者 杨让晨 李正豪 上海报道

具身智能的数据生意,在“拼数量”的同时,开始更具体地“拼场景”。

在上海的一家五星级酒店内,保洁阿姨张菲(化名)正在整理床铺。与往常不同的是,这一次,她的头部和手腕都佩戴了设备,用来记录工作过程、采集具身智能数据。

随着数据需求细化,数据采集商需要找到的,不只是愿意佩戴设备的人,还有能够进入特定场所、掌握特定技能的人,换言之,数据采集商需要的是“老师傅”。

觅蜂科技董事长兼CEO姚卯青日前接受包括《中国经营报》在内的媒体记者采访时表示,部分客户已经提出千万小时级的数据需

从“工厂数据”到具体工序

如果希望模型面对没有见过的环境和任务也能工作,就需要在预训练阶段接触更多不同场景的数据。

“去年上半年,不少需求还在一万小时左右;去年年底,有的达到20万小时;今年,百万小时成为更多公司提出的目标,部分客户进一步提出千万小时级的需求。”姚卯青告诉记者,近年来,具身智能行业对数据的需求开始变化。

不过,这些数字反映的是客户提出的数据需求,并不意味着相应规模的数据已经完成交易或交付。与需求量一起变化的,还有客户希望购买的具体内容。

觅蜂科技副总裁殷哲告诉记者,早期客户可能只要求“工厂数据”,在工厂搬箱子也能满足这一宽泛分类;如今,需求可能细化到电机生产线上拧螺丝。供应商需要找到特定工厂、生产线和工序,才能组织采集。

场景越具体,采集前需要解决的问题就越多。殷哲举例称:进入食品厂,要考虑设备是否符合现场要求;采集员工的工作过程,需要场景方同意;若客户需要海南采椰子的数据,还要解决设备如何送达、当地谁来采集的问题。

求,市场供给与需求之间仍存在较大缺口。与此同时,客户对场景的要求也在变得细分、专业,仅靠企业自身拓展,难以快速覆盖分散在不同行业中的操作技能。

在此背景下,众包成为数据供应商扩大采集范围的一种选择。今年8月底,人形机器人企业Figure推出名为Index的众包平台,通过收集真实世界中的日常任务数据,训练其人形机器人。今年9月,觅蜂科技也推出了众包平台觅蜂派,希望让更多人通过佩戴设备记录操作过程,参与机器人训练数据的采集。

从公司组织团队进入场景,到一线劳动者参与采集,众包能否补上具身智能的数据缺口?在不断增长的小时数之外,场景获取、人员组织与交付成本,正在成为这门生意需要回答的问题。

过去,这些工作主要依靠公司团队逐一联系、询问能否进入采集。在姚卯青看来,这种方式效率有限。修水管、修车等技能分布在不同职业人群中,公司很难仅凭自身力量逐一覆盖。而众包平台希望找到的,正是原本就会做这些事、能够进入这些场所的人。

为什么记录人的操作,可以用于训练机器人?姚卯青解释,如果只是让机器人在固定场景里叠好衣服,使用该机器人的真机数据训练,效果更直接。但如果希望模型面对没有见过的环境和任务也能工作,就需要在预训练阶段接触更多不同场景的数据。

按照这一思路,记录人类操作的无本体采集与真机采集承担着不同任务:前者无须操作机器人,由人佩戴设备记录作业过程,帮助模型学习通用的环境和动作规律;后者则用于提升机器人在具体任务中的表现。

觅蜂派试图通过众包方式扩大的,主要是前一类数据的采集规模与场景覆盖范围。

让掌握场景的人参与采集

一线劳动者既是任务执行者,也可能成为新场景的提供者。

从平台上的一个任务,到一份可以交付的数据,中间需要有人进入场景、完成操作并通过审核。

记者注意到,目前觅蜂派App设置了22大类场景,包括物流、仓储、住宿服务、教育、养老照护、餐饮、零售、农业生产等,可供数采员选择的任务有5000多个,既有取放、整理、搬运等通用操作,也有装配、检修、照护等专业任务。

这些分类和任务展示了平台希望覆盖的范围,实际采集仍处在逐步铺开过程中。据觅蜂科技介绍,近一个月的内测期间,平台注册用户达到2万人,累计产生1.3万份任务提交。

觅蜂科技觅蜂派业务总经理张智富告诉记者,正式发布前的一个月,MEgo设备更多给到了媒体、员工家属进行内测,并未过多发放给普通众包用户,但线上申领设备渠道已开通,后续会持续探索供需匹配。

对于参与者而言,任务收益是加入平台的直接动力。记者在觅蜂派App中看到,不同场景、不同操作任务的报酬存在差异。例如,在农业生产类的苗圃场景中,“苗木养护记录填写”任务页面标注的价格为30元,时间范围为2至90分钟;“育苗工具清点归位”标注的价格则为6.67元,时间范围为2至20分钟。

小时数之外的生意

客户关注的不仅是数据有多少小时,还包括不同批次的数据能否保持相对一致的质量,供应商能否按需求持续交付。

场景和任务不断增加之后,平台还需要决定:哪些数据值得采集,采集来之后卖给谁?

姚卯青给出的办法是“以销定产”。“先汇总订单,判断已有库存能否满足,再根据订单价值和可调配的资源安排采集。同类任务认领完成后,不再开放重复采集;对较难进入的场景,则增加相应激励。”姚卯青告诉记者。

按照这一思路,平台采集什么、为何些任务增加报酬,将更多取决于客户订单及场景获取难



数据采集商需要找到的,不只是愿意佩戴设备的人,还有能够进入特定场所、掌握特定技能的人。

视觉中国/图

42岁的网约车运营人员李国英是内测的早期参与者之一。她第一次戴上MEgo采集设备,记录了浇花、擦玻璃、整理桌面和文件的过程,约15分钟后上传数据,通过审核获得任务收益。此后,她开始利用下班时间,在做家务时完成采集。

为吸引更多人参,觅蜂派发布了1亿元补贴计划,其中5000万元用于任务补贴,2000万元用于设备相关支持,3000万元用于建设线

下服务网络。

不过,将人员吸引到平台,只是组织采集的第一步。如何让任务找到合适的人,仍需要进一步匹配。

张智富表示,目前用户看到的任务基本相同,未来平台计划结合职业和历史做单行为分发任务,并引入场景自主申报机制:参与者先提供自己掌握的场景资源,由平台审核、匹配需求后组织采集。

这也意味着,一线劳动者既

是任务执行者,也可能成为新场景的提供者。同样是农业操作,不同作物、工序和环境对应的采集需求并不相同,仅靠平台工作人员列举任务,难以覆盖真实工作中的各种情况。

针对产业场景的进入问题,觅蜂科技还宣布发起“场景数据联盟”,连接场景方、采集网络、机器人及模型企业,提前积累可进入的场所和合作关系,在具体需求到来时组织采集。

Muse火了,中国适合做吗?

中经记者 李昆昆 李正豪 北京报道

Muse火了。Sensor Tower数据显示,Muse上线约两周后下载量已经超过250万次;另一家

Muse迅速走红

传统聊天机器人仅负责回答提问,判断与执行仍由用户完成。而Muse接收目标后自行拆解步骤并动手:浏览网页、填写表单、发送邮件、预订餐厅、网购下单、安排行程。它可连接邮箱、日历、Spotify、Instagram、OpenTable等第三方服务,付款环节接入Stripe旗下Link,后续将整合Shop Pay。

以往人们使用ChatGPT时,AI更多承担的是“信息处理者”的角色。用户提出问题,AI检索信息、分析内容或者生成文本,最终仍然需要用户完成后续操作;而AI Agent希望把这条链条进一步向前推进。例如,用户不只是让AI“告诉我哪张机票最合适”,而是让它搜索航班、比较价格、完成预订,在涉及支付或者其他敏感行为时再交由用户确认。

Apptopia数据显示,超过95%的Muse用户同时是Facebook用户,63%为Instagram用户,引流路径与Threads早期高度相似。摩根大通分析师道格·安穆斯把40亿用户覆盖称为Meta的“显著竞

争优势”,据此判断Meta处于向消费者推出AI产品的早期阶段,存在“显著上行潜力”。

上海侨贸科技有限公司董事长张礼立在接受《中国经营

报》记者采访时表示,Muse不应被看作普通AI聊天产品,它代表美国AI竞争转向个人智能代理与消费入口,目标是让AI能替用户执行任务。

业内认为,Muse能快速走红,靠的不只是模型本身,还包括Meta一直很擅长的几件事——把复杂的技术做成普通人能用的产品,把产品迅速推到大量用户面前,以及理解用户到底喜欢什么、需要什么。德银方面认为,Muse长期变现重点或从订阅转向交易佣金、支付和广告,乐观情景下2030年收入超360亿美元。高昂的推理成本仍是规模化挑战,可穿戴设备和企业智能体有望进一步扩大Muse的使用场景。德银维持Meta“买入”评级,并将目标价从750美元上调至820美元。

不过,AI从对话走向行动会带来风险:简单授权下系统可自主操作,模糊边界与责任。张礼立认为,Muse短期会受到关注,但长期成败取决于能否解决知情、授权、边界、责任问题;AI代理的价值是在人的管控下辅助处理事务,只追求效率而缺乏约束,能力越强风险越高。

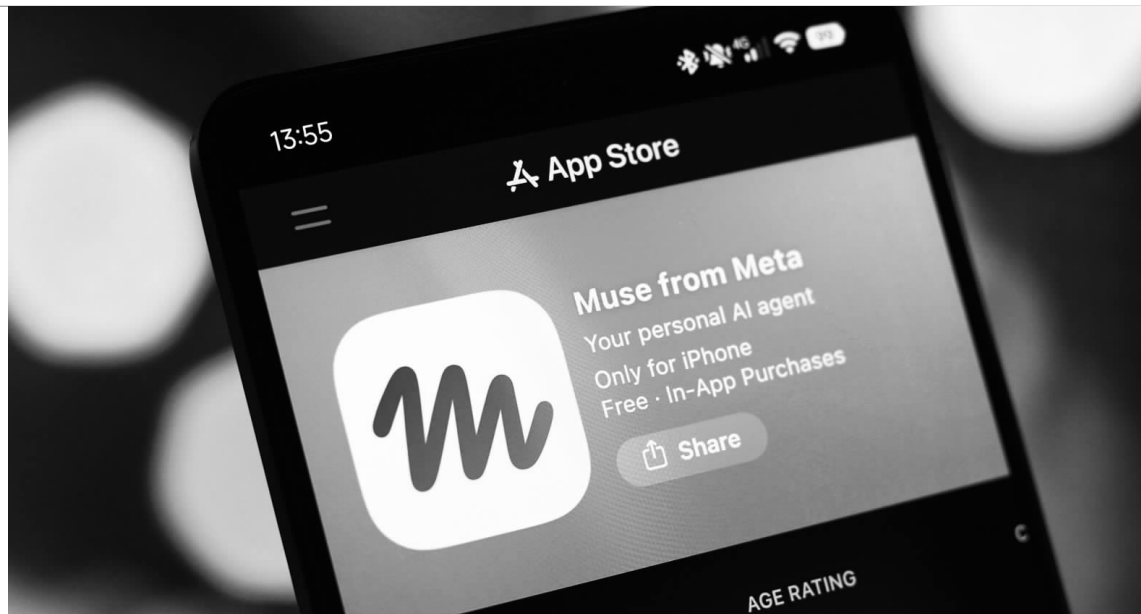
Meta官方给出的案例是,如果你准备请朋友来家里吃饭,Muse可以翻你在Instagram里收

藏过的菜谱短视频,帮你挑菜、列购物清单,还能记住朋友有没有忌口,最后再帮你把邀请发出去。

业内认为,Muse能快速走红,靠的不只是模型本身,还包括Meta一直很擅长的几件事——把复杂的技术做成普通人能用的产品,把产品迅速推到大量用户面前,以及理解用户到底喜欢什么、需要什么。

德银方面认为,Muse长期变现重点或从订阅转向交易佣金、支付和广告,乐观情景下2030年收入超360亿美元。高昂的推理成本仍是规模化挑战,可穿戴设备和企业智能体有望进一步扩大Muse的使用场景。德银维持Meta“买入”评级,并将目标价从750美元上调至820美元。

不过,AI从对话走向行动会带来风险:简单授权下系统可自主操作,模糊边界与责任。张礼立认为,Muse短期会受到关注,但长期成败取决于能否解决知情、授权、边界、责任问题;AI代理的价值是在人的管控下辅助处理事务,只追求效率而缺乏约束,能力越强风险越高。



Muse代表美国AI竞争转向个人智能代理与消费入口,目标是让AI能替用户执行任务。

视觉中国/图

国内开始跟风

据悉,从今年4月起,字节跳动豆包内部已经开始内测个人助理方向的探索产品。据了解,该探索项目当时代号为“Spell”,主要由豆包手机助手团队主导,但由于豆包手机发布的原因,一直未正式对外。

最近,Muse、Instinct等个人助理类产品在海外获得关注与大量下载后,豆包也在加速personal agent能力的对外发布,计划将此前的Spell项目与豆包产品更深度结合。新产品将由Spell项目与豆包对话团队共同负责,预期在不久后会对外推出。

除此之外,北京时间9月30日凌晨,OpenAI在开发者大会上发布全天候智能体Dots。用户可以直接在ChatGPT网页里创建自己的Dot,让它用云端电脑浏览网页、调用应用,同时处理多个任

务;离开聊天窗口后,它也能继续工作,遇到需要确认的事情再来找你。

谈及国内是否适合做类似产品,张礼立认为,中国当然适合做类似Muse这样的AI Agent,但我们没有必要简单复制一个“AI聊天代理”。中国不缺聊天软件,也不缺流量入口,更不缺各种超级App。真正的问题是,这个AI到底解决什么?是让人多一个聊天对象,还是帮助企业、产业、城市和个人在真实场景里提高判断力、组织力和协同效率?美国的AI产品很多是从个人消费、社交入口和平台生态切进去,这是它的优势;但中国的优势不完全在这里,中国最大的优势在于我们有非常丰富的产业场景、供应链场景、生活服务场景和社会治理场景。一个AI Agent如果不了解中国企业怎么

运转、产业链怎么协同、消费者怎么决策、服务体系怎么落地,只是把国外产品形态复制过来,价值非常有限。

“所以中国要做的不是‘中国版Muse’这么简单,而要做真正懂中国场景的智能代理。它不应该只是更会聊天,而要能进入跨境贸易、供应链管理、企业服务、职业教育、健康养老、金融风控、政务服务这些真实问题里,帮助人把复杂信息理清楚,把流程组织起来,把风险提前排除,把决策做得更稳。AI的价值不是替人盲目加速,效率提升也不一定天然正确,关键是方向对不对、边界清不清、责任谁承担。未来中国真正有机会的AI Agent,一定不是简单把流量变成入口,而是把场景变成能力,把工具变成服务,把智能真正嵌入实体经济和真实生活。”张礼立说。