

## 一、人工智能技术和人工智能的区别

1、??你应该知道，人工智能和人类智能，是有本质区别的

2、其实人工智能是依靠逻辑(人工编程)进行高速的运算和执行程序指令的能力，人类智能是思维与联想和创造的能力，二者有本质的区别。所以，人工智能的本质是对人思维的信息过程的模拟，是人的智能的物化。尽管人工智能可以模拟人脑的某些活动，甚至在某些方面超过人脑的功能，但人工智能不会成为人类智能而取代人的意识。

3、可以理解为人工智能本质上是对人类智能的功能模拟，二者虽然存在着一定的相似之处，但由于其思维的物质承担者不同。在智能活动中的地位 and 思维程序也不同，所以有本质的区别。人工智能没有人类智能所特有的创造性和社会性，只不过是人类智能的延伸，至多只是部分地超越人类智能，在整体上是不能最终代替和战胜人类智能的。

4、那么人工智能都是在模仿人类智能，人工智能是在不断进步的，但在总体上并未超过人类智能。在语言、思维和文化层级上，即在高阶认知层级上，目前人工智能都远逊于人类智能，事实上，人工智能和人类智能这两种智能方式是截然不同的。机器学习也只是对人类认知能力的一种模仿，不能作过高的评价，人们不必惊慌，更不能人为地制造恐慌。

5、最终人类智能是自主智能系统，除了理性智能之外，人类还具有难以评定的感性思维。通俗来说，人类会通过情绪爆发出不同层级的不同方向的能量，人类对事物的研究，看法，判定从来都不是以理性为唯一。人工智能在现阶段还只处于理性智能，它们能处理大部分数学逻辑能判断的事物。

6、我们人类会按照需要对各种情况进行判断，包括按人类道德去思考和判断事物，而人工智能只会按照最优化处理逻辑去思考做事。人类是现实思维，有主观能动性，机器是固定思维，无法开发出自主情绪，即使现在有一些机器能表达情感，那只不过是人类写入的场景与应对系统，并不是真正的主动情绪。

7、从人类智能和人工智能的起源方面看，二者有本质的不同，人类是在自然界长期演化发展的特定阶段产生的，人类的产生并不单纯是生物进化的结果，劳动在这个进化过程中起着极为重要的作用。

8、具有模拟人类思维的人工智能，只是人类在现代科学技术条件下的重大发展，它是按人类智能的思维方式由人创造和发展而来的，是人类运用数学、逻辑学、电子学、软件设计等知识设计出来的为人类服务的工具。虽然它能部分代替了人脑的

功能，而且越来越成为人脑在功能上不可缺少的辅助手段，但它仍属于人工自然的范畴。

9、人工智能是形式化的方法，是严格遵循一定规则的“思维”。人工智能在逻辑思维、信息存储量、执行速度等方面一般来说要强于人类智能，但人类智能的思维方式是多样化的，不仅有科学思维的逻辑方法，而且还有人工智能所不及的非逻辑方法，人类在形象思维、直觉思维、创造性思维等方面都有其独到之处。

10、科学家通过机器实现智能的方法，跟人脑实现智能的方法、途径是不一样的，但是二者的目标是一样的，科学家会用机器擅长的方法去做，这是目前实现弱人工智能技术上的一条路径，不管科学家使用什么样的方法，计算机科学或者仿生学，都是使用和人脑不一样的方法实现相同的效果。

## 二、人工智能教育股票

1、长安汽车000625：人工智能龙头股。到2025年，车载功能实现100%语音控制。

2、华西股份000936：人工智能龙头股。

3、科大讯飞002230：人工智能龙头股。

4、高乐股份002348：人工智能龙头股。

5、中科创达300496：人工智能龙头股。公司在通信协议栈、操作系统优化、系统安全、图形图像处理、人工智能算法等领域均形成了自有IP和核心关键技术。

6、深大通000038：2017年6月，公司经营范围增加人工智能的技术研发。

7、中兴通讯000063：在人工智能领域，中兴通讯已与全球数十家领先运营商及合作伙伴开展深度合作，并积极参与AI技术与产业融合的开源平台Acumos项目，与合作伙伴共同探索AI能力开放，促进AI应用的共享和普及。

8、中国长城000066：2018年3月18日下午消息，中国长城、百度宣布联手构建自主可控人工智能平台，建设人工智能全球创新网络。

9、厦门信达(000701)：“阿里云Link城市物联网平台认证合作伙伴”，与阿里巴巴团队共同开发全球首家人工智能服饰数字化概念店项目，深度参与智能硬件设备及后仓智能拣货方案的设计研发，公司也是小米科技的NFC标签产品供应商之一；

10、创维数字(000810)：继创维集团与百度在AI领域等达成深度合作之际，2018年4月16日，致力于打造“智慧家庭”生态链的创维数字，携手百度，推出首款围绕电视大屏生态的人工智能交互产品——创维小派电视智能音响。

### 三、人工智能方面的编辑审核标识是什么

1、人工智能方面的编辑审核标识是一种用于标记和审核人工智能生成内容的机制。它可以是一种特殊的标记或标签，用于指示该内容是由人工智能生成的。

2、这种标识的目的是让读者或用户知道该内容可能不是由人类创作或编辑的，从而提醒他们对内容的真实性 and 可靠性保持警惕。

3、编辑审核标识有助于确保人工智能生成的内容不会被误认为是人类创作的，同时也有助于提高内容的透明度和可信度。

### 四、ai绘画是什么标签

是一种计算机生成绘画的方法，它使用人工智能算法来创作绘画。AI算法通过从一组训练图像中学习来创建一幅画，然后根据训练图像的风格创建一幅新画。AI绘画使用人工智能算法创作的画作不仅美观，而且表现出一定程度的创造力和自主性。

### 五、人工智能标签什么含义

智能电子价签这个产物最初就是替代纸质标签而诞生的。在法国60%的价签都换成了电子的，国内的渗透率大概只有10%。

此时你可能会说是因为国外的人工贵，所以都使用电子价签；国内的人工成本低，所以使用人工替换价格标签，也不麻烦，成本上也差不多。其实人工成本只是一部分而已，更重要的是在于云平台，这才是营销的关键。

作为商场，最大的盈利来源就是客流，其次是让现有的客户买更多的商品。

地理的环境不仅限定了商场的客流，而且加上网上销售和送货上门也只能服务有限范围的客户。所以，关键是让消费者来一次就多购买才是真本事。

如何来营销客户就变得极为重要了，比如把促销商品呈现在客户前面，还有价格可以随时调整促销。连锁生鲜卖场钱大妈就是这么干的，按时间段来促销，不停的调整商品价格。

此时如果使用智能电子价签，就变得简单了。

由于成本较高，电子价签最初仅在物美、屈臣氏、苏宁等部分卖点进行试点，你想想纸质的标签多少钱，加上打印机也很便宜，而且，即便是用了电子价签，还是要工作人员一个个去核对，有这个功夫，干脆直接用人工帖上去不就可以了吗？

国内前期由于电子价签成本较高，仅仅在物美、屈臣氏、苏宁等部分卖点进行试点。当时的背景下人工成本和打印成本都不高，云平台功能也不算强大，所以其实大家觉得有点鸡肋。

现在有所不同了，不仅各项成本以及人工成本每年逐渐增加，智能电子价签的云平台系统功能越来越强大，能实现更多方式的管理以及促销。

首先，很多行业都开始实现数字化、智能化、无人化操作，这是一个大趋势。所以说电子价签渗透率提升只是一个时间问题。

其次，现在是线上和线下同步的时代，电子价签就可以做到这点，线上价格修改，线下电子价签同步更新。

最后，商超可以通过电子价签启用大数据分析，什么商品、时段、节假日等等受客户喜爱。以便后期做促销的时候更加精准。

使用电子价签后，商家不仅可以实现一键调价，灵活展开促销活动外，还可以自定义编辑二维码,自主配置营销活动,精准促进转化。在仓储和物流环节电子价签可以让店员更快速地定位到商品货位。

这就要说到电子价签背后的管理系统。

电子价签系统一般分四个部分组成，分别是电子价签，移动PDA、蓝牙基站和云平台。

电子价签是一般选择电子水墨屏，它和普通的纸差不多的反射的反射率和对比度，视觉上和纸无异，可以在不需要持续通电的情况下，保留原先显示的文字和图片。这使得电子墨水屏标签静态显示无功耗，电池使用寿命长，云里物里的电子价签电池可以使用5年以上。

目前底层通讯协议的主流选择有4G频段私有通讯协议、蓝牙通讯协议和ZigBee无线通讯协议，在特殊场景还选择了LoRa无线通讯协议、433MHZ无线通讯协议、红外传输通讯协议，主要用于实现电子价签的集体变价。

由于WiFi的功耗太高，一般选用BLE（低功耗蓝牙模块），选择蓝牙模块，不仅有定位功能，也就是可以更好的精准定位，可以运用在仓库和卖场。如云里物里的电子价签就是使用蓝牙5.0技术的通信协议。

加上蓝牙普及率高，比如可以通过手机终端就可以对接到电子价签，方便现场工作人员现场确认价格。

未来电子价签的作用和应用范围都将被极大的提高。尤其是电子价签添加二维码，可以直接把消费者从线下体验拉到线上。

目前，电子价签主要应用范围还是在新零售实体店、生鲜超市、超市大卖场、传统连锁超市、精品专卖店、便利店、珠宝店、美妆店、家居生活店、3C电子店等卖场。根据数据，电子标签在零售领域占比高达85%，智能办公占比在5%，其他领域也有不同程度的渗透应用，市场占比约为10%。

未来还将在会议室、仓库、药房、工厂、物业管理等业态中渗透，在其它的应用场景也正在逐渐扩展智慧解决方案。比如云里物里在智慧医疗方面，电子纸显示已经应用在床头卡，药盒标签等等。