



全球手机销量放缓 “华米OV”各有高招

本报记者 张心怡

据IDC统计,2019年第一季度,全球智能手机出货量同比下降6.6%。面对增长放缓的手机市场,以华为、小米、OPPO、vivo为代表的国产手机品牌或是以标志性的功能产品提振销量,或走出国门寻找蓝海市场,或推出独立品牌进行差异化竞争,或切入相邻赛道与手机互为应援,展现了多元化的应对策略。

首发技术吸引眼球

2019年第一季度,华为手机出货量达到5910万台,同比增长50.3%,超越苹果成为全球销量亚军。由于三星出货量同比下降8.1%,华为与三星在市场份额的差距缩减至4.1%。同样实现两位数增长的还有vivo,第一季度出货2320万台,同比增长24%,市场份额同比上升1.9%。

华为和vivo何以实现“逆市增长”?赛迪智库信息化与软件产业所助理研究员钟新龙向《中国电子报》记者表示,出色的综合素质、合理的产品战略布局以及竞争对手销量不振带来的市场空白期,都是华为、vivo销量增长的动因。

以华为为例,标志性的首创技术已经

成为每一代旗舰机的最大卖点。2017年旗舰机Mate10系列搭载全球首款内置NPU的AI处理器麒麟970。2018年的旗舰机P20系列首发后置三摄,随后发布的Mate20系列搭载全球首款7nm SoC麒麟980,全球首发无线充电技术,采用标志性的“超跑之眼”徕卡三摄;今年4月发布的华为P30系列又引入潜望式摄像头,P30 Pro采用全球首款超感光徕卡四摄,支持5倍光学变焦、10倍混合变焦以及最高50倍数字变焦。今年4月,P30和P30 Pro在中国区实现了210万台销量。钟新龙表示,P30强大的拍照性能受到国内和欧洲市场的普遍好评,是本季度推动销量上涨的重

加速进军蓝海市场

2019年第一季度,印度智能手机市场出货量达到3210万部,同比增长7.1%(IDC数据)。小米出货量排名第一,vivo、OPPO、realme占据3~5名,印度市场逐渐成为智能手机的必争之地。

印度是国产手机出海的一个销售重点。Gartner资深研究总监吕俊宽向《中国电子报》记者指出,国产手机在技术、硬件、软件、成本方面都已经具备国际市场的竞争优势。相对的,印度手机品牌注重营销而非产品,产品竞争力逐渐落后于中国品牌而失去市场。钟新龙也指出,作为13亿人口的大国,印度具有庞大的消费市场,是国产品

牌出海的重要蓝海。对于人均GDP为2036美元(国际货币基金组织统计)的印度消费者,价格实惠的入门到中端手机更具吸引力,而性价比正是国产品牌的杀手锏。

国产手机在印度市场的优势,也得益于本地化、多元化的经销策略。小米推出本地化定制机型,与分销商合作开拓线上渠道,并围绕手机业务推出IoT服务,优化小米在当地的软件体验;vivo也推出了本地化产品,与线上线下渠道商紧密合作,扩大品牌基础。

除了印度市场,巴西、欧洲也成为手机出海的热土。据了解,巴西从2016年起成

独立品牌更新赛道

今年第一季度,小米、vivo、OPPO在子品牌动作不断。先是小米子品牌红米正式成为独立品牌,继续主打性价比,小米则将重心移向中高端产线;随后,vivo发布独立子品牌IQOO,主要面向年轻消费群体;进入4月,OPPO主打海外市场的子品牌realme进军国内市场,加入子品牌混战。

三大主力厂商加码子品牌,除丰富产品门类,也提升了销售渠道的灵活性,对于注重专卖店和线下渠道的vivo、OPPO尤为关键。集邦咨询(TrendForce)分析师黄郁璇向《中国电子报》记者指出,vivo子品牌IQOO走线上销售模式,摆脱以往渠道的高成本枷锁,有望通过多元的销售管道强化市场份额。同样,OPPO将扩大行销子品牌realme,摆脱旧有渠道销售模式,转供线上市场,并以印度为中心,向欧亚市

场拓展。

2018年第四季度,小米手机出货量一度同比下滑14%,小米称下滑原因是因为2018年10—12月只发布了两款新机。吸取上个财季的教训,小米在本季度一口气发布了5款新机,其中红米Note 7出货量超过400万台,小米9系列销量超过150万台,短时间内对整体出货量的拉动作用十分明显。根据财报,小米2019年第一季度手机出货约2790万台,环比上升11.6%,同比下跌1.8%。但是,红米销量一直占据小米总体销量约六成以上,第一季度新机销量的主要贡献也来自红米,小米在中高端机型的推进并不顺利。受到海外促销活动的影响,小米智能手机业务毛利率同比下降2.5%。

在财报中,小米用“Challenging”形容2019年第一季度的中国手机市场。今年年

2019年第一季度,华为手机出货量达到5910万台,同比增长50.3%。

要原因。

vivo在第一季度的强势表现,也得益于新功能的开发。Gartner高级研究总监Anshul Gupta表示,显示屏指纹扫描仪、滑动摄像头、快速充电和几乎无边框显示屏等新功能是vivo销量增长的主要动力。

与此同时,iPhone由于定价过高、基带芯片从高通转向英特尔影响手机信号、与高通的专利纠纷等因素,出货量出现较大幅度下滑,这也为竞争对手填补iPhone留下的市场空白提供机遇。钟新龙指出,iPhone仍然是手机产业的标杆性产品,但不可否认,追随者的脚步已经离它越来越远。

国产手机在技术、硬件、软件、成本方面都已经具备国际市场的竞争优势。

为全球第四大手机消费市场。华为巴西公司销售总监纳西门托在华为P30圣保罗发布会指出,巴西消费者看重手机的拍摄功能、存储容量和续航能力,P30系列能够满足巴西消费者需求。华为计划今年下半年与当地制造商合作,在巴西的工厂生产智能手机。在欧洲市场,由于运营商渠道和线下渠道占比较高,小米采取与当地渠道商合作和开店的方式进行经销,OPPO则联合瑞士电信公司合作推出reno 5G版商用手机,由运营商上市发售。据Canalys统计,小米在2018年成为西欧市场增长最快的手机品牌。

三大主力厂商加码子品牌,除丰富产品门类,也提升了销售渠道的灵活性。

初,小米将手机生态链调整为“手机+AIoT”双引擎战略。小米手机是小米IoT设备的智控中心,AIoT在跟随未来技术的同时,也将与小米手机互为助力。钟新龙向记者指出,小米旗下多款IoT产品与米家App互联,手机起到了对智能家居进行中枢管理的作用。如果小米一直将手机作为智能家居的核心大脑,将在5G商用带来的万物互联中建立优势。

雷军曾表示,5G是手机业务的春天。通信行业的技术跃迁,会推动“互联网+”向“IoT+”的技术转变。钟新龙指出,未来一到两年是4G向5G的过渡阶段,具有标杆性科技创新和产品定义的手机新品会起到销量提振作用,率先向5G兼容的性能提升也将刺激消费者的购买意愿,为手机市场带来新动能。

iPad独立,Mac Pro回归 苹果WWDC传递什么信息?

当世界入睡,程序员开始改变世界。在近日召开的苹果2019开发者大会上,苹果在开场视频中就以“While the world sleeps, you dream”致敬每一位加班加点的“996”程序员,也预示了本届开发者大会将继续整合Mac、iPad、iOS等软硬件产品,为用户、开发者、专业人士优化“生产力”。

本报记者 张心怡

分分合合的操作系统

iPad独立,Mac OS 联动

苹果的各个系统正在走向分化,苹果的系统整合能力依旧走在行业前列。

本届大会最“喜闻乐见”的是iPad有了独立的操作系统,iPad终于不用“蹭”iOS了。长期以来,iPad因为缺乏对鼠标、功能键和外接存储的支持,专业App也十分有限,一直被诟病为“放大版”的iPhone。而本届WWDC的一系列更新,让iPad在通往生产工具的道路迈出了坚实的一步。

在操作逻辑上,分屏模式和双屏互动让iPad OS的生产力更进一步。iPad将支持同一应用的分屏模式,例如同时打开两个笔记页面,同时打开两个Safari浏览器等,并优化了双屏互动效率。现场也演示了打开两个邮箱界面并将屏幕左侧邮箱的附件直接抓取到右侧邮箱的操作,这一功能也适用于微软的Word等第三方应用。

在设备扩展上,iPad OS终于支持USB和SD卡外接,同时iCloud Drive也支持文件夹分享,对办公的友好程度上了一个档次。

在文档编辑效率上,iPad OS增添了触控手势,改进了Apple Pencil。iPad OS支持三指复制、三指粘贴。这项功能在现场演示中很像用户将选定的文字抓起再放入新的位置,如果粘贴错误,三个手指在屏幕上一划就可以撤销。Pencil的延迟从低于20毫秒优化到9毫秒,重新设计了PencilKit API,以支持Pencil在第三方应用的使用。

相比iPad的独立,Mac OS新版本则增强了与iPad和iPhone的联动功能。通过Sidecar功能,iPad将变成Mac的扩展屏,实现屏幕共享和桌面扩展;而Catalyst功能,会帮助开发者将iOS App输出到Mac OS,这意味着针对iPhone开发的应用可以方便地扩展到Mac和iPad系统中,无疑是开发者的福音。

呼声已久的“黑化版”iOS 13也在本次大会如期上线。开启后,iPhone的操作界面和原生应用会进入黑暗模式,有利于保护视力和续航,据悉这项功能正在与第三方应用适配。为保护用户数据隐私,iOS 13推出了“Sign in with Apple”功能,在登录第三方App时,苹果会为用户生成随机的虚拟邮箱,保障用户的邮箱信息不会被第三方获取。在性能上,新版iOS的Face ID面部解锁速度提升了30%,更新启动速度提升两倍。

不难看出,苹果的各个系统正在走向分化,不仅iPad OS独立,Apple Watch也嵌入了独立的App Store,两条产品线进一步摆脱了对iOS和iPhone的依赖,为专用功能和定制化App的开发提供空间,也让消费者拥有更多的选择余地;而多屏联动与Cata-

lyst的引入,又增强了不同屏幕、不同系统之间的协同效应,拓展了产品的边际和生产效率。苹果的系统整合能力依旧走在行业前列。

从“垃圾桶”到“刨丝器”

最强Mac Pro回归

本届大会,苹果发布了新一代Mac Pro。苹果正在以工作站级别产品,冲击高端专业市场。

本届大会,苹果发布了起价5999美元的新一代Mac Pro。在外观上,Mac Pro机箱放弃了“垃圾桶”设计,采用方形大机箱,由于主机和显示屏布满散热孔,解锁新昵称“刨丝器”。在配置上,Mac Pro采用28核Xeon处理器,32G内存、256GB硬盘,Radeon Pro 580X显卡,12个DIMM插槽可提供最高1.5TB的2933MHz DDR4 ECC内存,参数相当惊人。

针对视频工作者需要,苹果还提供了能每秒处理60亿像素的Afterburner加速卡,支持同时播放3个8K或12个4K视频流。与Mac Pro一起推出的还有一款Pro Display XDR 6K显示屏,采用32英寸LCD屏,分辨率6016×3384,10bit面板,2000万像素,起价4999美元。苹果正在以工作站级别产品,冲击高端专业市场。

再次落空的AR眼镜

或将与AR OS一起诞生

AR开发平台将成AR操作系统诞生的沃土,苹果ARKit与谷歌ARCore是成熟度最高的AR平台。

自从苹果上线ARKit,每次发布会或开发者大会前夕都会传出对苹果AR眼镜的种种猜测。本届WWDC,苹果依旧没有透露AR眼镜的相关进展,但专利和人事调动显示,苹果未曾中断对AR设备的开发。

现场,苹果更新了ARKit,优化了人物遮挡、动作捕捉、多人面部识别等新功能,还公布了针对3D内容集成和创建的RealityKit与Reality Composer。Minecraft团队现场展示了AR版Minecraft,可将玩家完美融入游戏场景中,展示人员大喊“看,我在Minecraft里”也引起了现场的阵阵欢呼。

专家指出,AR开发平台将成为AR操作系统诞生的沃土,而苹果ARKit与谷歌ARCore正是成熟度最高的两个AR平台。从iPad喜提操作系统来看,一旦苹果发布AR眼镜,针对AR独立设备的操作系统也有望上线,带给AR开发者不同于手机的全新体验。

