

HTC二度押宝VR

本报记者 杨帆

近日,HTC在其官方推特上发布了一张宣传图,图上预告将在5月11日至12日期间举办VIVECON2021活动,HTC Vive中国区总裁汪丛青转发并附带标签“#XR #VR #Vive”。这引得不少人猜测HTC将发布一款面向企业市场的VR头显。二度押宝VR的HTC,从消费市场向企业市场的转型之路能否成功?



调查报告显示,HTC勉强强保住“二当家”位置,在消费级VR领域的份额进一步下滑到16.51%(-0.73%)。

消费市场难上加难

2015年HTC推出VR产品HTC Vive,市场反响非常不错,一口气打开了知名度。2018年HTC VR产品卖出了20万套,在VR市场上,HTC的产品无论是口碑还是销量都远远领先索尼和三星。

但2018年Facebook的出现,让HTC在消费级市场的日子越来越难。Facebook推出基于谷歌Day-

dream平台的Oculus GO,且各方面性能、口碑都不错,最重要的是售价仅为199美元(约1319元),而那时的VR一体机售价几乎都在2000元~3000元之间。

由于敌不过Facebook主打低价的产品策略,据IDC报告指出,2018年,HTC单体VR装置的出货量下降了35%。据HTC发布的财报信息显示,2020年

HTC全年营收13.3亿元,同比下滑42.03%,运营利率-110%,税后亏损60.2亿元。

2021年3月,Steam发布的硬件和软件调查报告显示,Oculus一马当先占据了市场六成的份额,且领先优势逐步扩大;而HTC勉强强保住“二当家”的位置,在消费级VR领域的份额进一步下滑到16.51%(-0.73%)。其

中,初代Vive最新份额为12.24%(-0.82%);Vive Pro、Vive Cosmos以及Vive Cosmos Elite的占比分别为2.27%(+0.12%)、1.02%(-0.03%)和0.98%(-0.02%)。

Valve是HTC的首个VR合作伙伴。到2021年3月,Valve在Steam上获得了16%的PC VR使用量,而HTC自己的Vive Cosmos仅占1%。

HTC将自身重新定义,成为一家给合作伙伴提供完整生态系统的企业。

转战企业市场

HTC在消费领域的竞争中似乎被挤出了市场,进而决定转战企业市场。中国电子信息产业发展研究院消费电子产业研究室主任赵燕在接受《中国电子报》记者采访时表示:“在消费领域中,VR硬件产品尚未普及,销量不到千万台。但企业市场的应用范围更广,包括工业、医疗、健康、教育、商贸、军事等领域,市场前景更为广阔。”

之后,HTC陆续推出了Vive Pro、Vive Pro Eye,以及最近的Vive Cosmos。2020年,HTC推出了三款Vive Cosmos衍生产品,分别是:Vive Cosmos基本版、Vive Cosmos XR版、Vive Cosmos精英套装。

其中Vive Cosmos XR版则首次引入高清XR立体透视镜摄像头。通过Cosmos的XR面板,实现高清

晰度的实景画面采集和三维空间重建,使真实世界和虚拟世界看起来更无缝连接。还可以为用户提供VR会议服务,将虚拟的参会者角色及虚拟物品与现实场景融合,为企业提供新的协作选项。

在讨论商业用户需求与消费者用户需求之间的区别时,HTC中国区总裁汪丛青对《中国电子报》的记者表示:“对于消费者用户来说,产品价格和所支持的顶级游戏数量是关键的决策标准。而对于企业而言,通常需要较长的投标、评估周期,包括项目试用,计划预算,如何集成到现有管理系统中,开发满足公司需求的自定义应用程序,以及是否可以提供长期的售后支持。”

“而企业所看重的方面很多,例如产品质量、用户体验、产品的

耐用性、长期使用的舒适性、满足实际应用案例的能力、可管理性、与现有系统/工具/内容的兼容性、供应商的品牌可靠性、售后支持能力、产品供应能力、数据安全性等。”汪丛青表示。

为此,HTC成立了名为Vive Enterprise Solutions的新业务部门,致力于企业VR市场。新部门以企业为中心提供全方位的VR解决方案,包括硬件和软件的服务与支持,提供企业VR解决方案。

与过去仅专注软硬件整合的布局不同,HTC将自身重新定义,从拓展到内容的创作平台的建立,到提供高附加值服务的企业VR整合方案,HTC成长为一家给合作伙伴提供完整生态系统的企业。

近日,HTC还与制造解决方案

商Lattice合作,推出基于Vive Focus Plus一体机的3D可视化方案。据悉,Lattice计划将该方案用于产品组装等制造业场景。Lattice将把XVL Studio技术与Vive商用远程渲染解决方案结合,通过Vive Focus Plus一体机来运行3D可视化程序,让工程师等企业用户在更加立体的VR空间中查看3D设计,实现从2D屏幕向3D立体预览的更快、更及时地切换。

但HTC真的要退出消费级市场吗?答案正如汪丛青向记者表示的那样:“不论是消费市场还是企业市场,对于HTC的长期成功都是及其重要的市场。”相信HTC也将为了满足这两种客户的不同需求,不断专注于技术的研发和推进。HTC将如何布局虚拟现实产业,静待5月11日吧。

液晶面板迎来收官之战?

(上接第1版)老旧线体竞争力将逐渐下降,整体市场竞争非集中化,先进产能更符合新技术需求。

据了解,在此次新产线中,氧化物产品也有一定比例,主要用于高端笔记本和游戏电竞以及后续Mini LED直显和印刷OLED的开发。廖骞表示,TCL华星的竞争策略就是从高端品类,比如高刷新、高分辨、低功耗来切入。

最后一块液晶拼图

IT产品高端化浪潮下,不同类型产品的竞争优劣势有何表现?据廖骞介绍,目前笔记本主流是IPS技术,新建T9会有新的创新。未来超高端市场会有OLED和Mini LED,主流市场以LCD为主。LCD中,VA可弯折可视角度大,因此在电竞有优势,所以LCD市场会以IPS为主、VA为辅。TCL华星的T3线产品是LTPS技术,T2是VA线,可以做曲面显示器。未来T9的加入会给产品规划便利性带来很大提升。

京东方去年收购的中电熊猫南京8.5代线生产TV、IT和手机类产品。此次收购有助于京东方强化显

示器市场IPS市场地位。中电熊猫的氧化物产能若可以被有效利用,将其与自身技术能力相结合,将进一步夯实京东方电竞产品线的竞争力,提高供应能力,为其在电竞这一主力细分市场增长打好基础。京东方在全球笔记本面板市场居于第一位,市场份额为28%,已具备较强竞争力。中电熊猫基于IPS+Oxide的笔记本电脑产品线,其在本产品线具备较强的性价比优势,收购后主要体现在该细分市场的差异化竞争力提升。

据了解,相对于低世代线,TCL华星T9采购最新的曝光机和后端设备,在新技术以及生产14.5寸等主力尺寸上有竞争优势。量产后将为TCL华星贡献更多大尺寸LCD产能,推动其面板业务多元化战略落地。群智咨询预计,到2025年,TCL华星的大尺寸面板产能面积将达到6300万平方米以上,较2021年增长约45%。更为重要的是,其新增产能将聚焦于IT应用,弥补目前TCL华星的短板。

国元证券股份有限公司研究员贺茂飞表示,此次T9项目作为TCL华星在LCD领域布局的最后一块拼图,将重塑IT中小尺寸LCD市

场竞争格局,有利于推动业务和盈利持续增长。

提升全尺寸竞争力

当下LCD整体行业供给侧增速大幅放缓,供需结构保持稳定。“未来扩张的选择权,头部厂商更有优势,因为新增LCD投资已经有了非常严格的限制,T9线里有相当部分也是为未来印刷OLED和Mini LED做准备,并不是完全单纯的LCD。另外随着头部厂商折旧开始陆续到期,整体IT竞争格局已经改变。”廖骞表示。

贺茂飞强调,相较于竞争格局稳定的TV面板市场,IT中小尺寸面板市场集中化程度较低,中国大陆、中国台湾以及韩国厂商市占率相对平均。目前全球可生产IT产品的a-Si/IGZO产线共计55条,特点是运营时间长且以低世代线为主,运营15年以上的产线接近40%,6代线以下的产线达到28条,占一半以上,预计到2025年全球中小尺寸a-Si/IGZO产能将减少约25%。TCL华星T9产线将具备180K/月的产能,其中用于IT产品的产能将达到全球现有市场的15%

左右,量产出货后有望对海外厂商老旧产能形成威胁,提升大陆厂商在LCD领域从大尺寸TV到中小尺寸IT面板行业的行业地位。

从行业来看,液晶面板头部厂商完成了整合并购。京东方完成了对中电熊猫南京8.5代和成都8.6代液晶产线收购,公司完善技术和产品布局,行业竞争优势进一步提升。TCL科技收购苏州三星电子液晶显示科技有限公司60%股权及苏州三星显示有限公司100%股权的事项已完成交割,自2021年第二季度起开始为公司贡献收入和效益。

日韩退出叠加国内整合,行业竞争逐渐有序。群智咨询数据显示,2020年,全球LCD TV面板出货数量为2.66亿台,同比下降6%,出货面积达到1.63亿平方米,同比增长2.1%。在需求波动以及产能持续增加的状态下,从去年开始,面板厂商非常坚决地做出调整,不单纯用大尺寸去解决盈利和消化产能问题,而是去TV化,减少电视产能的分配,寻找TV和IT产能的平衡。

群智咨询研究认为,厂商集中度逐步提高,有望引领面板市场秩序趋于理性和健康,带动面板价格波动趋于平缓。

据微软公司官网消息,当地时间4月12日,微软正式宣布将以每股56美元的价格收购智能语音公司Nuance Communications,交易价值达197亿美元,约合人民币1290亿元,这是微软继262亿美元收购LinkedIn(领英)之后的第二大收购。Nuance究竟是一家怎样的公司?微软斥重金收购,是在布一盘怎样的局?

1290亿元收购Nuance

微软布局“AI+医疗”

本报记者 齐旭

Nuance

是“何方神圣”?

听到Nuance公司,很多人可能并不了解,但说到其公司帮助苹果公司开发的著名应用——Siri语音助手,大家或许对Nuance公司有了进一步的了解。Nuance被网友称为“美国的科大讯飞”,而Nuance在语音识别领域比1999年成立的科大讯飞历史更为悠久。

Nuance成立于1992年,是全球最大的智能语音技术公司,也是语音识别人工智能早期的开发者之一,其语音识别系统广泛应用于各行各业,公司名下有超过1000个专利技术,语音产品可以支持超过50种语言,在全球拥有超过20亿用户,多年来在全球智能语音技术市场占有率稳居第一。

近几年,Nuance不断缩减业务,已经剥离或出售了部分外围业务,2018年Nuance剥离的汽车人工智能业务Cerence在纳斯达克独立上市。据了解,目前Nuance的主要业务围绕在医疗云系统方面,在医疗诊断记录听写、客服电话和语音邮件中使用的语音识别和记录工具等领域具有全球领先的技术优势。公开数据显示,目前美国77%的医院都在使用Nuance的解决方案,Nuance2020财年报告显示,医疗云收入同比增长37%。微软公司将Nuance看成“可信赖的AI软件和云领导者”。

拿下Nuance

是“一箭双雕”?

赛迪顾问人工智能产业研究中心副总经理邹德宝告诉《中国电子报》记者,对微软来说,Nuance的价值点在两个方面,一个是语音技术,另一个是医疗健康业务。

智能语音是未来人机交互的重要入口,很有可能普遍地替代当前主流的键盘交互方式。因此,语音识别和合成技术是几大互联网公司IT巨头的必争之地,也是微软庞大收购版图不容忽视的一部分。

近年来,微软发布了多款AI翻译和语音产品,将AI技术视为云服务业务的主要推动力。微软曾很有远见地意识到语音交互在移动端的能力,并认为Cortana有机会成为下一代人机交互的入口,但Windows Phone的溃败让Cortana失去了最自然的使用场景,输在了移动市场的起跑线上,今年3月31日Cortana正式宣布关闭应用。

苹果也曾将Nuance视为收购目标。据了解,Nuance公司曾是苹果语音识别的基础供应商,是苹果语音助手Siri的“大脑”,帮助Siri能够听到和理解用户的要求。除Siri外,苹果过去还使用Nuance技术在Mac上进行语音识别和语音转文本功能。苹果首席执行官蒂姆·库克曾多次对外表示,该公司极其重视人工智能与健康服务的结合。微软此次收购算是断了其他巨头获得Nuance技术的念头。

除了在技术层面,微软收购

Nuance也是着眼于其医疗云业务层面的关键举措。

邹德宝告诉记者,微软多年来试图进入医疗保健领域,向医院和医生销售更多的云软件服务。此次收购并不是微软和Nuance的第一次“接触”,早在2019年,微软就曾和Nuance合作开发一项“医生与病人的就诊记录对话采集技术”,帮助临床医生获取患者讨论话题并将它们整合到电子健康记录中,并将Nuance的产品结合到其用于远程医疗预约的Teams聊天应用中,或者将其作为Azure云业务的一部分独立提供。

可以说,本次收购将为其横向多元化发展“AI+医疗”领域提供增长驱动,并将加速医疗保健行业的数字化进程。

微软中意的“AI+医疗”

市场有多大

据著名研究机构Omdia预测,2025年医疗AI软件市场将从2019年的8.23亿美元增长到100亿美元以上。

微软公司表示,2020年(新冠肺炎疫情)全面展示出快速变化和不断增长的医疗保健行业需求,微软于同年推出了微软医疗保健云服务。

推想科技创始人兼CEO陈宽此前在接受《中国电子报》记者采访时说:“医疗是非常适合通过技术去改造产能和内部生产架构的行业。任何成功的AI企业都要重度垂直才有可能扎到深处去实现产业的改造。”

同时,云作为数据存储和计算的关键载体,将极大承载医疗健康行业AI+大数据发挥潜在价值。

“AI”“云”“医疗行业服务能力”,微软通过收购Nuance集齐了发展医疗健康行业的三大关键元素。正如微软首席执行官萨蒂亚·纳德拉所说:“人工智能是技术的重中之重,而医疗保健是其最紧迫的应用。我们将与合作伙伴一起,将先进的AI解决方案交付世界各地的专业人员手中,以推动更好的决策并建立更有意义的联系。”

看到AI医疗背后的巨大可挖掘的价值,不光有微软,苹果、谷歌等科技巨头在该领域也是动作不断。

2017年,苹果公司与斯坦福大学合作进行一项研究,以了解Apple Watch的传感器是否可以检测到心脏异常,苹果为此收购了25家AI公司,其中有不少是专注于心脏方面研究的公司,包括健康数据服务公司Glimpse和睡眠管理服务公司Beddit。

2018年,谷歌申请了一项名为“诊断有效工具”的发明专利,该软件应用被健康管理提供者用于查看患者的病史,并输入关于患者的病情或症状的发现。同年,谷歌还开发出一种可识别药物蛋白质晶体的AI系统,宣称准确率可达94%。原理是基于AI的医学成像,依靠大量的医学病例数据来训练其算法,通过对给定数字图像中的图案进行严格的分析,成像算法可以得出度量标准和输出,协助放射科医生进行分析。

