



欧盟统一充电接口 苹果有点不高兴

本报记者 杨鹏岳

是否统一手机等设备的充电接口,对于欧盟而言,这一持续十年的争议性问题终于有了定论。6月7日,欧洲议会和欧盟理事会达成一致,到2024年秋季,USB Type-C接口将在欧盟成为手机、平板电脑和相机等中小型便携式电子设备的标准充电接口。届时,在欧盟使用的相关产品都必须配备USB Type-C充电接口。

共用一个充电器 不仅仅是手机充电器

欧洲议会表示,这项临时协议为部分电子设备确立了单一的充电解决方案,其意义在于让这些产品的使用更具可持续性,减少电子垃圾,让消费者生活更加便利。据悉,这项规定将让更多的充电器重复利用,并帮助消费者在充电器购买上每年节省2.5亿欧元。据估计,废弃和未使用的充电器每年会产生约1.1万吨电子垃圾。欧洲议会相关负责人Alex Agius Saliba对媒体表示:“我们已让通用充电器在欧洲成为现实!长期以来,欧洲消费者被每台电子设备堆积的多个充电器所困扰。现在,所有便携式电子设备都能共用一个充电器了。”

根据新规定,消费者每次购买新设备时,将不再需要不同的充电器和充电线,所有的中小型便携式电子设备都能使用相同的充电器。手机、平板电脑、电子阅读器、数码相机、耳机和耳麦、手持式游戏机和便携式音响等电子产品,只要支持有线充电的方式,那么无论是哪家制造商,都必须配备USB Type-C端口。甚至是笔记本电脑产品,也必须在规定生效后的40个月内适应要求。

此外,新规还涉及充电速度问题;对于支持快充的设备,要允许消费者使用兼容充电器时,能够以相同的速度为设备充电。据悉,夏季休会后,欧洲议会和欧盟理事会必须正式批准该协议,然后才能在欧盟官方公报上公布。该协议将于公布后20天生效,其规定将在24个月后开始适用。新规则不适用于在申请日期之前投放市场的产品。

苹果提异议 扼杀还是鼓励“创新”?

事实上,在过去十年中,欧洲议会一直在呼吁委员会就通用充电器解决方案提出建议。2021年9月23日,该立法提案正式提交。当时,欧盟委员会的工作人员表示:“我们给了业界足够的时间来提出他们自己的

解决方案,现在采取立法行动统一充电器的时机已经成熟。这对我们的消费者和环境来说是一个重要的胜利,符合我们的绿色和数字化发展目标。”

显然,统一充电接口的决定对苹果公司的影响最大。据了解,认证Lightning接口及配件的相关产业链,价值已达上百亿美元。苹果公司还曾提出过警告,称统一充电接口的举动是在扼杀“创新”。苹果公司表示,严格规定只能使用一种连接线会扼杀创新,而不是鼓励创新,这反而会损害欧洲和世界各地消费者的利益。值得关注的是,针对创新方面的质疑,这一次欧洲议会在公告中特别提到了“鼓励技术创新”,并为此专门设置了一项条款:鉴于无线充电技术正变得越来越普遍,欧盟委员会将有权制定关于“充电解决方案”互用性的授权法案。

统一充电接口一事目前来看,已经木已成舟。业内认为,新规对手机领域带来的影响较为明显。

从智能设备接口情况来看,安卓手机,已基本实现USB Type-C接口的普及。目前华为P50 Pro、三星S22 Ultra、小米11 Pro、OPPO Find X、vivo X Fold等旗舰机型均已实现USB Type-C接口,且多为全球化机型。而对于苹果手机,自2012年iPhone 5系列手机采用Lightning接口,Lightning一直沿用到最新款iPhone 13系列手机。不难看出,Lightning接口是苹果闭环生态链的重要一环。那么,新规落地之后,苹果该何去何从?

苹果又被咬掉一口? 或加速构建“新护城河”

“短期来讲,欧盟新规的出台会使苹果失去不少Lightning接口带来的收入以及硬件控制权,利好安卓厂商。但长期来看,新规或加速苹果在快充领域的技术突破,重塑护城河。”GfK中国通信事业部资深分析师周丹向《中国电子报》记者表示。

关于欧盟新规的短期和长期影响,周丹对《中国电子报》记者进行了分析。周丹认为,短期来看,苹果会失去Lightning接口带来的MFi(Made for iOS)业务收入和电源适配器等配件的销售利润,意

味着苹果将放弃对iPhone用户使用设备的另一部分控制权。

据了解,MFi认证是苹果公司对其配件的使用许可证标识,从2022年4月开始,苹果正式向有MFi认证的配件商收取年费(每年99美元),过期末支付年费的话,配件商的MFi计划会员资格将被终止。另外,Lightning接口也为苹果官方配件带来收入。在苹果中国官网上,一款20W充电器的价格达149元;一根1米长的Lightning接口数据线,售价为145元。这些均为苹果公司带来不少收入。

但长期来看,新规或许能加速苹果在快充领域的技术突破,重塑护城河。从技术来看,苹果Lightning接口无论是数据传输还是充电速度都稍弱于USB Type-C接口。尽管目前的Lightning接口同样支持PD快充,但最高只能支持3A的电流通过。而目前市场上以USB Type-C接口为基础的120W快充方案,电流已经达到6A,这也是安卓阵营许多入门机型在快充上都要强于iPhone的原因之一。

“未来,苹果有可能加速推进无线充电和无线数据传输技术的发展,以便能绕过USB Type-C接口,步入无接口iPhone时代,重塑护城河。”周丹向记者表示。

2021年,苹果取消iPhone 3.5mm耳机孔后宣称,未来或将进一步取消充电接口,让iPhone成为一部无接口的智能手机。

苹果公司布局无线充电已有10年的时间,专利储备丰富。2011年,苹果申请了一项专利技术,将iOS设备放置在计算机附近即可充电。2013年,苹果申请了利用Smart Cover保护套进行无线充电的技术,以及允许笔记本和平板电脑混合型设备进行无线充电的技术。目前,苹果将无线充电技术用于全系列产品,包括iWatch、iPhone都具备无线充电功能,未来苹果设备之间可能互相充电。

不过在无线充电的赛道上,目前安卓设备无线充电器的表现优于苹果,但受限于用户体验,目前尚未看到旗舰类产品出现。苹果需要在自己核心用户群接受的情况下,把无线充电的体验做得更好,针对无线充电用户体验的痛点提出一个折衷的解决方案,就像当年打造Air Pods那样,通过省掉不必要的操作,真正让充电这件事变得又快速、又便捷。

创维换帅 面临千亿元营收目标大考

本报记者 谷月

6月8日,创维集团发布公告称,原董事会主席赖伟德已到退休年龄,将辞去公司执行董事及董事会主席等一系列公司职务,自7月7日起生效。公司现任执行董事林劲获委任为董事会主席及执行委员会主席。

现年38岁的林劲是创维集团创始人黄宏生与其夫人林卫平(创维集团执行董事)的儿子,拥有海外留学经验,毕业于多伦多大学应用科学专业。

操盘酷开转型

“创二代”已经做了10年准备

在家电行业,赖伟德算是老兵。进入创维集团之前,赖伟德曾在南京熊猫、华东科技、彩虹集团等多家上市公司担任董事长职务。2016年,赖伟德从黄宏生妻子林卫平手中接棒,空降成为创维集团董事会主席。

据了解,林劲在加盟创维集团前,曾担任联发科技有限公司销售经理。2011年,林劲加盟创维集团,从基层研发和销售岗位做起,曾任创维彩电事业部总监助理、营销总部深圳分公司销售副总经理等职务。2014年,进入创维集团3年后的林劲升任酷开总经理一职,并在2018年成为董事长,操盘了酷开的转型。

据悉,2014年,乐视带动互联网电视市场大热。林劲与时任创维集团软件研究院负责人,同样80后的王志国搭档成立酷开网络,开始拓展创维的互联网电视新业务。二人分别担任酷开网络的董事长和总裁。

2018年酷开网络剥离硬件业务,专注互联网电视系统等软件业务。2020年7月创维对外公布了欲拆分酷开独立IPO的消息。2021年,酷开系统的互联网增值服务收入12.34亿元,同比增长17%,约占创维当年总收入的2.4%。

如今,酷开成为OTT领域估值近百亿元的独角兽公司,获得了腾讯、百度、爱奇艺等众多互联网“大佬”的投资。创维数字发布的2021年财报显示,截至当年底,酷开在中国市场累计覆盖智能终端逾1.18亿台。

可见,为能够“接好班”,林劲已做了超过10年的准备。接下来,就要看这位“创二代”能否顺利接过接力棒,实现创维集团的千亿元目标。

在此之前,创维高层的新老交替已经开始。

今年3月30日,创维集团宣布,执行董事施驰获任行政总裁,现年58岁的原公司行政总裁刘荣枝调任董事会副主席,自2022年4月30日起生效。据了解,现年50岁的施驰,拥有工学博士学位,原为创维旗下上市公司创维数字的董事兼总裁。

赖伟德提转型升级战略 5年实现千亿元目标

赖伟德在位期间提出了5年转型升级战略,以及千亿元营收目标,内容包括将多媒体业务提升至400亿元,智能系统技术业务、智能电器业务、现代服务业的目标分别是200亿元,目的是向智能化、精细化、国际化转型。

当时,电视市场疲软,创维集团面临复杂外部环境,赖伟德提出5年转型升级战略为创维的发展指明了方向。

此前,赖伟德在接受《中国电子报》记者专访时表示,创维按照原来的思路走很难,发展思路要做大调整,必须形成新的经营模式以对应千亿元目标。他希望创维能“跳出”制造业,打造新的增长动力,从硬件制造商转型为具有全球竞争力的智能家电和信息技术领先企业。赖伟德坦承,实现这个目标的压力很大。创维做的不止于实现规模目标,更要在全球视野下打破产业边界,以升级促转型。

事实上,创维经过30年稳定增长,已经具备向更高平台跃升的坚实基础。从产品能力看,创维建立了智能化的消费电子产品矩阵,彩电和机顶盒的国内市场占有率始终保持领先;从技术能力看,创维在全球拥有十大研发中心,承担了国家核高基重大项目及国家、省市科研项目200余项;从制造能力看,创维每年生产的智能终端超过1亿台;从市场能力看,创维已初步搭建起全球营销网络。

在赖伟德任期内,创维集团旗下的创维电器于今年3月份提交了招股书,拟在创业板上市,主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售。创维电器的控股股东还控制着创维集团、创维数字两家上市公司。

目前来看,创维实现千亿元目标还有很长的路要走。2021年,创维集团实现营收509.28亿元,多媒体(以彩电业务为主)、智能系统技术、智能电器业务分别占比47.9%、20.7%、11.7%。

“千亿目标目前已经完成了一半,创维集团的发展轨迹不会改变。”一位创维集团内部人士称。创维集团未来的发展,实际上还需要关注“接班人”林劲的动作。

相比之下,以彩电为主营业务的创维的已经被行业领军企业甩开距离。TCL(实业)去年收入过千亿元,四川长虹去年营收约为996亿元,海信旗下主营电视的海信视像去年收入468亿元,主营白电的海信家电营收675亿元。

不过在赖伟德带领下,创维对电视业务的依赖正逐渐减弱。2021年创维多媒体业务营收273.7亿元,占据创维营收的约53.7%。上一年这一占比超过60%。此外,新能源业务成为创维去年财报的亮点。去年其新能源收入约41亿元,同比增长38.43倍。

家电业进入换帅周期 “年轻人”纷纷上位

在外部环境复杂多变,家电企业急需破局的背景下,老牌家电巨头纷纷进入新旧交替期。

2022年3月份,执掌海信30年的周厚健退休,由科龙系的林澜接棒。2020年11月份,张瑞敏辞去海尔集团董事局主席一职,由周云杰接棒。5月30日,美的集团公告称,41岁的柏林被提拔为美的集团副总裁,这是继40岁的钟铮被任命为美的集团首席财务官兼财务总监后,美的今年新任命的又一位年轻高管。

近期,海尔智家也在推动年轻高管上位,徐萌被提拔为海尔智家副总裁、中国区总经理。徐萌表示,要把海尔子品牌Leader打造为面向Z世代年轻人的家电品牌。“年轻人才更懂年轻消费者。”智慧咨询创始人魏军分析说,时代不一样,企业所处的环境也不一样,直接套用过去的经验和资源行不通。现在的企业需要数字化,需要抖音运营,管理层年轻化可以更好地跟上时代。

燧光科技完成新一轮融资

本报讯 记者王伟报道:近日,广东虚拟现实科技有限公司(燧光XIMMERSE)宣布完成共计1.25亿元人民币的A4轮融资,融资由电信方舟、中原前海、动平衡资本、宏太精鹰、三七乐心(广州)产业投资等共同完成。

据了解,燧光XIMMERSE是一家基于计算机视觉与人机交互技术开发移动虚拟现实交互解决方案的科技公司。其燧光MR全息智能化训练系统适用于特殊行业的日常训练,模拟实战演练等环节。此外,燧光还通过整合相应的XR技术,在智慧教育、文娱、展览展示、智慧消防、工业仿真、智慧医疗等多个领域,推出了多套解决方案与丰富的应用,如虚拟仿真实训、K12智慧教室、MR全息博物馆、MR大空间多人竞技游戏等。燧光表示,融资完成后公司将加大研发投入,优化产品体验并推出新一代产品。

自从“元宇宙”概念走红全球,虚拟现实行业热度大幅提升,XR领域投融资进入新一轮活跃期。国际方面,微软计划

以687亿美元“天价”收购动视暴雪,索尼收购XR虚拟平台开放商,Snap一年收购6家AR创业公司;国内方面,字节跳动重金收购硬件厂商Pico,XR企业当红齐天完成B+轮融资,AR智能眼镜企业Rokid获得7亿元C轮融资。据统计,2021年全球虚拟现实行业融资并购金额556亿元,同比增长128%;中国虚拟现实行业融资并购金额181.9亿元,同比增长近800%。

公开数据显示,2022年一季度,在全球元宇宙相关领域中,仅VR/AR与区块链两个细分赛道,融资事件就达到277起,涉及273家创业公司。总融资金额达到525.65亿元,比去年同期增长66.5%。全球共682家机构参与投资,而去年同期参与投资机构数量为466家。

专家表示,随着5G、云计算等底层技术的加速进步,XR系统将加速与特殊训练、教育、文娱、工业等行业深度融合。借助5G+云网,XR将给千家万户带来极致的沉浸式体验。

印度华星液晶电视面板首次点亮

本报记者 谷月

近日,印度华星的TV Open Cell(液晶电视面板)已完成首次点亮,点亮仪式在位于印度安得拉邦Tirupati的TCL产业园印度华星厂房内举行。

印度华星于2018年成立,2019年年末封顶。今年3月,该工厂的手机面板已实现出货三星。如今,首条TV Open Cell生产线也已具备量产能力,产能为141K/月。

按照印度华星的初始规划,在其11条生产线中,5条将用于电视面板,6条将用于手机显示器,每年将生产800万片32英寸至75英寸电视面板和3000万片3.5英寸至8英寸手机面板。

TCL华星方面介绍称,将TCL华星成熟的面板生产技术引进印度,对于引领印度电子生产行业技术具有开拓性意义。而且,实现TV Open Cell印度本土供应后,可以降低行业生产成本。

印度显示面板业起步较晚,产业配套较薄弱,大部分上游材料要由中国或周边国家供应。此前,为振兴印度国内电视制造业,降

低电视面板价格,印度财政部于2019年9月宣布,针对用于制造LCD及LED电视的液晶面板(含15.6英寸及以上),免征5%的进口关税。可见印度政府对该产业发展的重视。

印度华星的总经理江友东表示,凭借印度劳动力成本优势,以及印度的关税优惠政策等,印度华星将获得增值。

对于坚定不移推进面板制造产业链建设的TCL华星而言,印度华星是其全球化的桥头堡。

“市场潜力是我们选择印度最重要的因素。”近日,TCL华星首席运营官赵军接受《中国电子报》记者时表示。世界银行预计,到2025年,印度消费支出年均增长率达到12%,比全球平均增长率高出两倍以上,印度将成为全球第三大消费市场。在此背景下,消费电子产品的市场容量正不断扩大,尤其是手机和电视。

目前中国电视厂商TCL、小米、创维等众多品牌均在印度市场加大了布局。三星、小米、OPPO、vivo等主流手机品牌商均在印度设立生产基地。因此,大小尺寸显

示屏及配套模组的需求将在未来数年中稳步增长。

如今,印度市场除了三星外,还有合力泰、同兴达和联创电子等竞争对手。不过,合力泰、同兴达和联创电子目前的规模和产量相对较小。印度华星将是继三星之后,印度又一大显示面板生产企业。

未来,印度华星在生产效率和产品成本等方面的优势将成为TCL华星进一步提升全球竞争力的重要因素。

“印度工厂是TCL华星首个海外布局的工厂,它的主要使命是承担起以印度为核心的新兴市场的角色。包括从手机到TV,不同的应用领域,不同显示技术的产品都将以此为圆心,实现对以印度为核心的新兴市场的覆盖。”据赵军透露,未来TCL华星的目标是实现全球智造和全球交付。

与此同时,在TCL印度产业园项目中,TCL电子也在协同建厂。TCL华星方面表示,打造从面板到整机的产业链,不仅可以实现产品上下游互动,发挥产业链整合优势,推动集团全球战略深化落地,还能快速响应市场需求,抵抗市场波动风险。