

面对AI手机 苹果为何不再淡定?

本报记者 王伟

三星发布AI旗舰手机Galaxy S24系列、OPPO首款70亿参数大模型手机Find X7系列开售、小米推出搭载首个AI大模型计算摄影平台的手机小米14 Ultra……面对如此汹涌的AI浪潮,苹果公司似乎有些沉不住气了——终止10年造车项目、发布多模态大模型MM1、收购AI明星创业公司Darwin AI、搭载生成式AI技术的iPhone 16将在今年亮相……2024年,苹果“All in AI手机(全力投入人工智能手机)”。

苹果为何不再淡定?

从2007年初iPhone发布至今,苹果公司总能淡定面对友商在摄像头、芯片、折叠屏等硬件赛道的“装备竞赛”,并持续保持iPhone产品的销售优势。2023年,iPhone销售额达到了创纪录的2030亿美元,首次占据全球智能手机市场营收的半壁江山。

2024年被视为AI手机元年,众多手机厂商铆足了劲:三星发布AI旗舰手机Galaxy S24系列、OPPO首款70亿参数大模型手机Find X7系列开售、小米官宣搭载首个AI大模型计算摄影平台的手机小米14 Ultra……面对如此汹涌的AI手机浪潮,苹果公司似乎有些沉不住气了。

在今年2月的股东沟通会上,库克罕见地透露,公司正在积极开发生成式AI软件功能,一些尖端的生成式AI功能可能仅限于iPhone 16机型,这些功能将在“今年晚些时候”向客户提供。进入3月,苹果追逐AI的步伐越发急切——终止布局10年、投资超过100亿美元的汽车项目,发布了300亿参数的多模态大模型MM1,收购了AI明星创业公司Darwin AI。近日再赴中国的库克重申,今年将推出苹果自己的生成式AI技术。

苹果为何不再淡定? 创始人乔布斯凭借初代iPhone开启智能手机1.0时代,奠定了iPhone坐享17年红利的基础。在2024年,智能手机似乎进入了关键赛点——AI手机开启的智能手机2.0时代。 “AI将驱动所有的硬件变革,包括手机。” 阿里巴巴研究院副院长安筱鹏接受《中国电子报》记者采访时表示。多家市场调研机构预测,生成式AI手机将在未来几年高速增长——2024年,智能手机出货量中的5%将是AI手机,到2027年,这一比例将上升至45%。 “从行业发展阶段来看,AI手机将成为继功能机、智能手机之后,手机行业的第三个

阶段。”OPPO创始人陈永明认为,未来5年,AI对手机行业的影响,堪比当年智能手机替代功能机。 “苹果为什么停止造车,因为库克怕汽车还没造出来,(智能手机)大本营已经被颠覆了。”360集团CEO周鸿祎表示,“距离2007年乔布斯发布初代iPhone智能手机已经快20年,大模型加持智能手机后,将定义智能手机的2.0时代。”在他看来,哪个厂商不发展AI手机,就会步“诺基亚坚持功能机最后被时代淘汰”的后尘,苹果公司也不例外。

All in AI是苹果的必答题

iPhone诞生17年来,逐渐成为智能手机的行业风向标,同时它也是苹果公司的灵魂产品以及最赚钱的产品。在营收能力方面,iPhone业务占苹果公司总营收的比例一直维持在四成以上——今年2月的最新财报显示,2023年第四季度iPhone营收为697亿美元,约占总营收的58.3%。iPhone对于苹果公司的的重要性不言而喻。

“苹果造车投资100亿美元,到头来只是竹篮打水一场空;在关系到苹果命脉的手机领域,我想苹果会舍得砸1000亿美元甚至10000亿美元去投资AI手机。”有行业专家这样判断,如果苹果公司放弃追逐AI,就会被AI撬开引以为傲的封闭生态——影响其产品形态、软件收入、品牌形象,进而重创其业务营收表现。

“目前市场上‘AI手机’的定义是能搭载AI大模型的手机,这仅仅是AI手机的初级形态,尚不能对iPhone造成太大影响——当一台能够感知、记录、分析用户行为和潜在决定的‘真AI手机’问世后,其体验感的提升将对非AI手机造成重创。”未来产业研究中心研究员钟翔接受《中国电子报》采访时表示。

钟翔进一步解释说,AI手机具备持续学

习和进化的能力,能够根据用户的使用习惯和反馈,不断优化自身功能和服务。“它会根据获取我的生理指标‘知道’我加班累了,困了,但又必须完成工作;通过长期的数据积累和行为分析,AI手机会了解我喜欢喝什么,自动下单一杯咖啡外卖送到我的办公室。”

“当三星、小米、OPPO、vivo的AI手机已经演进为具备私人助理的能力,谁还会愿意为语音交互都延迟10秒的Siri买单?”——无论是消费者还是苹果公司高管都要回答这个残酷的问题。

澎湃的AI浪潮不仅会将iPhone硬件收入“卷”走,还将撬开苹果引以为傲的封闭生态。

“当前应用商店成为智能手机的标配,在未来的AI手机里可能一个APP都没有。”周鸿祎预测。他举例解释说,当有一个真正理解你的AI助理,它可以智能分解你的口令并最终完成你布置的任务,用户就不必再主动去触发APP的功能,APP甚至会消失。

安筱鹏也认为,在AI手机时代,人们利用手机定机票的流程大幅优化——使用者只需对手机说一句:帮我定一个明天下午北京到杭州的最便宜的车票,几点无所谓。手机就会根据你的指令,直接弹出挑选后的机票选项,你只需按一下“确认”键,就可以根据预留的付款信息付款出票,根本用不到APP。

AI手机的AI能力不仅对APP运营公司产生致命威胁,也将严重影响苹果公司的软件服务业务板块收入——“苹果税”。在苹果的系统内,用户无论是在APP Store下载付费APP,或在APP内购买游戏道具、订阅会员,都需要在封闭的苹果支付系统内支付,苹果公司将留下12%~27%不等的“过路费”。根据苹果官网公布的最新业绩:2022年苹果APP Store创下1.1万亿美元(约合人民币7.8万亿元)的开发者营收与销售总额,其中近10%——约1100亿美元的收入作为“苹果税”抽成流入苹果公司。



不仅如此,华尔街投行认为,软件服务业务板块还担当着苹果的第二增长曲线的重任。根据市场研究机构Counterpoint Research的数据,服务产品将成为苹果公司增长最快的业务,到2025年其营收将达到1000亿美元,约占公司总营收的四分之一。 “放弃追逐AI的风口,苹果公司的核心业务(iPhone)和第二增长曲线(软件服务)都将面临潜在冲击。我想无论是库克、董事会还是股东都不允许这样的选择影响苹果公司的未来。”钟翔表示。他认为,拒绝AI的负面影响不止iPhone销量和苹果税,许多衍生的影响更未可知。“因此,All in AI是苹果的必答题,不是选择题。”钟翔判断。

苹果能否后来者居上?

尽管三星、小米、OPPO、vivo率先擂响了“AI手机”的战鼓,占据先机,但由于AI手机仍处于初期发展阶段,暂时落后的苹果并未彻底掉队。自研芯片、庞大的用户积累和庞大的资金支持,让苹果公司具备后来者居上的能力。

GfK中国科技事业部手机品类资深分析师侯林接受《中国电子报》记者采访时表示,AI技术仍处于发展初级阶段,目前手机搭载的AI大模型只能完成一些基本的任务。AI与手机的融合也处于初级阶段,当前手机一大部分功能依靠APP实现,更高级别的功能如APP和手机AI打通,短时间内还较难实现。

“AI手机带动的大型换机潮预计会在未来3—5年内实现,这需要几个技术能力的成熟,一是成熟的大模型可以明显提升消费者的使用体验,二是AI芯片和算力更加成熟,三是大模型数量和类型更加多样。”深圳中为智研咨询有限公司研究员张佑接受《中国电子报》记者采访时表示,“短期内很难说苹果公司已经掉队,因为它不仅拥有足

够的技术开发能力与团队;还具备强悍的现金流储备,两者可以支撑其快速推进AI手机的研发项目。”

事实上,苹果在AI技术、AI大模型和硬件方面正以惊人的速度进步。在AI能力方面,3月,苹果公司收购了加拿大人工智能初创公司Darwin AI,其核心技术之一是让AI系统变得更小、更快,这项技术可以帮助苹果在移动设备上部署和运行AI。除此之外,市场调查机构Stocklytics公布的最新报告显示,苹果公司在2023年共收购32家AI公司,远超微软、Meta等科技公司去年收购的数量。

在AI大模型方面,苹果公司刚刚公布了最高参数数量为300亿的多模态大模型MM1。此外,苹果已经建立了大语言模型框架“Ajax”,还与康奈尔大学共同开发了多模态AI模型Ferret。

此外,记者从知情人士处获悉,百度或将为苹果今年发布的iPhone 16、Mac系统和iOS18提供AI功能,该合作仅供国内行版iPhone以及苹果硬件设备使用,境外的苹果硬件设备将使用其自研AI大模型。

行业专家指出,iPhone庞大的用户数量以及Siri长达十年的用户语料和习惯数据是一笔宝贵的财富,将为苹果推进生成式AI项目提供更具体和丰富的训练数据。市场研究机构CCS Insight公布的最新预测信息显示,2023年年底全球iPhone活跃设备数量已经超过13亿台。

在硬件方面,安筱鹏告诉《中国电子报》记者,AI手机需要芯片的变革——手机芯片除了CPU之外,还要辅以AI芯片协助处理图像大模型以及端侧大模型的运算,他认为会有更多的GPU芯片的功能嵌入AI手机。

“苹果公司公布的最新CPU架构已经将显存和计算机内存打通,以便装载大模型,所有的内存都可以当成显存供大模型使用。”周鸿祎认为,苹果公司坚持的自研芯片策略也将助力其在AI手机争夺战中占据有利位置。

中国电子报

全媒体

权威性高 传播力强 覆盖面广 影响力大

融媒体服务



- 报纸出版
- 官方网站(电子信息产业网www.cena.com.cn)
- 官方微信(公众号cena1984)
- 官方微博(http://weibo.com/cena1984)
- 视频平台
- 视频服务(视频制作、在线直播、在线会议等)
- 平台推广
- 内参专报
- 行业报告
- 图书出版

会赛展服务



- 会议活动
- 专业大赛
- 展览展示
- 专业培训
- 政府服务
- 指数发布
- 编辑推荐
- 产品评测
- 企业定制
- 舆情监测
- 数据营销
- 招商引资

立足电子信息业 服务新型工业化

中国电子报社创建于1984年。目前拥有集报纸、网站、微信、微博、音视频、第三方平台等全媒体服务,集会议活动、展览展示、专业大赛、定制服务等会展训服务于一体的立体化、多介质系列产品,是促进行业高质量发展的“喉舌”与“纽带”。

《中国电子报》是具有机关报职能的权威媒体。《中国电子报》全媒体面向工业和信息化领域,聚焦集成电路、新型显示、智能终端、信息通信、人工智能、物联网、工业互联网、移动互联网、大数据、云计算、区块链、应用服务等电子信息完整产业链。

《中国电子报》全媒体日均触达用户量超过200万。

国内统一连续出版物号: CN11-0005
邮发代号: 1-29



官方微信



官方网站

在这里让我们一起把握行业脉动
www.cena.com.cn

地址:北京市海淀区紫竹院路66号赛迪大厦18层
电话:010-88558808/8838/9779/8853
传真:010-88558805