

# 苹果“急”了, 微软“拼”了

本报记者 宋婧

## AI大战“掉队” 苹果急了?

根据 Canalsys 公布的 2024 年第一季度全球智能手机出货量报告, 苹果公司以 16% 的市场份额位居第二位, 相比去年同期下降了 5 个百分点。另据 Counterpoint 此前发布的数据, 2024 年前六周, 苹果手机在中国市场的销量同比下滑 24%, 排名跌至全国第四位。

市占率的接连下滑透露出一个重要信号, 在高端智能手机市场, 苹果公司的霸主地位已然被撼动。其背后深层次的原因, 或许与苹果公司在此轮 AI 大战中的掉队息息相关。消费电子时代, 苹果公司以其硬件创新 (iPhone、iPad、MacBook 等) 和生态系统的整合而闻名, 凭借卓越的用户体验和圈到了大量忠实的用户。而在今天一切硬件都在被 AI 重构的时代, 苹果公司却似乎慢了半拍。

以智能手机为例, 在中国市场, 华为、OPPO、vivo、一加、荣耀等手机厂商纷纷在大模型“上机”方面已有明确的动作之后, 苹果公司才千呼万唤始出来地在 WWDC2024 上带来了“Apple Intelligence”——“苹果智能”套件。尽管苹果公司首席执行官蒂姆·库克表示, “其将彻底改变用户使用我们产品的方式, 以及我们的产品如何在用户手中发挥功用”, 但不少业内人士都表示, “没有太多惊喜”。在发布会结束后, 苹果公司股价下跌了 1.9%。

“苹果公司的盈利相当可观, 但主要还是靠硬件, 优势在于其对终端用户的触达。”晨宇磐盾信息技术(上海)有限公司总裁郝峻分析道。从营收结构来看, 苹果公司的主要收入来源是硬件销售, 尤其是 iPhone, 占公司总收入很大一部分。高端产品的定价策略和高效的供应链管理使其在硬件销售中保持了较高的利润。一旦在 AI 赛道落后, 用户不再为“苹果”这块金字招牌买单, 其引以为傲的以高品质、高定价、高利润筑起的“护城门”也将随之坍塌。

深度科技研究院院长张孝荣表示, 苹果公司在 AI 方面的进展可能是为了提升产品智能化和用户体验。市场对苹果 AI 有很高的期待, 但实际上苹果公司在这方面已经落后于行业领先者, 需要加快步伐。

私有化和个性化或将成为苹果 AI 的重要标签。近来, 苹果公司正在通过 AI 升级, 使其 AI 系统更加理解和适应用户的个人喜好。苹果 AI 的文本生成功能允许跨应用使用, 私人化定制可以跨应用甚至是跨设备收集用户的使用习惯, 苹果公司可以向所有开发者开放 API 构建整个 AI 生态。这项技术的核心在于用户数据的个性化处理和 AI 算法的可配置性, 如何整合庞大的用户数据并保护隐私将成为苹果公司面临的一个关键问题。

近日, 两家顶尖科技公司之间的市值之争引发了业内广泛关注。经过几轮博弈, 微软凭借 3.39 万亿美元的总市值暂时稳住了第一名的宝座。苹果公司则以 3.32 万亿美元的总市值紧随其后, 追赶超越之势显而易见。伴随 AI 竞赛愈演愈烈, 二者在不同业务层面保持着的某种微妙平衡似乎正在被打破。



“蒂姆·库克是供应链领域的天才, 他的掌权让苹果公司能够持续降低成本, 维系产品的高利润率。”兴业证券经济与金融研究院海外 TMT 首席分析师洪嘉骏在接受《中国电子报》记者采访时说道, “苹果公司主要根基在硬件产品的持续深耕, 在 iPhone 创新乏力的现在, Apple Intelligence 和 Vision Pro 是苹果公司后续发展的重心。”

## All in AI 微软“拼”了

业内普遍认为, 微软正凭借在 AI 领域的先发优势逐渐拉开与其他竞争对手的距离。根据微软近日发布的 2024 财年第一季度财报, 与去年同期相比, 微软的营业收入和净利润都实现了大幅增长, 并且远超市场预期。其中, 营收达到了 565 亿美元, 同比增长了 13%; 净利润达到了 223 亿美元, 同比上涨 27%。业内人士判断, 微软的业绩爆发主要源于其强大的服务业务, 同时也反映了人工智能对其业务的积极影响。

“相较于苹果公司, 微软更注重软件核

心的创新, 也更专注于企业应用和企业客户业务上。”郝峻分析道。进一步拆解微软业务板块可以看到, 微软的业务部门主要分为三大板块, 分别是生产力与业务流程、智能云和其他个人计算。其中, 智能云业务的收入占据了整体营收的 43%。尤其值得注意的是, 智能云业务同比增长了 19%, 超过了其他两大板块的增速。

“微软收入结构相对多元化, 包括软件许可、订阅、云服务和硬件销售, 虽然硬件业务利润率较低, 但软件和云服务的高利润使微软整体财务表现强劲。”洪嘉骏认为, 微软首席执行官萨提亚·纳德拉平稳构建起了云和软件订阅为核心的微软, 并提前大规模布局 AI 领域, 后续在 Copilot+PC 领域有机会重新定义下一代操作系统。

All in AI 策略已经融入微软各条业务脉络中, 并成功实现商业变现。比如, 微软推出的基于 GPT-4 API 的 Microsoft 365 Copilot 应用通过 AI 技术来提升办公软件的功能, 可以进行文档编辑、表格处理等操作。此举使得 Microsoft 365 订阅价格在 50% 至 240% 的范围内上涨。

除了对既有业务的提升, 微软的 AI 触角还在不断外延。比如, 在近日召开的 Build 2024 大会上, 微软正式推出了

Team Copilot 智能副驾驶, 将 Copilot 智能副驾驶 for Microsoft 365 从个人 AI 助理, 升级为工作团队中的一员。此举标志着微软躬身入局 AI 智驾领域, 或将带来新的业务增量。

不过, 也有声音对于 AI 商用的前景表示担忧。5 月 20 日, 欧盟警告微软可能面临数十亿美元罚款, 因未提供生成式 AI 风险信息。对此, 微软 AI 首席执行官穆斯塔法·苏莱曼近日回应道, AI 安全风险须重视, 监管应鼓励。微软最新推出的 AI 功能 Recall (回忆) 也收到了铺天盖地的“差评”, 不得不宣布推迟发布。

“从硬件产品来看, 苹果公司的消费电子产品更加全面, 微软略逊一筹; 从软件生态来看, 苹果公司建立了软件生态系统闭环, 通过‘苹果税’在软件市场占据了巨大的利润, 而微软有过去 40 年软件开发的积累, 在企业应用软件及公有云计算领域拥有大量的市场份额, 近来还凭借在人工智能领域的先发优势大幅提升了核心竞争力。”郝峻表示。

但同时他也指出, 苹果公司目前遇到了一定的创新瓶颈, Apple Vision Pro 的市场表现不佳, 传统硬件的创新乏力; 微软在云计算和传统软件上也同样遇到问题,

两者接下去都压宝在人工智能上, 容易出现同质化的问题。

洪嘉骏坦言: “苹果公司的主要挑战是时间, 其中包括 Apple Intelligence 的技术积累, 以及苹果品牌极致对用户体验的打磨。微软的主要挑战则是如何定义原生智能的操作系统, 并提供优质的体验服务多元化的客户。未来哪家公司的产品得到了市场认可, 市值必将拔得头筹。”

## 竞与合 模仿与超越

实际上, 苹果公司与微软之间的较量源远流长。早期有观点称, 微软“借鉴”了苹果公司的图形界面开发了 Windows, 导致双方关系紧张。后来又传出微软购买苹果股票、为苹果电脑开发 Office 软件的消息。当苹果公司推出 iPhone 开始定义智能手机时, 微软不甘落后也推出智能手机系统, 试图与 iOS、安卓三分天下, 却落了空。当微软押注虚拟现实赛道, 推出 HoloLens 头显设备时, 苹果公司也研发出自己的 VR/AR 头显, 隔空叫阵微软。

从硬件产品到软件工具, 再到生态系统、商业模式等各个层面, 二者之间既有竞争也有合作, 既有相互模仿也有创新超越。而如今, 随着 AI 浪潮席卷全球, 二者的角力更是直接搬上了台面。

近日, 微软推出搭载 Copilot 功能的全新 PC 产品——Windows 11 AI PC。萨提亚·纳德拉在接受采访时直言: “我们现在正期待 Windows 与 Mac (苹果电脑) 能够重新展开真正意义上的对决。”他表示, Copilot+PC 是真正的 AI PC, 已经超越了苹果 Mac。同时, 微软推出基于安谋 (Arm) 架构的 Windows PC 生态也被视为对抗苹果 Mac 的关键一招。

不过有意思的是, 苹果公司在今年 6 月的开发者大会上官宣与 OpenAI 达成了合作。业内人士认为, 这一合作有望为 OpenAI 带来数十亿美元的收入, 而苹果公司也将因为 ChatGPT 的加持, 进一步提升系统的智能化水平, 从而赶上 AI 手机的浪潮。最新消息显示, 苹果 AI 今秋新品还将接入微软竞争对手谷歌发布的 AI 大模型 Gemini。这意味着苹果公司或将以更加开放的姿态拥抱 AI, 不排除与多家模型厂商达成合作的可能。

对于 OpenAI 最大的金主——微软而言, 苹果公司采用 OpenAI 技术, 无疑将增加微软云服务收入。然而有了 OpenAI、谷歌等多家厂商 AI 技术的加持, 苹果公司也有了在 AI 领域和微软直接竞争的底气。

作为全球科技领域的两大科技公司, 苹果公司与微软的竞与合不仅影响着自身发展, 也加速了科技创新的步伐, 激活了美国科技企业甚至是全球科技圈的创新活力。“苹果公司与微软的巅峰对决会改变当前全球 PC、智能手机等产品的用户体验形态, 智能终端产品进入全新的交互模式, 将大幅提升生产力。”洪嘉骏表示。

# 大力推进现代化产业体系建设 加快发展新质生产力

公益广告