



“困”在AI中的iPhone16

本报记者 王伟

日前,苹果iPhone16全系列产品在中国正式发售。但是对于首期销量,分析机构却普遍不看好。作为今年苹果公司的“撒手锏”——Apple Intelligence引发了业界对iPhone16销量和产品使用体验的双重焦虑:一方面,为Apple Intelligence量身打造的iPhone16系列首周末预售销量较去年iPhone 15系列同比减少约12.7%,引发美股苹果公司股价开盘大跌逾8%;另一方面,部分非英语用户开始“反抗”苹果公司Apple Intelligence的划分区域政策,为了早些用上美版Apple Intelligence开始尝试破解iPhone/Mac并分享攻略……

“超级周期”尚未启动

投资机构期待Apple Intelligence能够拉动iPhone16销量大幅增长,开启苹果的下一个“超级周期”(“超级周期”指在新功能和被压抑需求的共同推动下,大量消费者同时换机,推动新机实现超高销量)。然而iPhone16首周市场表现可谓给投资机构泼了一盆冷水——iPhone16系列全球首周销量约为3700万部,与去年iPhone 15系列相比减少12.7%。

“Apple Intelligence的延后落地”被认为是iPhone16首周销售疲软的主要原因。

苹果秋季新品发布会大幅渲染Apple Intelligence在iPhone16的实际应用。为了在新机上更好地运行Apple Intelligence,苹果甚至特意“安装”了一个相机控制按钮:当用户遇到感兴趣的地方、物品,就可以点击这个新增的按钮启动摄像头拍照并进行

AI能力有待观察

次第落地的时间规划,不同地区的AI监管,甚至不同的AI供应商……iPhone16的销售疲软也反映了用户对AI能力无法对齐,进而导致产品体验感会因所在地区不同而产生分化的焦虑与担忧。

今年6月的苹果年度开发者大会(WWDC)上,苹果公司宣布了与OpenAI(美国开放人工智能研究中心)的合作,计划将其GPT-4o集成到iOS 18,iPadOS 18和macOS Sequoia中。不过由于各国监管要求,OpenAI无法成为苹果公司的全球AI合作商,此举也引发了不少果粉的质疑与焦虑。

“发布会上的AI能力令我印象深刻,这极大依赖于ChatGPT的AI能力,我认为国内没有一个能与OpenAI媲美的AI厂商,国内的‘苹果全家桶’会不会变成‘阉割版’?”

AI产生的新课题

软件定义手机的时代已经到来。随着AI能力走向消费端侧,国际消费电子企业必须开始直面AI能力的跨区域分配,以及产品黏性和硬件销售将受到AI能力影响等问题。

苹果的对手之一、国际消费电子巨头三星率先面对了这些问题。今年1月,三星推出了其首款人工智能旗舰手机——Galaxy S24系列。据了解,在全球大部分地区,三星Galaxy AI背后由Gemini提供支持,包括Galaxy S24搭载用于设备端的Gemini Nano,多项功能都是通过云端使用Gemini Pro处理计算任务。而中国版Galaxy S24系列则深度集成了百度文心大模型。不少用户也对三星使用不同的AI供应商以及提供差异的AI能力表示质疑,三星

AI识别,以便Apple Intelligence获取更多信息。

当消费者的好奇心被高高吊起时,苹果却公布Apple Intelligence将逐步落地的策略——Apple Intelligence将于10月在美国推出,12月在澳大利亚、英国、加拿大、新西兰、南非等国家推出,而支持中文、法语、日语、西班牙语、德语、意大利语、韩语、葡萄牙语、越南语等语种的Apple Intelligence要在2025年才上线,具体时间未定。

“发布会上展示的各类AI功能令人向往,但是就算现在买到iPhone16也无法用上。”一位消费者表示,担心苹果的Apple Intelligence能力无法达到发布会所宣传的那样,不少用户表示会在Apple Intelligence上线后,去Apple Store体验AI功能后再决定是否要购买。

一位“果粉”对《中国电子报》记者表达了自己的担忧。

事实上,对于Apple Intelligence分区域落地的政策,已经有部分非英语地区的用户开始采取行动——为了早些用上美国版Apple Intelligence,“果粉”开始尝试破解iPhone/Mac并分享攻略。

“从本质上来说,AI能力成为一种新型手机零件,这对于苹果这个供应链管理大师来说是一个新的挑战。”一位不愿具名的人工智能行业专家接受《中国电子报》记者采访时表示,为了生产出满意的硬件零件,苹果公司可以为供应商建厂,豪掷重金采购最新的设备,同时研发出一套严苛的流程来检验零件是否合格。但是对于供应商的AI能力,现阶段苹果公司爱莫能助,甚至没有统一的标准来评价判定。

对此不予回应。

对于AI能力的区域化差异,消费电子巨头们当前的应对策略是通过多样的供应商策略分散风险。例如,三星将国行版Galaxy S24的AI功能分给不同的AI厂商:通话摘要、文字处理、智能排版等功能由百度文心大模型提供,AI修图、AI扩图等功能则由美图支撑,而“笔记助手”则是与WPS合作。

近期,擅长分散风险的苹果也表示不会将AI功能放在OpenAI这一个篮子里。“显然,我们不会永远只依赖一个人,我们也在与其他人合作。但OpenAI是第一家,因为我认为今天他们是最好的。”库克曾公开表示。苹果公司高管也暗示,不排除会将谷歌Gemini引入苹果硬件的可能。

业内人士表示,“Apple Intelligence的延后落地”或许是iPhone16首周销售疲软的主要原因。

诸多分析机构认为,苹果分地区推动Apple Intelligence落地的策略,将对iPhone16的前期销售产生负面影响。

国际分析机构Counterpoint Research高级分析师Varun Mishra表示,Apple Intelligence提供的功能并不会吸引用户提前升级设备。考虑到功能和发布地区的多样性,Apple Intelligence的全面影响预计将需要一段时间逐步显现。另一国际机构IDC的全球数据与分析团队高级总监Nabila Popal表示,搭载Apple Intelligence的苹果手机有很多亮点,但由于没有完整的语言支持,新产品很难带来太多增长。

其他分析机构普遍预测,Apple Intelligence在全球落地可能延长至2025年,iPhone16的销售因此无法即时被拉动,明年9月发售的iPhone新机型或将收益更大。

从本质上来说,AI能力成为一种新型手机零件,这对于苹果这个供应链管理大师来说是一个新的挑战。

因此,目前还无法排除苹果公司因为选择的合作商不同,导致其硬件的AI性能产生差异的情况。

不过,业界也有另一种声音认为,现阶段不要高估AI供应商对于Apple Intelligence的影响。“AI供应商的多样性可能会在生成内容和用户体验方面带来不同的效果。然而,鉴于iPhone的端侧AI主要依赖于Apple Intelligence的统一界面,预计在短期内,这种差异对用户的直接体验影响有限。”GfK中国科技事业资深分析师王希在接受《中国电子报》记者采访时表示,对于端侧AI功能的实际使用场景,目前整个行业还处在探索当中,必须使用第一方端侧AI的特有场景也未落地,同时,根据GfK对消费者购机决策因素的研究,AI大模型功能的重要性排序并不靠前。

随着AI能力走向消费端侧,国际消费电子企业必须开始直面AI能力的跨区域分配。

“希望未来的苹果用户可以根据自己的爱好在不同的AI模型中选择。”苹果公司高管克雷格·费德里吉(Craig Federighi)表示。苹果公司有意让用户根据个人喜好和习惯来选择不同的AI供应商,以消弭不同供应商提供不同AI能力的负面影响。此外,苹果公司被报道寻找人工智能服务的中国合作伙伴,已经密集接触了百度、阿里巴巴、百川智能等国内大模型厂商。

“如何平衡各地区的AI监管和AI应用能力将成为包括苹果、三星在内的跨国公司的新课题,否则或将动摇用户未来持续选择该公司硬件产品的信心。”行业专家表示。

AI全球争霸赛向消费端渗透,更多跨国企业将承受压力。

2024年Q2全球VR头显市场排名公布

本报讯 近日,市场调查机构Counterpoint Research发布的最新数据显示,2024年第二季度,全球VR头显市场出现了小幅下滑,同比下降4%。尽管整体市场表现不佳,但Meta继续保持市场领导地位。

根据Counterpoint Research的报告,导致VR头显出货量下降的主要原因有两个方面。首先,索尼PlayStation VR2(PSVR2)出货量的急剧下降。PSVR2作为索尼在VR领域的旗舰产品,自今年年初发布以来,未能达到市场预期的需求,而PSVR2出货量在第二季度同比下降超过90%。其次,VR设备的创新停滞也是此次出货量下滑的重要原因。尽管VR技术在过去几年取得了长足进展,但消费者市场的应用创新有限,缺乏能真正打动用户的突破性内容。与此同时,全球经济环境的疲软也使得消费者在购买昂贵的高端VR设备时更加谨慎。

尽管市场整体下滑,Meta仍然是最大的赢家。2024年第二季度,Meta实现了

37%的同比增长,占据了80%的市场份额。这表明Meta凭借其在VR游戏、娱乐和元宇宙体验上的创新,继续在吸引大量用户。

字节跳动旗下的PICO在2024年第二季度实现了18%的同比增长,位居市场第二位。这主要得益于公司在企业领域的拓展以及在中国电商节“6·18”期间的促销活动。PICO通过扩展其应用场景,特别是在企业培训和娱乐领域,逐渐提升了其在全球市场中的地位。

而专注于企业VR领域的DPVR,则在2024年第二季度同比增长67%,跃升为全球第三大VR头显供应商。这一成绩主要得益于其产品在娱乐、教育和医疗行业的广泛应用。

苹果的Vision Pro头显在初期市场热度过后,出货量明显下滑。随着消费者对其高昂价格的质疑,市场对更多应用内容的期望值也在增加,消费者开始采取观望态度。

索尼同样面临严峻挑战,其PSVR2出货量同比下滑超过90%,表明该设备并未获得预期的市场反响。(文 编)

8月家用智能门锁线上零售量同比增长28%

本报讯 奥维云网(AVC)近日发布的《2024年8月中国家用智能门锁线上市场总结报告》显示,8月家用智能门锁线上市场增长势头持续,其中零售量规模同比增长28%,零售额同比增长9%。

中国家用智能门锁的传统电商市场8月均价为908元,环比7月有所回升。传统电商智能门锁市场规模增长主要得益于中低端产品线的强劲表现,这也是8月均价在900元左右徘徊的主要原因。从具体的价格区间来看,500元以下的入门级智能门锁成为销量增长的重要推手,其零售量同比提升145%。中等价位的智能门锁正在获得更广泛的市场认可,1000~1500元价位的智能门锁也表现出色,其零售量同比增长54%。1500~2500元价格区间内的产品通常提供更多的功能、更好的用户体验及更高的性价比,零售量同比增长41%。随着技术发展及产品逐渐丰富,中高端价格

段的产品具备的功能更加完善丰富,可以很好地满足用户的使用需求,在一定程度上影响了2500元及以上的高端智能门锁的市场需求,8月其零售量规模较去年同期下降了15%。

报告显示,8月传统电商市场中,猫眼大屏产品零售量占比超过40%,零售额占比超过50%。8月,人脸识别产品的量额渗透率均超过40%,且提升尤为显著,与2023年8月相比,其零售量占比增长了9个百分点,零售额占比增长了15个百分点。静脉识别技术对于追求极致安全性的用户而言,提供了可靠选择,其市场占比持续增长,尤其掌静脉产品在8月的增长表现更好。当前智能门锁市场以室外单摄为主,但双摄、三摄已开始成长,8月传统电商多摄智能门锁(含室外双摄、室内外双摄、室内外三摄)的零售量占比为2%,零售额占比为3%。(奥 文)

我国新型显示产业实现跨越式高速发展

(上接第1版)

当前我国显示技术创新整体体现了两大趋势,在显示技术本身的迭代升级之外,还要加强显示技术与人工智能、物联网等数字化技术深度融合。“中国显示行业有信心、有勇气且有能力在未来一段时间通过技术创新争取实现技术引领,这也是今后行业高质量发展的最大机遇。”京东方集团董事长陈炎顺表示。

显示生态圈不断健全

随着5G、IoT以及AI等新技术普及,以及绿色经济和数字经济的快速发展,前沿技术、潜力产品和创新应用层出不穷,Mini/Micro-LED、车载视窗、商用显示、健康显示、VR/AR、电子纸成为热点,为显示面板行业提供了更广阔的发展空间。

360Hz高刷新率电竞显示产品、透明显示屏笔记本电脑、三折叠屏手机、车载滑移卷曲AMOLED屏幕、电子纸艺术画屏等逐渐走向大众生活,彩电、笔记本电脑、手机等消费电子领域的中国品牌的快速成长,与上游新型显示器件企业互相促进,取得竞争力的整体提升。

在京东方、TCL华星、天马、维信诺等面板企业的带动下,我国逐渐形成辐射上游

材料、装备,全面赋能下游终端产品的产业生态。在上游材料方面,玻璃基板、驱动芯片、偏光片、光学膜等关键材料研发取得进步。以偏光片为例,我国企业杉金光电、恒美光电、三利谱相继加码高端“超宽幅”偏光片新产能,截至目前,全球已建成的2米及以上的超宽幅产线共19条,我国占据其中的12条,我国在超宽幅偏光片方面无论从产能还是技术来看都走在行业前列。

中国光学光电子行业协会液晶分会常务副理事长兼秘书长梁新清向记者表示,我国显示产业在厘清显示技术发展思路之后集中力量去突破,并在必要时上下游协同进行组团式创新,有助于取得整体性的研发突破。

新型显示产业的发展不仅为日常生活带来极大便利,也在引领电子产品更新迭代、信息技术产业升级、新质生产力孕育形成中发挥重要作用。新型显示产业正引领社会生活从“万物皆显示”走向更加广阔的“显示万物”时代。

中国科学院院士欧阳钟灿表示,显示技术百花齐放的面貌将持续赋能数字经济。未来,努力营造良性、公平的竞争环境,维护优质、高效的合作机制,推动颠覆性应用创新,是我国显示行业愿意和全球同行共同探讨的课题。

(上接第1版)

据悉,产线上的终端设备基于5G网络互联,不仅能实时显示各项生产数据,设备运行状态,还可以及时反馈设备故障情况。当设备出现故障,监控中心就会及时将信息发送到技术人员接收终端,技术人员便能通过5G网络进行远程操作。

工作人员向记者介绍道,封口胶涂布是碱锰电池生产最难的环节之一。高速旋转之下,必须保证封口胶涂布均匀,否则将导致电池出现漏液、鼓包等质量问题。均匀性难以肉眼判断,利用5G+AI视觉检测技术,就不会错过任何一条“漏网之鱼”。

记者在采访中了解到,通过基于5G边云协同的全流程工艺质量管理模式的建立,长虹新能源工厂生产的电池批次在一致性、稳定性方面更佳,产品放电均匀性提升6%,生产效率提升10%,人效提升25%,废损率下降30%~50%,制造过程能力指数提升50%~70%,关键质控100%。

智能的产线背后,还有智慧的5G工业互联网平台。在生产车间旁的大屏幕上,显示着长虹新能源公司集控中心的生产计划、实际产量、设备生产效率等关键指标。基于

长虹5G+工业互联网平台,大屏还连接着千里之外浙江嘉兴的制造基地,真正实现了材料端、设备端及产品端的真实一体化管控。

在研发设计、生产制造、检测监测、仓储物流、运营管理等全流程强化5G技术应用,直接推动工厂的自动化效率、工艺优化水平、精益生产规模显著提升,充分释放“5G+工业互联网”叠加倍增效应,在制造业、矿山、建筑、港口、医疗、交通行业中都有体现。

当前,我国“5G+工业互联网”项目数已超过1.4万个,工业互联网全面融入49个国民经济大类,实现工业大类全覆盖。

5G工厂充分展示了5G技术在提升生产效率、降低运营成本、推动绿色发展方面的潜力,既代表了中国制造业数字化转型的方向,也为全球“5G+工业互联网”发展提供了中国方案。

中国工业互联网研究院党委书记田川表示,工业互联网是新型工业化的关键基础设施,是网络强国建设的关键拼图之一。要利用我国在5G等新一代信息通信技术的领先优势和成效积累,加快提升网络覆盖范围和服务效能,引导企业开展内网改造和升级,推进5G工厂建设,提升互联互通水平。