

要真正切入新市场,就要找到这里的需求点,找到技术能够应用的地方。利用自身在物联网、人工智能等前沿技术优势,服务于内地相关企业及产业链。

HTC 困局背后——台湾电子产业的危与机

本报记者 崔爽

近几年,媒体上提到 HTC 的几乎都是“坏消息”。这个在智能手机时代创下过辉煌战绩的品牌,如今深陷唱衰声中。

腹背受敌的“硬件 loser”

传闻中“被卖过”很多次的 HTC,这次真的被卖了。

9月21日,HTC与Google签订合作协议书,其专注Pixel手机的设计研发人才加入Google,将部分知识产权非专属授权给Google使用,交易作价11亿美元。

这并没有太出人意料。连续三年营收下滑超过30%,新出机型市场遇冷,财报低迷,或被收购早已成了HTC的“关键词”。

2008年10月,HTC生产出世界上第一台Windows和安卓的智能手机,在美国市场迅速崛起,曾一度拿下三分之一的市场份额。在智能手机风潮乍起的2010年到2011年,HTC屡获大奖、股价翻倍,贡献了台湾四分之一的出口增长份额。

但巅峰转瞬即逝。过度依赖美国市场的HTC遭遇苹果的专利诉讼被迫退出,无力在高端市场与iPhone抗衡。回到头来又发现大陆新兴手机品牌已经入场,后者凭借高性价比、快速迭代和本土化品牌营销小步快跑地占领了中低端市场,HTC腹背受敌。

以“代工模式”打天下的HTC,并没有掌握芯片、屏幕等核心技术,它身上有台湾电子产业对外依存度的基因。

“先天不足”的台湾电子业

HTC的困境是台湾高端电子行业危机的缩影。暴露出来的,还只是冰山一角。

台湾电子产业腾飞于上世纪九十年代,



视觉中国

在它背后,曾经风光无限的台湾电子业似乎也走到了拐点。作为个人电脑时代全球重要的“科技岛”,电子业一度是台湾经济最强劲的引擎。而如今,它在智能手机时代日渐“失声”。

“被并购也不一定是坏事,可以保存品牌的有生力量。”厦门大学台湾研究院王勇教授对科技日报记者说。在把手机相关业务切割给谷歌后,HTC将更加专注于VR的探索——这也是HTC目前业务中最受好评的部分。

对此,执掌HTC的“铁娘子”王雪红表示:“(并购)不仅为Google硬件业务注入强大的创新研发动能,亦确保HTC在智能型手机和VIVE虚拟现实事业可持续创新。我们坚信HTC具备足够的优势,能够保有我们丰硕的创新成果,并有充分的发展潜力实现未来最新一代的创新产品与服务。”

经历并购、转型的HTC仍面对着质疑的声浪。“目前的VR市场还不成熟,主要体现在VR技术少有应用落地,很难产生实际的消费需求。”品牌专家尹杰表示。他认为,HTC布局VR从大方向来说是正确的,但进入的方法值得商榷——转型的理念是从技术端发力,而不是从消费者需求。要从需求出发,根据需求去寻找技术。

同样的看法也出现在王勇的采访中,他肯定了王雪红带领HTC在VR领域的打拼,大量资金和科技的注入有望形成一个精炼的自有品牌,但目前为止还没有获得太多市场机会。

以庞大的电子零部件集成产业链为支撑,核心是代工。大批中小型企业通过拷贝或借助国外的专利,靠组装和品牌外观创新形成自己

的品牌,并迅速转为应用型产品,获得利润。

“二十多年来,台湾电子业都没有处理好根本性的软肋。”王勇话说得很重,“台湾企业家学美国、学日本,引进先进技术,开发产品,从最初就无法独立成长。他们产品的创新点是产品外观的设计,但电子产业的核心基础是自主技术专利,他们一直没有。”

在他看来,通过购买等途径无法获取初始专利,买来的也往往是全球竞争链中偏落后的专利,零部件行业、电子存储器行业等支撑性行业都面临困境,台湾智能手机慢慢走上下坡路。

转变也绝非易事。当前,台湾地区面临着资金和人才的双重困境,高科技产业对基础人员的培养、高等教育对基础研究人才的培养长期不

生机在岛外

越来越多的台湾企业意识到海峡对岸蕴藏着巨大机会,他们“一路向北”。

台企有较强的自主性,这是他们“跨海自救”的优势。比如2015年台湾地区集成电路行业到大陆试水,就是其面对韩国企业的竞争压力做出的主动选择。

“和大陆合作是目前最快捷、最现实的选择。”王勇强调数次,“一方面,台湾电子在海外耕耘多年积累了很好的口碑,产品外观设计实力雄厚,大陆企业的核心部件很好,但外观设计差很多,双方合作很契合。另一方面,台湾地区成熟的应用性研究和大陆扎实的基础性研究也能互相成就。”

但“北上”之路也并不平坦。作为电子信息产业强劲分支,近年来云计算产业在两岸都迎来了快速发展期。“数位无限”就是一家从事云管理平台业务的台湾初创公司,其总经理陈文裕曾多次赴京寻找合作伙伴,但都“铩羽而归”。

“这是很多台湾初创公司遇到的情况。”台湾加速器StarFab COO徐瑞伯曾连续多年带队参加两岸项目对接会。“来参加对接会的两岸企业

足,企业自身也不具备支撑基础研发的实力。

与此同时,崛起的大陆电子产业从一开始走的就是一条不同于台湾电子产业模式的新路。大环境下,大陆资金充足,在基础研究和人才培养方面的投入很多;小环境下,企业主动把大量资源投入到自主研发中,打造自己的专利。

“不具备核心系统,无法取胜于市场。”王勇一针见血。

当被问到“还魂回春”的可能性时,他表示“台湾地区现在的电子产业在电子零部件设计和生产方面仅次于韩国、美国和日本,虽然跟日本或韩国的中高端无法竞争,但传统优势依然明显。”

“肯定是要困难一段时间,但也不是没有希望。”王勇坦言。

很多,但最终能对接上的很少。”在上周五举办的“京台前沿科技创新中心”揭牌仪式上,徐瑞伯对科技日报记者说。

此番他带领多家台湾初创公司来中关村路演,虽然成功的先例还有限,但大陆充足的技术人才储备和广阔的市场空间值得他们一次次前来。机会虽多,但在相对陌生的市场仍需有人牵线搭桥,这次他们选择与泰奇产业加速器与中关村云计算产业联盟合作。“集合三家的力量,成立创新中心,连接两岸的前沿科技、资本和市场。”徐瑞伯说。

在StarFab CEO刘晏蓉眼中,机会蕴藏在产业“痛点”中。她认为,要真正切入大陆市场,就要找到这里市场的需求点,找到技术能够应用的地方。利用台湾在物联网、人工智能等前沿技术优势,服务于内地相关企业及产业链。

“与大陆企业合作,获得技术提升,拓展生存空间。在海外市场也应及时将购买专利转向聘请海外技术人员共同研发,掌握自己的专利,走‘华为道路’。”王勇表示,从“亚洲之星”到危机四伏,台湾地区企业要有布局全球的视野和决心,直面困境,寻求出路。

IT 江湖

iPhone 十年记：苹果的光荣与国产手机梦想

孙云龙

近日,苹果发布了新一代iPhone系列新品:iPhone8,iPhone8 Plus和iPhone X。

时至今日,开启智能手机时代的iPhone手机已有十年的历史,而面对创新瓶颈推出的iPhone X更像是一次大胆的赌博,延续着乔布斯(Steve Jobs)的梦想,承载着苹果公司的市值压力。

十年后,iPhone X新品的创新更像是给粉丝一个交代。虽然在发布会之前,iPhone新品的配置、外观等细节已经被剧透,但粉丝消费者的关注度仍然不减。

苹果的品牌号召力仍旧强大

iPhone新品有多热?近七天的百度指数显示,iPhone8的搜索热度超过了诺兰导演的电影《敦刻尔克》,更是在发布会之前达到一个高峰。从这个角度来看,苹果的品牌号召力仍然强大。从一个科技产品变成众多粉丝、消费者关注的风向标,iPhone毕竟开启了智能手机的一个时代。

Strategy Analytics最新发布的研究报告显示,过去十年,从2007年至2017年Q2,苹果iPhone在全球累计出货量达到12亿部。iPhone是世界上畅销的消费电子产品之一。

iPhone X无疑是发布会上最大的明星。iPhone X的主要卖点包括:异形OLED全面屏,支持FaceID,支持无线充电和快充,配备双1200万像素后置摄像头并加入AR技术,可拍摄60fps的4k视频。

如果仅从全面屏来看,苹果iPhone X并不算太出众。先不说三星、华为都曾推出的曲面屏,此前夏普的美人尖AQUOS S2看上去似乎也更有眼缘。但苹果将FaceID作为全面屏的标配,去掉了此前的TouchID技术,可谓十分大胆。完全摒弃之前的设计与技术,不得不说是苹果会有的做法。

另外的创新来自无线充电,iPhone X更进一步支持快速充电。官方的说法是30分钟最多可以充50%电量。而在摄像技术上,除了标配的双摄,AR技术的支持也成为亮点。



iPhone十年间的演变

一路走高的价格与利润

虽然iPhone系列新品的价格一般都是在发布会最后才公布,但对于普通消费者来说价格肯定是最关注的因素之一。

不得不说,iPhone新产品的价格又一次超越了消费者预期。在国内,iPhone X售价8388元人民币起,iPhone8售价5888元起,iPhone8 Plus售价6688元起。每一代iPhone虽然不断升级,但价格升级的速度更像是坐了火箭。

同样来自Strategy Analytics的数据,2017年Q2,苹果一家独占全球智能手机行业运营利润的61%——比其他所有品牌运营利润的总和还要多。从2007年至2017年Q2期间,iPhone在全球已累计为苹果公司创造7604亿美元的收益。苹果手机的畅销带动了苹果公司股价不断上涨,市值不断攀升。

该报告预测,iPhone将在2018年底成为全球第一个价值万亿美元的智能机。

国产手机的机会在哪

不得不说,智能手机发展十年来,苹果的发布会看点逐渐减少。iPhone8系列与此前的iPhone7系列手机看上去差别不大,比较大的亮点是采用了自主研发的A11 Bionic处理器。从目前来看,国产手机有一定机会改写版图。

智能手机的竞争到了今天已经成为全产业链的竞争,从芯片、存储、屏幕和电池这些硬件到设计理念、操作系统和品牌塑造等软件,每一环节都不能有短板。三星手机的市场地位,离不开其供应链的支撑。此前,得益于存储芯片涨价,三星Note7的爆炸并没有影响其高利润。此次iPhone 8系列新品的涨价也与OLED面板产能不足有关,而目前三星、LG等少数几个厂商掌控了OLED屏幕的产能。

苹果手机产业链能力无疑全球领先。上述报告数据显示,作为全球第二大智能手机厂商,苹果在全球市场份额为11%。2017年Q2,在美国,苹果以25%的出货量份额成为美国第二大智能手机厂商;在中国,苹果以5%的出货量份额,成为第六大智能手机厂商。

中国手机厂商的创新与努力决定了当前国内手机市场的格局。华为、OPPO、VIVO和小米等国厂商在创新的路上不停探索,迎来了更大的机遇。

华为此前发布了首款AI芯片——麒麟970。这款即将用于Mate10的芯片内置了NPU单元,将大大提升机器学习能力。Mate10据说也是一款全面屏产品,将于10月份发布。而小米也抢在苹果之前一天发布了全面屏2.0新品小米MIX2。

新一轮的较量已经开始,谁能胜出,市场才是最好的证明。(据新华社)

(本版图片除标注外来源于网络)

支付宝小程序入场,注定与微信恶斗?

行业观察

张贺飞

距支付宝小程序8月18日宣布面向开发者公测已过去一个多月。日前,蚂蚁金服集团宣布,该款小程序于上周三起面向用户开放公测。

表面上看,加入小程序只是阿里大版图的一种补充,但是背后的战略意义或许没那么简单。

布局动机:打造生态闭环

腾讯、阿里两大互联网巨头纷纷涌入前途未卜的小程序市场,目前来看,小程序最重要的价值就是轻量化,帮助用户节省手机存储空间,替代低频次原生APP。但打造生态闭环才是两巨头赋予小程序的使命。

移动互联网时代的竞争是围绕流量展开的。作为国内互联网世界里的两个流量巨擘,它们围绕小程序讲了一个诱人的故事。企业以小程序的形式提供服务,背靠的是微信和支付宝这两个超级APP。诚然,在互联网新增用户红利期消失的大背景下,流量成了稀缺资源,也成了吸引开发者和合作伙伴的重要工具。

以激战正酣的共享单车为例,腾讯投资的摩拜成为微信小程序的第一批尝鲜者,且从摩拜小程序的数据分析可以看到,微信为摩拜带去了流量,而摩拜也帮助微信抢夺了更多的用户时间。

无独有偶,支付宝也开辟了共享单车的扫码入口,其中就包括和阿里有投资关系的ofo,并借助芝麻信用免押金的形式,为ofo导入流量。

出行只是一个局部,巨头们的野心是打造生态闭环,毕竟占领用户时间仍然是互联网最主要的商业模式。值得一提的是,就在支付宝上线小程序的当口,ofo的微信小程序正式上线,且在功能上和自家APP相同,包括定位、接收红包、充值等等。

成败关键:谁能守护用户利益

微信小程序推出已一年有余,除摩拜等少数头部客户,大多数商家并没摆出追捧的姿态。联想到“小程序”上线之初的媒体反映,如今多少有几分高开低走的意思。

归根结底,小程序是一个To B的东西,这跟To C的产品在逻辑上有本质区别。微信将更多的精力花在了用户体验和场景引入上,而忽略了开发者的利益和用户需求。倘若小程序对微信而言只是可有可无的提升,并不会给商家的核心利益加分,自然没有人愿意为之买单。

支付宝的人局,显然是看到了这一点,而微信搞不定的线下客户,或将成为支付宝小程序弯道超车的契机。微信与支付宝的线下支付战,说白了就是时间与空间的战役,微信最大的优势是用户的使用频率和时长,而支付宝最大的长处则是阿里系强大的服务商业的能力和体系。

支付宝小程序一经推出,就明确提出在未来不会涉及社交、内容等领域。当中有做社交电商失败经验的总结,但更多的是支付宝想把“用钱”这件事严肃化。而作为背后的依托,“芝麻信用”的优势就会被无限放大。

终极较量:社交和信用之争

一边是产品为王、拥有海量C端用户关系、时间和内容的腾讯;一边是运营为王、拥有强大B端客户运营经验和金融信用能力的支付宝。两者关于小程序的竞争终将演变成社交与信用的战役。

表面上看,微信拥有更多的C端客户,似乎在这场竞争中占据领先优势,不过微信作为一个社交属性更强的载体,已不再是纯粹的熟人沟通工具,很多人的好友列表中存在着大量的弱关系。换言之,人与人之间不再那么真诚、信任、无戒备,太娱乐化的环境下,注定了微信小程序的娱乐性和工具性。

而支付宝小程序则另辟蹊径,依托其强大的信用机制,或会主打“用钱的严肃性”。设想一个场景:所有支

付宝的小程序,都可以自愿公开运营者的信用分,作为吸引客户的依据;任何客户都可以凭借信用分的高低,得到不同档次的增值、差异化服务。

对于酒店、租房、共享业务等需要押金的应用场景,芝麻信用的存在可为商户提供一定的支持和引流,并为用户提供信用支撑证明,减少了押金的场景。

简单来说,支付宝小程序的初衷是成为支付宝商家吸引客源的工具,而这个方向似乎也值得微信去借鉴。

可以预见,支付宝的人局将给不温不火的小程序带来新话题,也将为开发者提供更多选择,终究不是一件坏事。

