

苹果放弃造车,只是不想再等了

□ 陈杰

热点观察

念念十年,“果粉”们最终还是没能等来苹果汽车。2月28日,苹果因终止其名为“泰坦”造车计划而上热搜。让广大“果粉”失望的同时,更是让整个电动汽车产业界为之震动。

过去十年间,苹果在汽车研发上的投入已超100亿美元。遗憾的是,“起得不晚”的苹果并没有得到圆满的结果。

这几天,关于苹果造车失败的分析大有“拨云见日”之势:苹果造车失败既有内部原因,也有外部环境的因素。内部方面,苹果一直强调产品的完美主义,对设计和功能都有着极高的要求,这种追求完美的态度,在一定程度上导致了研发周期的延长和成本的增加;外部方面,电动汽车市

场的竞争日益激烈,不仅有特斯拉这样的先行者,还有华为等科技巨头也在积极布局,都是其前进道路上绕不开的“坎”。

貌似很有道理,但苹果是真的造不出电动汽车吗?小米仅三年就能在车圈实现自产自研,何况是财大气粗、要啥有啥的苹果呢?或许,苹果只是意识到自己短时间内造不出划时代和颠覆性的电动汽车产品,跟特斯拉等厂商去拼整车价格又很不“苹果”,性价比比从来就不是苹果的调性。

再退一步讲,即便苹果在电动汽车领域的研究取得了革命性突破,但现实的情况是全球无人驾驶技术离大规模商用还很遥远,基础设施和政策法规也远未成熟。强如苹果,想在这一赛道变现并实现高盈利,也还有相当长的路要走。

踌躇十年,苹果显然是不想再等

待了。

理想汽车 CEO 李想说得很对,苹果放弃造车,选择聚焦人工智能是绝对正确的战略选择,时间点也合适。“做成了汽车,大获成功,苹果会增加2万亿美金的市值,但是汽车大获成功的必要条件仍然是人工智能。汽车的电动化是上半场,人工智能才是决赛。”

苹果的造车计划是终止了,但仍然处在风口上的电动汽车产业还要继续。

对于已在和即将进入电动汽车产业的企业而言,苹果已经用行动证明了即使拥有强大的资本和技术实力,想要短期内颠覆传统汽车产业并取得成功并非易事。原本,那些只想借鉴苹果模式快速进入智能汽车领域的科技企业,是时候重新审视一下自身的战略规划和投入产出比了。

此时最难受的,或许是首款电动汽车价格一直“难产”的小米。

看上去很美,折叠屏是谁的“菜”

□ 科普时报记者 陈杰



刚刚发布的 Pocket 2 广受女性用户推崇。
陈杰 摄

3月1日,华为全新的小折叠旗舰华为 Pocket 2 全渠道开售,引发线上线下抢购热潮。不少网友认为,就这么一个“小折叠屏”售价上万,有点太离谱了。显然,这种对价格的吐槽并不仅针对华为 Pocket 2,因为目前市售的主流折叠屏手机价格都不低。

经过4代技术迭代的折叠屏手机,已经获得消费者广泛认可了吗?“从目前市场发展情况来看,折叠屏手机确实已经形成了一定的市场规模,但是距离占据重要的市场份额和地位还远远没有实现。”通信行业资深分析师马继华告诉科普时报记者。

市场前景广泛被看好

市场分析机构 TrendForce 日前发布的报告显示,2023年折叠屏手机的全球出货量达1590万部,同比增长25%。而来自 IDC 数据显示,2023年中国折叠屏手机市场出货量约700.7万部,同比增长114.5%。其实,自2019年首代产品上市以来,我国折叠屏手机市场连续4年同比增速超过100%。

“折叠屏手机市场目前正处于高速发展阶段,其背后反映的是消费者对便携性和大屏幕体验日益增长的需求。”马继华认为,一方面,折叠屏手机兼顾了传统智能手机的便携性与平板电脑的大屏体验,满足了现代人对于

工作、娱乐多场景切换的需求;另一方面,折叠屏技术的进步,特别是柔性屏幕的耐用性提升、折痕问题得到了进一步解决,使得折叠屏手机的实用性与舒适度不断提高,也进一步提升了消费者的购买意愿。

不过,独立电信分析师付亮提醒,折叠屏手机市场其实并没有像某些厂商预测的那样井喷。“2023年折叠屏手机是增长最快品类,主要因素是上一年基数很低。”

目前,国内除了华为之外,其他厂商也在折叠屏领域展开了激烈的角逐。小米已经成功推出 MIX Fold 折叠屏手机,并计划继续推出更多形态的折叠屏新品;OPPO 的 Find N 折叠屏手机赢得了市场好评,后续亦有新品规划;vivo 同样蓄势待发,准备在折叠屏手机市场分一杯羹……

用户体验还未达要求

对于消费者普遍反映折叠屏产品定价过高的问题,马继华认为,包括屏幕电池、铰链等关键部件的研发和采购成本确实比较高,除非产品销量大幅增长,不然短期折叠屏手机价格下降的空间十分有限。“更为重要的是,当前折叠屏的首批用户属于价格不敏感型,厂商们也乐见其成,所以市场上折叠屏产品定价一个比一个高。”

在消费电子领域,高端产品一直拥有相对稳定的用户群体,但折叠屏手机似乎还游离在这个群体的边缘进行试探。马继华认为,目前的折叠屏手机市场看似供需两旺,但这一个高潮估计快要过去了。“从用户端来看,人们希望折叠屏手机的屏幕越来越大,便携性也越来越好,但目前屏幕折痕、易损等使用体验上,折叠屏手机还没有完全达到用户的要求,同时也缺乏那种只有在折叠屏上才能用起来、用得更好的专属国民级应用。”

付亮也认为,折叠屏手机还未完全得到用户广泛认可,其屏幕容易出问题且更换屏幕成本过高,这些都直接影响着用户体验。

更为重要的是,苹果还没有正式下场。“种种迹象表明,苹果已在该领域进行了深入研发。如果在未来几年内,苹果能推出折叠屏产品,肯定会进一步激活市场竞争,推动整个行业向前发展。”马继华说,但在此之前,就需要各大厂商在保持技术创新的同时,着力降低生产成本,丰富软件生态,才能吸引更多中高端消费群体的关注。

马继华提醒,折叠屏手机并非普通消费者的性价比选择,同等价位上直板手机的体验会更好。“当然,如果将手机作为生产力工具,拥有更大屏幕的折叠屏手机会是一个不错的选择。”

资讯品读

《辞海》网络版内容和技术的再升级

3月1日,《辞海》网络版发布3.0升级版,增补了百科词条和汉语语词共5万条,新增条目数量创《辞海》历版修订纪录;词条增补全学科同步推进,涵盖45个大学科;对界面进行更新设计,同时引入“智能搜索”和“千人千面”智能推荐,提升用户体验。

《辞海》网络版以《辞海》(第七版)纸质版内容为基础,是一款融合音视频、图像和三维立体模型的有声、有色、有形的“立体辞书”,可在电脑、手机等设备上随时随地查阅,是我国第一部走向互联网的大型综合性辞典。《辞海》网络版于2021年5月上线,2022年9月网络版2.0升级发布,截至2024年2月,已累计为500多万用户提供超过4.2亿次的知识查找服务。

点评:此次升级标志着百年《辞海》这一国家重大文化工程数字化转型与智能化应用进入新阶段,在发挥文化品牌影响力传播力、打造国家文化数字化资源库方面迈出新步伐。

超声波指纹或将引领解锁新风潮

3月4日,有媒体爆料小米将在其15全系手机上测试超声波指纹识别,或将为消费者带来全新的超声波指纹旗舰机型。

与光学指纹识别相比,超声波指纹识别能够构建出3D指纹图像,对水渍和污渍的抗干扰能力更强,识别率远高于光学指纹,同时还支持活体检测,让指纹解锁更安全。尽管超声波指纹技术的优势明显,但搭载该技术的手机却很少。原因在于超声波指纹的成本太贵。多数厂商为了节约成本,并不愿意使用超声波指纹技术。

点评:智能手机市场的竞争愈发激烈,各大品牌都在寻找能够吸引消费者的新卖点。而随着技术的进步和成本的逐渐降低,超声波指纹识别的优势已经逐渐显现。

智能可穿戴产业面临新挑战

3月4日,市场调研机构Canalys发布的数据显示,2023年第四季度全球智能可穿戴设备的出货量为4850万台,同比下跌3%。

全球市场,尽管苹果的出货量连续四个季度下降,但依然以21%的市场份额稳居第一;小米凭借多款智能手表和多品类可穿戴新品的推出,实现了45%的同比增长,以11%的市场份额紧随其后;华为则通过新品Watch GT4的推动,实现了9%的市场份额,排名第三。

国内市场,华为凭借33%的市场份额位居第一;小米占据20%的市场份额排名第二;小天才(XTC)占据11%的市场份额;排名第四的是占据6%市场份额的苹果。

点评:去年第四季度之前,全球智能可穿戴设备需求量一直保持增长态势,但随着技术的不断发展和用户需求的不不断变化,可穿戴设备市场必然要面临新的挑战。