

智能手机市场“遇冷” 中国厂商如何突围？

全球智能手机市场的“寒意”从去年延续至今。市场研究机构 TechInsights 在最新报告中表示,2023年,全球智能手机出货量预计同比下降1%。国际数据公司(IDC)手机季度跟踪报告也显示,2023年智能手机市场仍旧难言乐观。中国市场的出货量预计同比下降1.1%。

在刚刚结束的世界移动通信大会(MWC)上,中国手机厂商比以往任何时候都更加引人注目。尽管如此,中国手机厂商仍需要在全行业遇冷的大背景下找到新的突破口。



为什么手机卖不动了？

根据 Counterpoint 的最新研究,全球智能手机市场在 2022 年第四季度仍然面临压力,尽管出货量环比增长 1%,达到 3039 亿部,但出货量同比下降 18%,为 2013 年以来的最低水平。2022 年全年的出货量也下降至 12 亿部,为 2013 年以来的最低水平。

全球智能手机收入和营业利润也出现下滑,尽管幅度小于出货量。2022 年,主要 OEM 厂商增加了高端手机产品组合,推动整体平均售价(ASP)同比上涨 5%,收入下降 9%,导致智能手机年收入达到 4090 亿美元,为 2017 年以来的最低水平。

信息消费联盟理事长项立刚表示,全球智能手机销售遇冷主要考虑两方面原因:一是受疫情影响,全球经济不振,消费者失去了购买智能手机热情;二是从技术层面上来看,智能手机没有实现更多突破和创新,带给消费者惊喜。但他认为,中国手机厂商在技术上的尝试要领先于其他美国、韩国手机厂商。

对于全球手机销售情况今年是否会迎来“春天”,CINNO Research 资深分析师刘雨实表示,进入 2023 年,预计短期内疫情的影响还将持续抑制消费需求,影响将贯穿 2023 年上半年,随着经济的持续复苏和消费市场的回暖,2023 年下半年情况或将逐步好转,出货量相比上半年将明显回升,但全年出货量仍处于弱增长通道,出货量或将同比持平或略好于 2022 年。在此情况下,中国智能手机应一方面动态调整库存,另一方面加大技术储备力度和布局供应链深度,增加自研投入,为长远发展早做布局。

各方看好折叠屏市场

一系列折叠屏手机今年将进入国际市场。2019 年,三星与华为分别推出折叠屏手机。直至

目前,三星折叠屏产品仍然占据着大部分市场。根据市场研究机构 Canalys 数据显示,三星占 2022 年全球折叠屏手机出货量的 80%。此外,中国智能手机制造商荣耀和 OPPO 首次在海外发布折叠屏手机,追赶竞争对手三星电子,以在低迷的手机市场中提振销售。

但各大手机厂商纷纷发力的折叠屏手机是否能将它们从“寒冬”中解救出来?从数据上来看,去年折叠屏手机出货量达到 1400 万部,比 2021 年增长 59%。Canalys 分析师鲁纳尔·比约霍夫德预测,今年折叠屏手机出货量可达到 3000 万部。OPPO 海外销售与服务总裁张洲川表示,包括 OPPO 在内的很多中国手机厂商都认为折叠屏手机在海外市场是一个非常好的增长机会,未来会成为出海“利器”。

此外,CCS Insight 一位分析师认为,智能手机中的一个例外是折叠屏类别。这种新产品外形在市场上提供了真正的差异化和兴奋点。三星很显然已经在这个高利润利基市场取得了早期成功,随着中国制造商进入,预计这一相对较新的细分市场竞争将加剧。IDC 分析师表示,许多业内人士都希望折叠屏手机能够流行起来。这一产品将是智能手机市场的增长动力,能够帮助手机制造商提高平均售价。

进入欧洲市场寻求突破

“为什么几乎所有中国手机品牌都试图推出优质产品,尤其是折叠屏手机?因为这能帮助他们讲述更好的品牌故事,并在贸易展会期间与渠道、零售商和电信运营商建立联系。”鲁纳尔·比约霍夫德表示:“大部分欧洲市场仍由苹果和三星主导,因此中国手机必须在这方面有所突破。”

从全球市场布局来看,中国智能手机有一定的“偏好”。印度市场与东南亚市场由于人口基数优势以及巨大的增长空间成为早期中国智能手机“出海”的热门选择。但在去年,印度市场上

的中国手机厂商屡遭印度税务等部门的“发难”,加上印度也提出了自己的手机发展布局,市场竞争加剧。在东南亚市场上,中国手机品牌深耕多年,已然形成一定的竞争格局,但寻求增量也并不轻松。被称为“非洲手机之王”的中国传音以高性价比在非洲地区深受欢迎,其近期发布的 2022 年业绩快报显示,预计实现营业收入 463.61 亿元,同比下降 6.17%。面对库存水位处于高位等问题,传音也正在从功能手机业务转移到智能手机业务,向高端市场发力。

因此,IDC 中国高级分析师郭天翔认为,欧洲市场是当下海外高端实现突破的最好选择。“亚太、南美、非洲等新型市场,由于经济等因素对于高端产品需求较小。美国市场受政治因素影响较大。因此各方来看,欧洲市场更适合。”

张洲川表示,2023 年,OPPO 会更加坚定在西欧市场的长期投入。根据第三方机构数据,2022 年,在市场大环境艰难的情况下,OPPO 在欧洲手机市场名列第 5。

在德国一家电信公司担任分析人员的弗兰克·凯斯勒近年来一直关注中国手机在欧洲市场的发展。他表示,中国手机进军欧洲市场比苹果和三星要晚很多年。但之后华为后来居上,仅一步之遥就要超越三星。不过,在美国一系列制裁下,华为在欧洲的销量出现下滑。“尽管后来小米等填补了华为的市场空缺,但总体来说与苹果和三星还有一定距离。”他说,一方面是因为中国手机品牌的海外宣传还需进一步提升。另一方面也是最重要的,许多专利掌握在欧美国家手中。最近他发现,华为重新走进德国大型电器连锁店,新机型再次受到关注,这是一个好趋势。

项立刚也表示,欧洲市场曾经也是中国的重要市场,尽管近些年来有来自政治方面的压力,但中国手机厂商具备自己的优势,仍有诸多机会。

综合《环球时报》

ITMT 快报

谷歌视觉语言模型 可让机器人更自主

近日,谷歌发布了其最新的语言模型 PaLM-E,该模型具有 5620 亿的参数量(ChatGPT 为 1750 亿参数),是谷歌历史上参数量最大的模型。PaLM-E 是迄今为止已知的最大视觉语言模型,它不仅可以理解图像,还能理解、生成语言,执行各种复杂的机器人指令而无需重新训练。它还展示了强大的涌现能力(模型有不可预测的表现)。

据研究团队表示,语言模型越大,在视觉语言和机器人任务训练时就越能保持其语言能力,PaLM-E 的 5620 亿参数量刚好让它保留住了几乎所有语言能力。同时,PaLM-E 的正迁移能力也得到了研究团队的验证,同时在多个任务领域训练的 PaLM-E,单任务能力相比“专精 AI”显着提高。

除了人机交互方面有着重大进展,研究团队还发现了 PaLM-E 有着诸如多模态思维链推理和多图像推理等新兴能力,在 OK-VQA 视觉问答基准测试上达成了新的 SOTA(最佳水平 AI)。

此外,PaLM-E 还具有对话任务方面的能力。团队将其与已有的对话 AI 进行了比较,结果显示,PaLM-E 的对话能力相对较强,不仅在生成自然流畅的回复方面表现出色,还可以进行常识性推理和逻辑性推理,具备更好的智能交互能力。

谷歌研究员表示,PaLM-E 的发布意味着谷歌正迈向一种更加综合和全面的 AI。未来,这种能够同时处理多种任务的通才 AI 将在工业自动化、智能家居、医疗辅助等领域发挥越来越重要的作用。 综合

华为携手 4 家合作伙伴 深耕政务与城市数字化

近日,华为技术有限公司与 4 家伙伴企业举行政务一网通军团核心合作伙伴签约。本次签约代表着华为政务一网通军团与行业核心合作伙伴在政务与城市数字化领域展开深入的能力合作。双方将围绕政务与城市数字化场景打造解决方案能力和端到端的商业能力,构建咨询规划、解决方案、集成、服务、运营等端到端的能力体系,共同提升客户体验,服务全球客户,实现合作共赢。

政务与城市数字化转型涉及多场景。为了更好地满足客户需求,提升客户体验,华为政务一网通军团持续提升城市智能体架构,和核心合作伙伴共同围绕城市智能感知、智能联接、智能中枢、一网通办、一网统管等场景打造基线能力和创新商业模式。 综合

文明健康 有你有我
WEN MING JIAN KANG YOU NI YOU WO



共筑新风——守望相助
青岛市精神文明建设委员会办公室