

应用场景渗透生活 可穿戴设备市场回温



能手表收入预计将达到350亿美元。

个人智能音频设备出货量回升

市场研究机构Canalys最新数据显示,2023年第二季度,全球个人智能音频设备(包括TWS设备、无线头戴设备、无线颈挂设备)出货量有所回升,达到9568万部,第二季度仅下滑了2%,基本追平去年同期。其中,TWS市场增长8%,出货量达到6816万部。GFK报告称,这也是TWS销售额近五个季度以来的首次正增长。

其中,苹果出货量增长2%,以26%的市场占有率位居全球个人智能音频设备厂商第一。三星则受益于JBL入门级TWS推动,整体出货增长3%,以9%的市场占比位居第二。

值得一提的是,印度本土厂商boAt凭借其性价比优势冲入全球前五,出货量同比增长38%,以7%的市场份额排名第三。小米以5%的市场份额位居第四。OPPO(包括一加)位居第五,出货量同比增长25%。

而中国个人智能音频市场2023年第二季度排名前五的厂商分别是小米、苹果、华为、漫步者与OPPO,排名第一的小米出货量同比增长10%,占据了15%的市场份额,苹果则以14%的市场份额紧随其后,华为在各厂商中增速最快,出货量同比增长了27%。

小米今年在个人智能音频设备领域的增长主要靠高性价比的中低价位产品驱动。记者在线下走访小米门店时得知,价位400元左右的Redmi Buds 4 Pro系列是较为畅销的款式,其与哈利波特联名的定制款Redmi Buds 4 Pro热度更高。

TWS由于技术比较成熟,对于中低价位段的产品需求会更高。消费者对于更长续航的产品有换机需求,同时由于TWS在佩戴和取下的过程中有丢失的概率,这也会带动一部分需求。综合来看,下半年TWS还是会有增长。

针对无线耳机领域可能出现的新卖点,软件层面可能会有结合AI搭配实时翻译等语音功能的出现,以及不入耳的OWS耳机,作为新形态对一些消费者可能更友好。

GFK数据也显示,今年第一季度,非入耳型耳机在TWS领域销量份额占比12%,越来越多的

消费者开始青睐非入耳的产品,注重自身的耳部健康。

XR设备阶段性遇冷

除手表和耳机之外,虚拟现实(VR)头显也是备受关注的可穿戴赛道,尤其是今年苹果推出首款MR(混合现实)产品后,市场在争议中引来新一波热潮。根据Counterpoint公布的追踪数据,包括增强现实(AR)和(VR)在内,2023年第一季度全球扩展现实(XR)头显的出货量同比下降33%。“元宇宙”概念带来的XR产品热在今年有所冷静,GFK报告也指出,受疫情结束,正常工作学习场景逐渐恢复的影响,XR市场的销售量与销售额同比均呈现下降趋势。

据Counterpoint数据整理,在全球XR厂商方面,Meta凭借着Quest系列的持续良好表现,以49%的份额领跑市场,索尼则以新品PSVR2带动增长,以32%的份额排在第二位。紧随其后的是PICO、大朋VR、HTC,它们的市场份额分别为7%、6%、1%。

作为普及度尚有限的个人智能穿戴设备,XR产品市场发展的痛点主要在于价格与使用场景。GFK数据显示,随着XR设备软硬件技术的发展以及XR生态的持续优化,XR一体机与AR/MR设备的主要销售价位段都处在2000元至3000元,更低的价格也是促进XR规模化发展的一个重要因素。

XR产品目前的使用场景较为有限,这也是XR市场发展的一个关键问题,因此提升用户体验与拓宽使用场景也是推动XR头显出货量增长的重要方面。未来的可穿戴设备主要应用场景可以有医疗健康领域、运动领域、娱乐领域、教育领域与生活领域。

在医疗健康方面,可以期待新产品在多场景下实时健康监测,以及为用户提供相应的健康管理建议;以更先进的显示技术,根据不同消费者的偏好提供更有沉浸感的娱乐体验;或协助相关教育机构,实现更实时、独立场景下的远程教育等。

可以看到,在XR生态构建逐步完善的愿景下,XR产品仍然有较为广阔的发展空间,未来XR设备赛道将开启新一轮的角逐,XR产品的出货量在可穿戴设备类别中的占比也有望提高。

供稿:《21世纪经济报道》

ITMT快报

中国移动完成手机直连卫星模拟验证

近日,中国移动携手中兴通讯、是德科技共同完成国内首次运营商NR-NTN低轨卫星实验室模拟验证,支持手机卫星宽带业务。

NTN(non-terrestrial network,非地面网络)作为地面蜂窝通信技术的重要补充,是手机直连卫星的技术路径之一。NR-NTN是NTN技术的分支,指采用5G NR框架来实现智能手机直连卫星。

本次测试验证采用3GPP R17 NR-NTN国际标准,实现了端到端全链路贯通及数据传输验证,其成功的意义在于,验证了手机等消费电子设备直接连接卫星的可能性。

手机直连卫星,即在地球任意地点,无须大型地面设备或地面基站中转,仅凭一部智能手机就能与卫星连接,卫星负责接收和转发信号,并对信号进行放大,使人们在地球任何地方都可以进行移动通信,不受环境、距离的影响。

2023年5月,中国移动还率先完成了国内首款5G IoT NTN(NTN技术的另一个分支)手机直连卫星实验室验证,支持双向语音对讲和文字消息,同时开展二期验证优化,全面提升高轨手机直连卫星落地能力。

据财联社

联发科3纳米芯片预计2024年量产

联发科与台积电昨日共同宣布,联发科首款采用台积电3纳米制程生产的天玑旗舰芯片开发进度十分顺利,日前已成功流片,预计将在明年量产。联发科与台积电长期保持着紧密且深度的战略合作关系,双方充分发挥各自在芯片设计和制造方面的独特优势,共同打造拥有高性能、低功耗特性的高能效旗舰芯片,赋能全球终端设备。

联发科总经理陈冠州表示:“联发科在拓展全球旗舰市场的策略上,致力于采用全球最先进的技术为用户打造尖端科技产品,提升及丰富大众生活。台积电稳定且高品质的制造能力,让MediaTek在旗舰芯片上的优异设计得以充分展现,以高性能、高能效且品质稳定的最佳芯片方案提供给全球客户,为旗舰市场带来前所未有的用户体验。”

台积电3纳米制程技术不仅为高性能计算和移动应用提供完整的平台支持,还拥有更强化的性能、功耗以及良率。相较于5纳米制程,台积电3纳米制程技术的逻辑密度增加约60%,在相同功耗下速度提升18%,或者在相同速度下功耗降低32%。

联发科一直基于业界领先的制程工艺打造Dimensity天玑旗舰芯片,满足用户在移动计算、高速连接、人工智能、多媒体娱乐等领域不断升级的体验需求,赋能智能手机、平板电脑、智能汽车等各类设备。联发科首款采用台积电3纳米制程的天玑旗舰芯片将于2024年下半年上市,为新一代终端设备注入强大实力,引领用户体验迈向新篇章。

综合

3D打印活性材料可清除水中污染物

美国加州大学圣迭戈分校研究人员开发了一种3D打印的新型生物工程材料,可提供可持续和环保的解决方案来清除水中的污染物。

这种去污材料由一种以海藻为基础的聚合物和细菌组合而成,这些细菌经过基因工程改造,可产生一种酶,能将各种有机污染物转化为良性分子。这些细菌还可在茶碱分子存在的情况下“自毁”,茶碱通常存在于茶和巧克力中,这提供了一种在“完成任务”后清除细菌的方法。

研究共同负责人、加州大学圣迭戈分校纳米工程教授乔恩·波科尔斯基表示,研究的创新之处在于,将聚合物材料与生物系统配对,创造出一种活性材料,这种材料可发挥功能,并对刺激作出反应,而普通合成材料无法做到这一点。

研究人员使用了藻酸盐,将其水合制成凝胶,然后与一种名为蓝藻的水生光合细菌混合。研究人员利用3D打印机对混合物进行打印。在测试了材料的各种3D打印几何形状后,研究人员发现,格子状结构是保持细菌存活的最佳结构。所选形状具有较高的表面积与体积比,这使得大部分蓝藻能靠近材料表面以获取营养、空气和光线。

基因工程改造的蓝藻不断产生一种名为漆酶的去污酶。研究表明,漆酶可用于中和来自双酚A、抗生素和染料中的多种有机污染物。研究人员证明,新材料可用于净化靛红染料,这种染料广泛用于纺织行业中对牛仔布料的染色过程。在测试中,新材料能使含有染料的水溶液脱色。

研究人员还开发了在污染物清除后消除蓝藻的方法。他们对细菌进行基因改造,使其对茶碱分子产生反应。这种分子触发细菌产生一种蛋白质以破坏它们的细胞,如同一个“自毁装置”。这种方式可减少人们对转基因细菌长期存在于环境中的担忧。

据《科技日报》

智能手表专业化

根据市场调研机构Counterpoint数据显示,2023年第一季度中国智能手表出货量同比下降28%,环比下降16%,达到过去12个季度以来的最低水平。

针对智能手表今年第一季度的表现,Counterpoint认为,疫情之后由于整体消费信心尚未恢复等原因,所以市场整体表现不佳。另外中国消费者对于智能手表已经过了尝鲜阶段,在中低价位段同质化比较严重的情况下,消费者对此价位段智能手表的需求在萎缩,对出货量表现有所影响。

但是,业内预计智能手表市场今年整体保持平稳。Counterpoint预测,智能手表下半年预计会有所回升,拥有更精准健康监测功能以及更专业的运动监测功能的产品会进入市场,预计中国市场2023年全年出货量会与2022年基本持平。

从第二季度数据看,市场已经有所回暖。Counterpoint提供的最新数据显示,2023年第二季度中国智能手表出货量增长5%,市场整体有所复苏,Counterpoint表示,第二季度的假期出行与“6·18”购物节提振了消费者的需求,使得市场表现高于预期。

第二季度中国智能手表出货量排名前五的企业分别是华为、小天才、苹果、小米与OPPO,分别占据了39%、21%、13%、8%、2%的市场份额。其中,华为新推出的Watch 4与Watch 4 pro带动了品牌出货量同比增长了58%。

小米的出货量则同比下降了15%,消费者对入门级产品兴趣的减弱使得小米市场份额表现不佳。Counterpoint指出:“越来越多的消费者正在被更智能的手表机型吸引,这些设备有更精确的健康监测、更多的运动追踪与指导功能。自Apple Watch Ultra发布以来,高端市场的份额一直在增长。”

健康监测成为了智能手表未来发展的重要方向,将积极推动智能手表产业的发展。更丰富的监测功能、更准确的监测结果、更友好的监测方式,将成为新产品吸引消费者的三大亮点。

据TechInsights预测,2023年-2028年,全球智能手表的平均售价将下降,到2028年全球智

技术优势和品牌影响力不断提升

智能驾驶“中国方案”加速出海

9月4日至9日,2023年德国国际汽车及智慧出行博览会(以下简称“慕尼黑车展”)在德国慕尼黑举办。数据显示,参加此次慕尼黑车展的中国企业有50余家,是上一届的两倍。

值得一提的是,在此次慕尼黑车展,元戎启行、禾赛科技、轻舟智航等一众智能驾驶相关企业均提及了出海计划。

中国汽车出口市场规模在迅速壮大,技术优势、品牌影响力也在不断提升。中国汽车产业正在从汽车大国向汽车强国迈进,国际汽车市场上将会出现越来越多中国品牌身影。

积极抢占海外市场

展会开幕式当天,元戎启行CEO周光宣布,公司正在为技术“出海”做准备,德国将会成为出海的第一站。

对于为何选择德国作为出海第一站,周光表示:“德国是一个充满吸引力的市场,这里是汽车的诞生地,汇集了多家头部跨国车企。如今,随着智能驾驶浪潮来袭,汽车行业面临转变,车企正在迫切地追赶智能化变革的浪潮。”

据了解,目前元戎启行正在与多家国际车企进行技术接洽。2024年将在德国设立欧洲运营中心,同步发布海外版的DeepRoute-Driver 3.0方案、D-PRO和D-AIR两款智能驾驶产品,以及智能驾驶轻卡。

激光雷达企业禾赛科技的超高清远距激光雷达AT128首次亮相慕尼黑车展,但其却已赋能多款量产车型,并在德国、挪威全面开售。今



年上半年,禾赛科技积极布局欧洲量产车市场,并于今年获得TISAX最高等级AL3评估标签,通过了欧洲汽车供应链严苛的准入要求。

轻舟智航联合创始人兼CEO于骞表示,在智能汽车时代,不仅要有中国品牌,也要有中国方案。公司正在与产业上下游企业通力合作,共同把握智能汽车时代产业升级转型的重大契机,让中国的智能驾驶方案成为全球汽车产业智能化浪潮下的重要力量。

机遇与挑战并存

IDC中国研究经理王博表示:“驾驶辅助功能在中国汽车市场的渗透率在最近几年快速上升,消费者愈发习惯与车机相互配合的驾驶模式,为智能驾驶在现实场景中的落地提供了良好的市场环境。中国智能驾驶产业上下游技术不断走向成熟。尤其在过去一年中,以大众为

代表的头部海外车企与中国智能驾驶产业上下游供应商及整车企业的合作进一步加深,标志着整个汽车行业对中国智能驾驶技术的认可,以及传统汽车产业开放性的增强。”

目前来看,除欧洲外,东南亚、中东、非洲也是中国汽车品牌的重要增长极。

7月3日,阿联酋批准了首个自动驾驶路跑牌照,并将其授予了文远知行。据悉,这也是中东乃至全球首个国家级全域自动驾驶路跑牌照,获此牌照的文远知行将在阿联酋开展各类自动驾驶车辆的测试和运营。

王博表示:“在国内出行市场的落地与实践使智能驾驶软件提供商得以在数据流、业务流等方面形成闭环,为出海奠定了良好的基础。”

深度科技研究院院长张孝荣认为,中国新能源车位居世界前列,在全球形成了庞大的产业生态,第三方智驾软件开发商有足够宽阔的视野来提升自身水平,技术开发能力相对处于高位,能够满足许多“电动车产业不发达”市场的需要。

然而,王博表示,企业在出海的过程中依然需要面临不同国家在数据安全、基础设施等方面不同的技术标准,以及痛点各异的驾驶环境。

对此,元戎启行表示,为适应德国市场,公司按照德国路况与用户的驾车习惯对系统进行了本地化调整,如强化了前向碰撞预警、自动紧急制动、紧急转向辅助等功能,也专门针对转弯让直行、辅道让主道、未进入环岛让已进入环岛等德国路权规则优化感知与决策规划算法。

据《证券日报》