

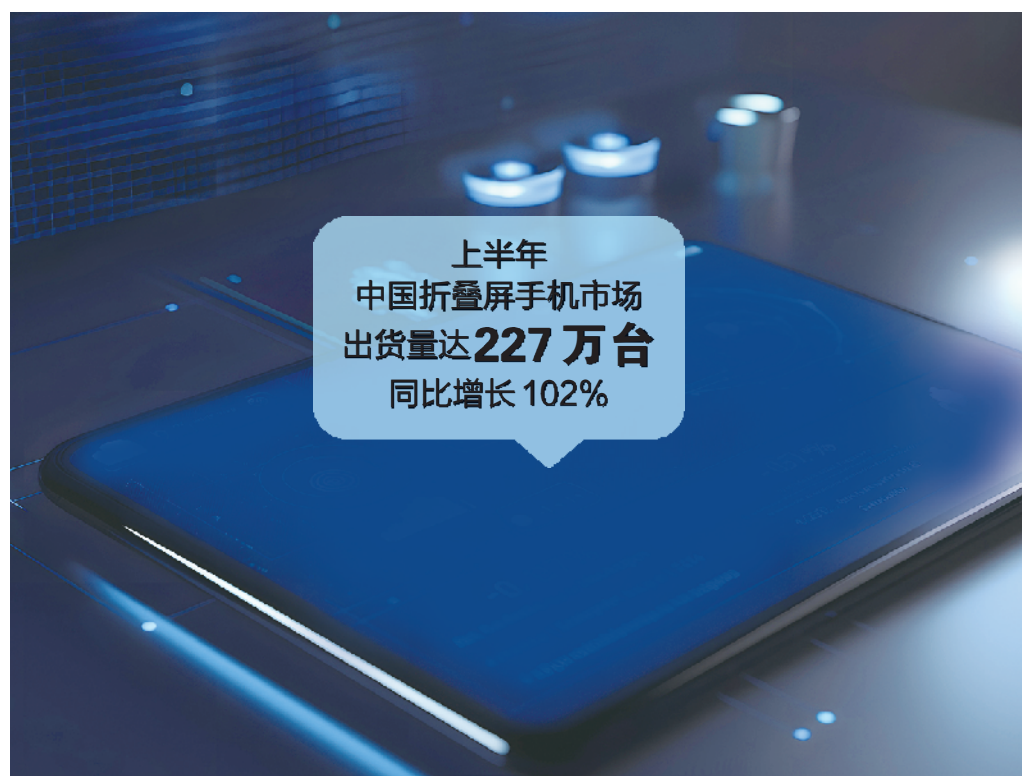
提升产品竞争力 手机厂商竞速折叠屏

手机大盘持续承压背景下,折叠屏成为其中为数不多的成长性细分市场品类,也是手机厂商创新竞速和凝聚生态的核心赛道。

IDC统计显示,2023年上半年,中国折叠屏手机市场出货量达227万台,同比增长102%。高成长性的另一面,是该市场整体占比并不高,且处在持续变化过程中。随着各大品牌不断迭代新品,市场份额和位次也在持续变化。

近期,IDC中国高级分析师郭天翔表示,今年上半年,折叠屏手机占中国整体智能手机市场的1.7%,份额较低。虽然未来几年折叠屏手机会长期保持增长势头,但基于成本价格、产品定位以及消费者接受程度等因素,预计市场占比依然较低,到2027年会超过中国整体智能手机市场的5%。

这将同时考验整机厂商硬件协同创新,和软件联合调教、生态搭建等能力。纵向观察第三方机构统计数据可见,随着国产整机厂商悉数入局,折叠屏市场变量不断出现,格局在持续更迭。变化中的折叠屏手机,将走向何方?



格局更迭

不同于折叠屏手机,直屏手机无论从硬件供应链还是软件生态都早已发展成熟,伴随宏观环境承压,今年以来直屏手机的消费整体还处在缓慢复苏态势中。

手机厂商竞相寻求细分市场的成长空间,其中表现最为突出的就是折叠屏品类。

IDC分析认为,自问世以来,折叠屏手机市场一直保持快速增长,且是目前低迷的手机市场里唯一保持上升趋势的细分市场。各安卓厂商纷纷重点打造各自的折叠屏产品,由于苹果公司短期内不会进入该市场,因此开发折叠屏手机就成为安卓厂商打造与苹果差异化产品、缩小与苹果在高端市场差距的重要布局。

中国是全球范围内对折叠屏兴趣最高的市场。Counterpoint统计显示,今年一季度按照出货量计算,全球四大主要市场中,中国的折叠屏出货年增速翻倍不止,是驱动全球折叠屏市场强劲增长的主要力量。北美市场增速则为43%,西欧增速17%,亚太地区增速15%。而即便是2022年一季度,中国市场的折叠屏出货量也远高于另外三大主要市场。

面对如此旺盛的需求,头部手机厂商竞相入局。从早期有更大供应链优势的三星,到后续国产品牌相继入局,从横折、竖折,到外折、内折等不同款式推陈出新,份额和位次也在持续变化。

IDC统计显示,2021年中国折叠屏手机市场以华为、三星、小米分列前三,份额分别为49.3%、28.8%、13.2%,彼时国产品牌还未对折叠屏市场布局完全。

到2023年上半年,CINNO Research统计显示,行业前三变成了华为、OPPO、三星。据Counterpoint分析,从上半年最畅销折叠屏机型销量排名来看,OPPO第二代竖折款Find N2 Flip以13.1%的份额位居第一,其他机型份额均在个位数百分比。这让OPPO占据竖向小折叠市场31%份额,助推其在上半年实现20%的折叠屏手机市场份额,位列行业第二。

这显示出折叠屏市场的另一个特征:持续的变量。

尚处在发展早期的折叠屏品类,无论从产品尺寸、翻折方式,还是关键零部件调教,仍在不断变化并刺激市场,这导致随着新产品迭代,整体格局也在持续更迭。

郭天翔表示,折叠屏市场还处在发展进程中,这几年随着供应链的技术成熟,每年产品都有非常明显的提升。而各家厂商对于折叠屏产品的重视程度较高,不断加大投入和与供应链的合作,所以厂商发布的每一代新品都有其特色,这令每一家推出新品时,往往会激发市场新的关注度。

在此过程中,厂商需要从产品出发,加强与供应链的合作研发,推出具有差异化和创新的产品,不断提升产品竞争力。

软硬协同

当前发布的折叠屏产品普遍配备横折和竖折两种品类,其面向的细分市场并不相同,由此软硬件的配置也有差异化表现。

郭天翔表示,目前市场上由横折产品占据更多份额,但横折和竖折两类形态的市场份额其实差距不大。因为二者用户定位不同:横折产品目标用户是商务高端人士为主,需求是大屏便于商务办公;竖折产品有更多女性用户,主要需求是便携。

Counterpoint统计的上半年国内热销折叠屏Top10中也是竖折和横折各五款。排在前三位的产品中有两款是竖折。不过当前竖折款对于外屏设计和交互等方面都在探索,如何让折叠屏不成为“美丽小废物”是厂商当前着重解决的难题。

郭天翔指出,各家折叠屏手机已逐渐形成全能轻薄、极致轻薄、大尺寸外屏竖折三种发展方向。随着相关技术不断进步,整机质量、轻薄度、屏幕折痕、待机时间和影像等方面将不断改善,最终折叠屏手机会首先在硬件方面做到跟直板旗舰手机相同的使用体验感。届时,系统和应用的适配将会显得更为重要,目前外屏和内屏的使用体验,在折叠屏手机上的适配还有待提升。

近日OPPO发布了竖折款新品Find N3

Flip,硬件继承其直屏高端旗舰的三摄、哈苏人像模式等配置。外屏方面,选择了与直屏手机使用感一致的竖向设计,并定制出行、导航、音乐、运动、社交等应用场景。官方披露,其首销日的销量和销售额均刷新小折叠纪录。

受益于国内整机厂商持续推进折叠屏迭代,国内相关软硬件产业链也取得积极进展。

近日陆续发布的中期财报中,国内厂商均提到对折叠屏市场的渗透。京东方公告指出,其柔性OLED高端折叠产品“COE+LTPO”技术实现品牌客户独供;维信诺公告显示,其参股的合肥第六代柔性AMOLED生产线量产供货搭载低功耗动态刷新率技术和折叠等新技术的产品,产能持续释放;TCL财报提到其柔性OLED的折叠、LTPO、pol-Less等新技术达到行业领先水平,量产供应品牌客户高端旗舰机型。国内精密结构件厂商也开始切入折叠屏的铰链零部件市场。

不过与直屏手机产业链相比,还有进一步迭代空间。郭天翔表示:“近几年折叠屏的耐用性和可靠性不断提升,但是由于目前相关技术的局限性,使用时间较长以后,屏幕折痕依然会更加明显,铰链也会出现漏液情况。所以折叠屏产品的良品率还是明显低于直板产品。”

因此从整体产业链角度看,屏幕、折痕、铰链、影像、轻薄、待机等方面,手机产业链依然可以继续提高。

伴随出货量逐渐释放,折叠屏手机产品的价格也在步步下探。IDC统计,第二季度1000美元以上的折叠屏手机份额已经由一年前的92.8%下降到54.6%,目前市面上价格最低的竖折产品已下探到400-600美元价格段,第二季度竖折产品的市场份额已达折叠屏手机市场的46.6%,同比增长10.4%。

“随着技术提升和良品率的进步,及出货量增长,整体折叠屏产品的解决方案成本在不断下降。未来折叠屏产品的价格,尤其是竖折产品价格还有下探空间。主要也看厂商对旗下产品的定位如何,是高端还是中端走量,选择的方案不同,价格也会不同。”郭天翔说。

供稿:《21世纪经济报道》

ITMT 快报

一系列前沿技术应用 亮相网络安全博览会

9月11日-17日,以“网络安全为人民,网络安全靠人民”为主题的2023年国家网络安全宣传周在全国范围内统一开展。形式多样、内容丰富的系列活动,营造出全社会共筑网络安全防线的浓厚氛围。

网络安全领域顶层设计不断完善

没有网络安全就没有国家安全。近年来,中国网络安全工作取得积极进展,网络安全领域顶层设计加快推进。网络安全法对个人信息保护、治理网络诈骗、实施网络实名制等方面作出明确规定。数据安全法、个人信息保护法等法律法规,《生成式人工智能服务管理暂行办法》等政策文件,让网络安全工作在法治化轨道上行稳致远。

此外,各地各部门还出台系列政策举措,推动加快网络安全学科建设和人才培养进程。目前,已经有60余所高校设立网络安全学院。200余所高校设立网络安全本科专业,人才培养、技术创新、产业发展的良性生态正在加速形成。

众多“黑科技”亮相

在福州举行的网络安全博览会上,一系列全新的前沿技术应用精彩亮相,受到广泛关注。

在蚂蚁集团展区,首次亮相的大模型安全一体化解决方案“蚁天鉴”,可以自动检测换脸视频、深度伪造的图片文字等信息,并出具真伪鉴定报告,展示“用魔法打败魔法,以AI对战AI”的产业实践对抗交互技术,服务零售、金融、直播、游戏等提供生成式人工智能服务的业务场景。

在奇安信展区,Q-GPT安全机器人也是第一次在大众面前亮相。“Q-GPT更像是一支高级的安全专家团队,一台的效率相当于60多名安全专家,可产生2000万元的运营效益。”奇安信政企市场部总经理苑一时介绍,与传统的对话框式工具截然不同,Q-GPT专门为希望借助大模型提升网络安全的企业和组织设计,能够全天候工作,确保无一威胁遗漏。

在安恒信息展区,恒脑AI安全大模型也是首次在线下展示。安恒信息副总裁林明峰说,在成都大运会中,恒脑通过实战与技术的结合,真正转换成好用、解决实际问题的安全大模型。

华为展区则展示了全新HiSec3.0云网端一体化解决方案,业界首个“网存”联动防勒索方案、全行业场景实践成果等创新技术和实践成果。“我们还首次发布并展出华为乾坤EDR产品,体现华为网络安全产品在终端安全领域的竞争力。”现场工作人员说。

综合央视、《福州日报》

8月公共充电桩 同比增长39.9%

昨日,中国充电联盟发布的统计数据显示,在我国公共充电基础设施运行情况方面,2023年8月比7月公共充电桩增加61万台,8月同比增长39.9%。截至2023年8月,联盟内成员单位总计上报公共充电桩2272万台,其中直流充电桩96.3万台,交流充电桩130.7万台。从2022年9月到2023年8月,月均新增公共充电桩约5.4万台。

在公共充电基础设施省、区、市运行情况方面,广东、江苏、浙江、上海、湖北、北京、山东、安徽、河南、福建TOP10地区建设的公共充电桩占比达71.2%。全国充电电量主要集中在广东、江苏、浙江、四川、河北、福建、上海、山东、陕西、河南等省份,电量流向以公交车和乘用车为主,环卫物流车、出租车等其他类型车辆占比较小。2023年8月全国充电总电量约326亿千瓦时,较上月增加0.1亿千瓦时,同比增长39.8%,环比增长0.2%。

截至2023年8月,全国充电运营企业所运营充电桩数量TOP15分别为:特来电运营451万台,星星充电运营408万台,云快充运营379万台,国家电网运营196万台,小桔充电运营127万台,蔚景云运营110万台,深圳车电网运营82万台,南方电网运营73万台,依威能源运营73万台,汇充电运营61万台,万城万充运营52万台,蔚蓝快充运营44万台,万马爱充运营30万台,中国普天运营25万台,上汽安悦运营25万台。这15家运营商占总量的94.0%,其余的运营商占总量的6.0%。

充电基础设施整体运行情况为:2023年1-8月,充电基础设施增量为1998万台,其中公共充电桩增量为47.4万台,随车配建私人充电桩增量为152.4万台,同比上升24.8%。截至2023年8月,全国充电基础设施累计数量为7208万台,同比增加67.0%。

充电基础设施与电动汽车对比情况为:2023年1-8月,充电基础设施增量为1998万台,新能源汽车销量537.4万辆,充电基础设施与新能源汽车继续快速增长。桩车增量为1:27,充电基础设施建设能够基本满足新能源汽车的快速发展。

综合

机器人成为家务能手还要多久?

十年内约39%家务或实现自动化

美国科幻片《未来战警》中,人类工业文明高度发达,一种名为“代理人”的仿生机器人迅速流行。它具有完美的容貌与身体,各项物理功能超群。人们懒洋洋地待在家里,通过特定的装置将自己的意识上载到代理人身上,并通过这些机器人进行工作、学习和社交。

一项研究认为,人工智能或在10年内实现约39%的家务工作自动化。如果机器人可帮你跑腿、做家务,未来会是什么样?机器人帮助人类做家务到底还有多久才能真正实现?实际上,一些科技公司正在努力让人类离这样的科幻世界更近一步。

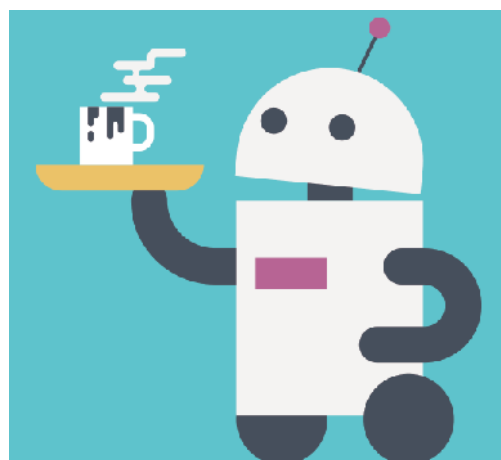
戴森“憋大招”开发家务机器人

想象一下,一个机器人能够捡起你家里四处散落的玩具。或者,机器人会精心清洗餐具并将其放入置物架,随后还能对厨房柜台进行清洗……这些场景是总部位于英国的戴森公司希望实现的目标。

在今年5月美国费城举办的国际机器人与自动化会议上,戴森公司展示了许多旨在帮助做家务的机器人原型。视频中,它们的手臂能够从碗架上提起盘子、操纵吸尘器吸尘或抱起小熊玩具。英国《卫报》预测,这种设备可能会在2030年发布。

加拿大一公司训练“凤凰”机器人

总部位于温哥华的Sanctuary AI公司正在开发一种名为“凤凰”的人形机器人,并将在未来



10年内推出。首席执行官乔迪·罗斯表示,一旦设计完成,“凤凰”将理解人类想要的东西,了解世界的运行方式,并拥有执行人类命令的技能。

在一个试验项目中,“凤凰”在加拿大一家商店里,将衣服装进了塑料袋。塑料袋是松软的、透明的,且有一个开口。罗斯表示,通常人类在手动打开袋子后,必须松开一只手,然后把东西放进袋子里。但这一操作对于机器人来说非常困难,它们还不能像好莱坞大片里的机器人那么大显神通。

为此,Sanctuary AI有一个培训“凤凰”的系统,比如教它们打包行李。“凤凰”能拍摄正在完成的任务,然后将整个活动数字化。研究人员利用这些数据创建了一个虚拟环境,甚至可以模拟包括重力和阻力在内的物理现象。机器人能在此进行任务练习,直到对某件事情熟练掌握后,才

被允许到现实物理世界中进行尝试。通过这种方式,“凤凰”已被训练得可扮演大约20个不同的角色。

罗斯表示,他们面向的是长期的、总体的潜在市场,这是商业和科技史上最大的市场,即劳动力市场。不过,他表示,距离实现目标还有很长的路要走。

人形机器人研发难度大

自人工智能大模型问世以来,科技界对人工智能的兴趣激增。它能够生成各种有用的文本和图像,催生了竞争对手的争相研发浪潮,也再次让投资者将目光聚集在人工智能创作内容赛道。

但与人工智能大模型不同,人形机器人必须在物理世界中导航,并需要了解该世界中的对象之间是如何相互关联的。对人类来说似乎很容易的任务,对人形机器人却是“天大的事”。

最大的挑战之一是让机器人有触觉,这样它就知道对一个物体施加多大的压力。此外,要制造一个能够应对家庭或繁忙工作场所中可能发生的所有事件的机器人,还需要做大量的研究。

美国密歇根大学迪尔伯恩分校阿里雷扎·穆罕默德教授称,部分困难在于,人类对背景和后果有一种直观的理解。例如,人们可能会猜测,一只过度兴奋的狗可能会跳到前面,因而能提前避开,但对于机器人来说,这是极其困难的。不过,机器人有朝一日仍可能会填补部分劳动力缺口,并让人类更专注于做最擅长的事。

据《科技日报》