

智能手机市场“入冬” 为揽消费者新技术噱头层出不穷

根据 Counterpoint 最新发布的一份报告，全球智能手机出货量从 2017 年的 15.59 亿部下降到 2018 年的 14.98 亿部，下降幅度大约为 4%。而这种下滑的局面，在 2019 年可能还将延续。

这种环境下，智能手机市场在 2018 年以及 2019 年初也发生了巨大演变，其中头部厂商尤其重视产品微创新，各种噱头多多，全面屏、折叠屏、十倍变焦镜头、AI 算法、AR 镜头等不断出现，“倾宇宙之力，造当下之妙有”，释放了手机企业的创造性。

眼花缭乱的技术变迁中，哪些技术能够吸引消费者买单，哪些技术投入能够筑成未来持续增长的长线竞争力？对此，记者通过数据梳理、采访业内人士等，为您解析智能手机消费市场的新趋势。

进入 2019 年，智能手机形态上开始发生重要变化，以吸引消费者买单，最受关注的当属屏幕创新，在供应商助推下，各大手机厂商正在掀起一轮屏幕领域的争夺战：或发力“无孔”设计，或探索无人区——折叠屏屏幕。

手机超高的屏占比一直是业界共同的追求点之一，2018 年全面屏基本实现普及，市面上的全面屏发展也逐渐成熟，并衍生出多种方案——从刘海屏到水滴屏、挖孔屏，再到 OPPOFindX 和 vivoNEX 上搭载的升降摄像头，甚至还有厂商推出了“无孔”设计。

1 月 24 日，vivo 发布了 vivoAPEX2019 概念手机，从外观来看，该机没有刘海，没有按键，也没有开孔，甚至没有数据接口。据官方介绍，vivoAPEX2019 采用了一块完整的玻璃作为机身，没有传统的中枢。

在落幕不久的巴塞罗那展上，三星和华为分别发布了折叠屏智能手机，两家企业都为各自的第一代折叠屏手机开价 2000 美元以上。

柔性显示屏似乎在市场饱和的情况下打开了另一扇门，多家手机制造商推出了折叠屏方案，维信诺、TCL 以及小米等

提升门槛：各大厂商前沿技术大 PK

均展示了潜在的折叠屏手机方案，而摩托罗拉的多项折叠屏手机相关专利在美国专利商标局网站公示。

虽然苹果目前缺席了折叠屏，但这并不意味着其在新技术使用上较为保守。据外媒 Wired 报道，iPhone 屏幕玻璃供应商康宁正在开发 0.1 毫米，可以折叠到 5 毫米半径的超薄可折叠柔性玻璃。随后，CNBC(美国全国广播公司)就此事向康宁求证，康宁确认正在研发该产品。

可折叠手机为华为和三星带来了光环效应，但是也并非所有人都认为会有大量消费者购买第一代折叠屏手机。“万元档”的售价也让大多数消费者望而却步。诺为咨询 CEO 李睿接受记者采访时表示，折叠屏大规模普及尚需时间。“折叠屏产品在两年之内不具备量产能力，配套问题层出不穷(多项完美解决方案更是难以预期)，三年内都将是小众试探性产品。”

同时，不是所有手机厂商都看好折叠屏的市场需求。OPPO 副总裁吴强在巴塞罗那接受媒体采访时表示，OPPO 两年前在其研发实验室探索了可折叠手机，但决定“暂时搁置”开发。因为没有看到折叠屏能够解决的核心需求，OPPO 目前正采取

观望态度。

OPPO 把技术演进的焦点放在摄影能力的提升上，在全球通信展上，OPPO 展示了一款配备 10 倍长焦镜头的手机，这种变焦功能以前仅在传统相机上才有可能实现。据 OPPO 方面介绍，该方案采用“超广角+超清主摄+长焦”的三摄结构，可以实现 15.9mm 到 159mm 的 10 倍变焦，比之前的 OPPO5 倍变焦技术提升了不少。此外，在超清主摄与长焦摄像头引入了双 OIS 光学防抖，提升了拍摄的稳定性和精准度。

曾经的功能手机时代霸主诺基亚，在智能手机摄像头升级方面更进一步，该公司最新款手机 Pureview 的背面嵌入 5 个摄像头，还有一个 3D 景深传感器，提供新型“计算摄影”。

摄像头升级已经成为确定性的演进趋势。Hypers 发布的数据显示，2018 年，全球智能手机双摄渗透率超 40%，而国内手机市场更为领先，各大主流国产智能手机双摄占比均已超过 50%，华为和小米更是超过 70%。

面向未来：AI 和 AR 技术值得期待



屏幕和摄像头虽然在某种程度上已经成为了用户对一款智能手机最为看重的方面，并且也确实有助于用户体验的提升，但实际上，从 2018 年智能手机全面屏和多摄像头的发展趋势来看，似乎是厂商在销量寒冬与创新乏力现实下的蒙眼狂奔。

李睿认为，对当下的手机厂商们来说，芯片研发、AI 技术以及与 3D 摄影和 AR 相关的技术投入将有助于品牌的长线增长。“未来会深度参与供应链竞争(非过去的采购与组装)，能够在芯片研发、AI 应用以及与 3D 摄影和 AR 相关的技术投入(比如 TOF)比较符合市场发展趋势，营销型品牌大放异彩的时代即将过去。”

AI 技术是 2018 年以来各大手机厂商竞争的焦点，AI 的技术与芯片研发能力相辅相成。

华为在 2018 年发布了麒麟 980 芯片，它不仅是全球首款 7nm 工艺芯片、同时搭载了双脑 NPU，能够实现每分钟图像识别 4500 张。同时支持人脸识别、物体识别、物体检测等 AI 场景。AI 技术的应用成为华为 Mate20 系列手机的重要竞争力。

苹果 2018 年发布的新品 iPhoneXS 系列也着重提及苹果新一代移动处理器 A12 仿生芯片。苹果称 A12 是“迄今为止应用在 iPhone 上最智能、最强大的芯片。”苹果还表示，其设计的神经网络引擎专为先进、实时的机器学习打造，每秒可执行

五万亿次运算。苹果还展示了沉浸式游戏、智能 HDR、先进的面容 ID 和拟我表情等基于 A12 仿生芯片的特性。

OPPO 和 vivo 在 2018 年分别成立了“OPPO 研究院”和“vivoAI 全球研究院”，OPPO 研究院院长刘畅表示研究院主要围绕 5G、人工智能、影像处理和新材料新工艺等研究方向开展前端研究。vivo 方面则表示成立研究院目的是进行人工智能领域的基础科学和颠覆式技术创新研究。同时，vivo 随后在全球范围内聘请首席科学家。

AI 技术在智能手机领域的演进变得逐渐深入，技术应用最广的 AI 技术无疑是 AI 语音助手、AI 拍照以及围绕手机组成生态圈的 AI 语音设备。小米曾宣布，截至去年 7 月底，旗下 AI 应用小爱同学月活跃设备超过 3000 万。累计唤醒超过 50 亿次。

AI 技术的长线演进之外，尚未拿出能够征服用户的应用，甚至逐渐被市场遗忘的 AR(增强现实)技术仍有可能重回主流技术视野。

3 月 8 日，此前屡次成功预测苹果技术应用方案的天风国际分析师郭明錤发布最新报告，称苹果的头戴式 AR 设备最快将在 2019 年第四季度量产。报告中还指出，苹果的头戴式 AR 设备预计将在 2019 年第四季度至 2020 年第二季度之间量产。而它将会与 iPhone 整合，iPhone 负责运算、网络、室内定位与室外定位，头戴

式 AR 装置负责显示。

在此之前，苹果 CEO 蒂姆·库克曾多次在公开场合表示，苹果更看好 AR 的发展，并表示已着手研究多个 AR 项目，而教育方面的 AR 应用是苹果追求的目标。去年 10 月末，iOS12 正式推送。伴随着 A12 芯片加持，ARKit2.0 被整合至 iOS12，以及一系列 iOS12 中 AR 应用的发布，苹果在 AR 方面的探索步伐再次加快。

事实上，增强现实技术并不缺少开发者，AR 游戏 PokéémonGo 在 2018 年日营收达到平均近 220 万美元，远高于 2017 年的 160 万美元。截至 2018 年，PokéémonGo 已累积创下 22 亿美元营收，其中 2018 年营收为 8 亿美元。

而如今，AR 正通过智能手机逐渐走进人们的日常生活。例如：支付宝 AR 拍福活动，自 2016 年开始参与人数逐年递增，2019 年参与人数高达 4.5 亿；天猫、京东等电商相继推出 AR 购物功能，消费者可更直观了解产品信息；高德地图推出的 AR 实景导航，在用户导航时可通过手机看到经过 AR 技术增强过的周边实景环境等。

不过，上述应用只是 AR 的表面，AR 的功能远不止于此。易观智库数据显示，目前 AR 市场处于市场启动末期，即将进入高速发展期。几大行业巨头已经发布产品，未来 3~5 年将是 AR 市场发展最快的时期。

(据每经网)