

iPhone SE 价格或再下探 苹果直入国产手机腹地

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

作为苹果吸引安卓用户的“利器”，iPhone SE 或将推出新款。

新年刚过，知名苹果爆料人 Mark Gurman 再次重申，苹果将于 2022 年 3 月 8 日前后举办新品发布会，届时将发布支持 5G 网络的新款 iPhone SE。还有消息称，苹果为争

意在抢食安卓份额

“有助于吸引更多 Android 用户转投 iOS 阵营。”

2020 年 4 月下旬，在苹果第二代 iPhone SE 发售前，小杨便前往位于上海浦东金中心的苹果零售店购买新机。“我喜欢小屏手机，偏爱单手握持的感觉，第二代 iPhone SE 性能有所提升，加上价格也不贵。”小杨说，第二代 iPhone SE 性价比很高，用到现在依然“坚挺”，只是不支持 5G 网络。

在小杨看来，虽然第二代 iPhone SE 很香，但像他这样钟爱小屏手机的年轻人并不多。“说实话，当时来购买这款手机的人不都是真喜欢小屏手机，只是用大屏的旧手机来换一个新的，有人甚至直接把置换的新机交给了家里老人。”

失去中国市场？

“iPhone SE 二代试水表现一般，实际上中国市场不是它的重点。”

当国产手机品牌开始冲击高端的时候，苹果也在加速下探至中低端市场。2016 年面市的第一代 iPhone SE 只提供两个版本，覆盖 3288 元至 4088 元价格区间的市场；2020 年面市的第二代 iPhone SE 提供三个版本，覆盖 3299 元至 4599 元之间的市场。可以说，通过 iPhone SE 系列，苹果覆盖更大市场范围的意图非常明显。

3000 元一般被视为国产手机品牌冲击高端市场的一条分界线，尤其是对他们的子品牌来说。如果新款 iPhone SE 价格下探到 3000 元以下，国产手机厂商是如何看待及应对竞品新款 iPhone SE 的？

对此，记者分别联系小米、OPPO、vivo 和荣耀方面，截至发稿，未收到正面回复。不过，记者注意到新年刚开工，国产手机厂商也

夺安卓的中低端用户，新款 iPhone SE 的定价会更低，可能会降到 299 美元或 3000 元人民币以下。

对于这个传闻，《中国经营报》记者致电苹果中国方面，该公司相关人员表示，他们目前还没有收到相关消息，具体情况还是以官方网站信息为准。

《中国经营报》记者注意到，近两年来，小米、OPPO、vivo 等国产手

2016 年，为满足小屏手机爱好者的需求，苹果复刻 iPhone 5 的外观设计推出了第一代 iPhone SE；时隔四年后，苹果又以套壳 iPhone 8 的外观推出第二代 iPhone SE。而根据最新爆料，新款 iPhone SE 的产品设计与第二代类似，继续采用实体 Home 按键与非全面屏设计，但硬件配置上全面升级，配置最新的 A15 处理器，运行内存、存储空间以及摄像头都有所提升，并支持 5G 网络，届时 iPhone 产品线将全部支持 5G。

如果爆料属实的话，苹果时隔两年再次升级 iPhone SE 产品，在预测新款 iPhone SE 产品的市场表现前，业界有必要先复盘下 iPhone SE

开启了一波新机预热操作，相关的技术参数陆续被曝出来。

比如，在虎年开工的第一天，荣耀中国区 CMO 姜海荣便预告了荣耀 60 系列新品，小米集团中国区总裁、Redmi 品牌总经理卢伟冰则为 Redmi 年度重头戏的 K50 宇宙系列预热。在游戏手机方面，2 月 8 日，红魔游戏手机官宣，红魔 7 系列将在 2 月 17 日发布；2 月 9 日，联想拯救者产品总监林高调为即将发布的拯救者 Y90 游戏手机预热。

梳理相关信息，可以看到国产手机品牌也在积极推出新机布局各细分领域市场。孙景辉则指出，iPhone 的低价产品都是以降配为基础的，屏幕和电池对比同等价位的国产手机品牌手机有很大差距。

“同价位段的国产品牌在性能配置上有绝对优势，该价位段考虑

机厂商掀起一股冲击高端市场的集体行动，而“华为跌倒、苹果吃饱”的言论也同时出现。市场研究公司 Counterpoint 数据显示，2021 年第四季度，苹果以 23% 的市场份额成为中国第一大智能手机供应商。另有数据显示，在 5000 元以上的高端机市场上，苹果的市场份额由 2020 年的 48%，提升到了 2021 年的 75%。

此前的产品力和市场表现。

在第二代 iPhone SE 上架发售的当天，苹果 CEO 蒂姆·库克特意发微博打 call：“今天我们推出了 iPhone SE 第二代，我们最物超所值的 iPhone。”

此外，库克还在采访中首次发表自己对第二代 iPhone SE 的看法：“这款手机的价格难以置信，因为它采用了我们最好机型的处理器，价格却容易接受，而且比最快的安卓手机还要快，性价比超级高。”

库克指出，第二代 iPhone SE 用户主要来自两大群体，一是小屏爱好者，二是从安卓阵营中转投苹果的群体。在财报电话会议上，库克也表示，客户对于第二代 iPhone SE

iPhone 的用户可能会选择同价位的 iPhone 前几代产品。”孙景辉认为，新款 iPhone SE 的销量相比前两代不会有太多变化，也不会有特别的表现。

旭日大数据董事长孙燕鹰也认为 iPhone SE 机型在中国没有市场，配置实在太低了，“iPhone SE 这个产品其实在中国基本上是被淘汰了，从 iPhone SE 二代试了水表现一般，所以我觉得虽然在中国也有卖，但实际上中国市场不是它的重点。”

这也得到一名在江苏通信服务国企工作的员工的印证。“第二代的 iPhone SE 卖得一般，电商渠道只卖过几百台。”这名员工表示。

孙燕鹰指出，iPhone SE 的核心市场在东南亚，特别是印度。“印度手机市场是下一个 10 亿级市场，

事实上，当国产手机厂商向上冲击高端市场时，苹果也开启向下收割市场的玩法，推出价格更能让消费者负担得起的 iPhone SE 机型。经过两代产品的市场推广教育，iPhone SE 新品会对手机市场带来怎样的冲击？国产手机厂商如何应对？短兵相接的手机市场又在酝酿着怎样的格局变动？

反响强烈，将有助于吸引更多 Android 用户转投 iOS 阵营。

不过，仅就中国市场而言，iPhone SE 的表现不及预期。市场调研机构 GfK 高级分析师孙景辉表示，iPhone SE 前两代的销量都不如预期，“上一代 12 个月的生命周期大概 200 万台，第一代也差不多，约等于同价位段 OPPO 或 vivo 一个月的销量。”孙景辉说。

孙景辉进一步指出，iPhone SE 机型虽然并不适用于中国市场，但苹果推出 iPhone SE 产品线属于全球计划，并不只针对中国。“按照推断，在全球应该是达到预期了，否则也不会接着出新一代。”孙景辉如此推測。

iPhone SE 主要打印度市场，一来印度和美国关系紧密，二是印度高阶层人群很多在为美国人打工，对苹果的认知度非常高。”孙燕鹰说，iPhone SE 这款产品其实是苹果扩大市场份额，拿下印度市场的一个备胎。

除了印度市场，孙景辉认为，在目前中国品牌全力出海的情况下，苹果发布新款 iPhone SE 争取的还有其大本营——北美市场。“北美市场中国手机品牌还没正经覆盖，所以不会（和国产品牌）正面交锋。”孙景辉说。

“iPhone SE 早就放弃了中国市场，渠道也放弃了这个产品。”孙燕鹰说。由此可见，在国内手机市场上，“加量不加价”的 iPhone SE 不会对冲击高端市场的国产品牌构成威胁。



为争夺安卓的中低端用户，新款 iPhone SE 的定价会更低。

本报资料室/图

高端之路并非坦途

新款 iPhone SE 的价格已下探至国产手机品牌的核心腹地，未来市场竞争势必更加激烈。

根据 IDC 所发布的报告，2021 年第四季度全球智能手机市场出货量 3.624 亿台，同比下降 3.2%；2021 年全年全球智能手机市场出货量 13.548 亿台，同比增长 5.7%。苹果、三星、小米、OPPO、vivo 是 2021 年第四季度全球智能手机市场出货量排名前五的手机厂商，其中苹果以 8490 万台出货量、23.4% 的市场份额重夺 2021 年 Q4 全球市场的首位。

而一份来自 HCR 慧辰的数据显示，2021 年国内高端智能手机份额（5000 元以上售价机型）上，苹果一骑绝尘，达到 74.26%，华为则在持续两年缺货的情况下，依旧保持了 17.82% 的市场份额。

在安卓手机厂商集体向高端市场冲击的两年时间里，国产手机厂商们已为高端之路付出良多，但想要在高端市场站稳脚跟仍需继续努力。华为，可作为国产手机厂商走高端之路的成功案例，从自研芯片、软件开发再到品牌设计，华为也是经过多年积淀才打造出高端旗舰 P 系列和 Mate 40 系列。

近年来，包括 OPPO、vivo、小米、荣耀等国产手机品牌纷纷

往中高端市场发力。2 月 8 日，小米集团举办了虎年开年来第一次重要的会议——高端化战略研讨会，正式组建高端化战略工作组。雷军又喊出新口号：小米产品和体验要全面对标 iPhone，三年内拿下国产高端手机市场份额第一。

根据小米的官方数据，2021 年 Q3 小米在全球 3000 元和 300 欧元以上的高端机销量超过 1800 万台，虽然 Q4 数据尚未公布，但可预计的是小米在全球 3000 元和 300 欧元价位上的销量会突破 2000 万台。如按 2021 年小米全年手机出货量 1.9 亿台计算，这个比例已经超过了小米总出货量的 10%。

不过在全球手机市场尤其是高端手机市场上，苹果、三星等国际品牌依然占据着明显优势，近期三星正式推出 Galaxy S22 系列手机，意欲重振中国市场；而苹果新款 iPhone SE 的价格已下探至国产手机品牌的核心腹地，未来市场竞争势必更加激烈。

总之，国产手机厂商的高端之路并非坦途，可供参考的成功典范已正确对标，除了持续研发和深耕外，更需要时间来验证。

“科技冬奥”背后的 AI 势力：从机器人到鹰眼裁判

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

2022 年冬奥会持续吸引着全世界的瞩目，北京成为全球第一个既举办过夏季奥运会又举办冬季奥运会的“双奥之城”。

《中国经营报》记者注意到，2008 年北京奥运会首次提出了“科技奥运”的口号，而时隔近 14 年后，在 2022 年北京冬奥会上，有目共睹的是，科技创新的“底色”更为浓烈，人工智能（AI）等新一代数字技术，更广泛地、更有渗透性地应用于场馆建设、开幕式表演、赛事、疫情防控、安全保障、绿色能源、餐厅酒店后勤服务等方方面面。

近日，包括旷视科技、商汤科技（0020.HK）、九号公司（SH689009）、中科智云、汉王科技（SZ002362）、猎户星空等多家 AI 企业告诉《中国经营报》记者，其硬件设备、软件服务及软硬件一体化解决方案等深度地应用于北京冬奥会，并发挥着降本增效的实际作用。

国际奥委会主席托马斯·巴赫公开评价称，北京冬奥会是一届史无前例的冬奥会：科技、智慧、绿色、节俭。他提出，“希望本届冬奥会上展现的科技能够在全世界得到广泛应用。”

机器人来“帮忙”

前几日，来自俄罗斯的花样滑冰“名将”梅德韦杰娃晒出了一段体验机器人智能送餐的短视频，在社交媒体引发关注。

本报记者了解到，这是九号公司提供的九号方糖配送机器人，除了实现无接触、自主导航式的配送物品之外，通过一定的模块化改造，该机器人能够在比赛场馆内提供室内巡逻安防服务，实时监测和管理场馆情况，遇到行人或障碍物会主动避让，如同安防执勤的“巡逻员”。

“在北京冬奥会的应用，可以说是九号方糖配送机器人在应用场景上的进一步开拓。”九号公司相关人士表示，针对室内场景打造

视觉类 AI“显身手”

在人工智能范畴中，要说技术最为成熟、赋能最为广泛的分支技术，要属视觉识别。值得注意的是，多家视觉类的 AI 技术公司在北京冬奥会期间已显露身手。

旷视科技负责人告诉记者，2 月 4 日晚上进入鸟巢观看开幕式的观众，或者近日进入国家速滑馆（冰丝带）观看速滑比赛的观众，已率先体验到“视”的“智能导航”引导服务，这是一套融合了 AI 与 AR（增强现实）技术的智能应用。当观众打开 AR 导航应用，只需要将手机摄像头对准周围环境，系统可以快速规划到从当前位置到目标位置的路径导航。该负责人透露，视觉识别+AR 的导航应用最早于 2019 年研发，经历 2 年持续打磨和迭代升级，已在现实中落地成功。市面常见的室内导航，主要依靠蓝

牙、Wi-Fi 等技术进行识别，但存在成本较高、精度较低、场景使用受限等问题。尤其在相对封闭的场馆，即使有移动或者 Wi-Fi 信号，但现场万人扎堆，手机信号差，几乎不可能完成导航。相较于其他室内定位技术，室内视觉定位技术具有高精度、易部署的特点，无需对室内建筑环境二次改造，仅使用激光视觉地图采集设备对现有环境采集，就可以实现定位功能，并且将传统 GPS 定位的 5 米精度，Wi-Fi、蓝牙定位的 1~3 米精度提升至亚米级精度。

2021 年底登陆港股的商汤科技，在科技部第三批“科技冬奥”专项支持下，参与并负责由国家游泳中心牵头的“冰壶赛况的智能感知与虚实融合技术和平台研究”课题项目，实现了在超大空间下通过远

视距精准捕捉相对较小的运动壶体，同时具备抗遮挡识别干扰、变形矫正等功能。

除此之外，北京冬奥会作为一场全球性的重大赛事，适逢疫情影响，安全保障成为各参与方面面临的重要挑战和关注的重中之重。由旷视打造的“区间智能防疫系统”能够实现快速的无感测温与健康核验功能，其“明瞭测温系统”在五棵松体育馆、首都体育馆进行了部署。

成立于 1998 年的老牌 AI 企业汉王科技的两款产品——热成像测温一体机、人证核验终端则应用于张家口崇礼赛区。其中，热成像测温一体机可远距离多人快速检测分析，准确识别和统计路过的人数，对人群中发热症状的人员进行排查和示警。

争相品尝。

提供该服务的猎户星空机器人相关负责人介绍，从外观上来看，这款智咖大师产品具有仿生双臂，其胸部配备的摄像头能够识别操作台全部细节，识别多种茶品，通电即可 7×24 小时工作。包括智咖大师在内，该公司共有 5 款机器人入选本届冬奥会服务，承担着招揽、接待、翻译、递送与冲泡咖啡、茶等不同功能。

除了九号公司、猎户星空之外，中科智云也参与到了北京冬奥会，帮助解决的问题是为国际赛事提供安全防护工作。众所周知，张家口密苑云顶乐园是北京 2022 年冬奥会的重要比赛场地之一，占地 100 平方公里，地处太行山和燕山

交汇的大群山中，地形错综复杂，气候环境严苛，夜晚温度可达零下 40 摄氏度。中科智云与云顶旗下的风云科技联合研发了智能哨兵机器人，截止到目前，已有 13 台智能哨兵机器人上岗，在冬奥会现场发挥着相当于 200 个警卫的安防力量，监测距离超过 15 公里。

谈及智能哨兵机器人的技术“含量”，中科智云方面指出，该机器人依靠的是公司自主研发的 X-Brian 平台的核心自学习框架算法，在日常监测中能够自动精准判断入侵者的类别，并将监测到的情况或者入侵者的行踪轨迹上传到后台指挥中心，有效提高安保工作人员效率，确保冬奥会的赛场安全。

除了防疫、安保等基础的保障，谦询智库合伙人龚斌认为，“北京冬奥会是历届冬奥会科技含量最高的一次。”AI 技术在其中的应用主要包括基于“智能化创编排演一体化”系统打造的开幕式仿真系统、花样滑冰 AI 辅助评分系统、智能驾驶等。其中，花样滑冰 AI 辅助评分系统是由中国花样滑冰协会与中关村数智人工智能产业联盟共同研发，被业界俗称“AI 裁判”运用了计算机视觉识别技术算法与深度学习，对运动员的整体运动轨迹进行实时追踪，实现稳定性可视化的比赛评判。无论是开幕式，还是场馆建设、赛事组织、媒体转播等方面，我国 5G、AI 等技术的发展日趋成熟，应用场景也不断丰富与拓展。

北京冬奥会既是国际性的重要赛事，也是我国科技创新“亮肌肉”

的舞台与考验。中国科学院发布的《人工智能前沿研究与产业发展报告 2021》（以下简称《报告》）显示，我国人工智能产业规模正在持续扩大，预计到 2025 年末中国人工智能核心产业规模有望达到 4000 亿元。该报告认为，世界主要国家在 2021 年均已进入全面推进人工智能战略的阶段，AI 作为基础设施的重要性愈加凸显。

深度科技研究院院长张孝荣指出，北京冬奥会的“AI 含量”很高，引入并应用了许多最新流行的技术，比如虚拟主播、智能向导、智能物流、AI 裁判等等，这些前沿技术通过体育盛会为参赛人员提供全程服务，进入了全球观众的视野，有助于推动 AI 技术与体育事业的融合发展，以及相关行业场景应用的普及。