

微单已崛起 单反近黄昏

本报记者 陈佳岚 广州报道

无论是在相机技术还是人们的拍照方式上,相机行业正经历着快速变化。

在过去很长一段时间里,佳能、尼康等曾凭借着单反相机在影像行业高歌猛进,可当下,单反相机却在

单反相机式微?

尽管尼康公司否认退出单反相机的开发,但其对于单反相机的业务改革却从未停止。

据日经新闻报道,尼康公司宣布退出单反相机的开发,不过尼康还会继续生产和销售现有的单反相机型号。接下来,尼康的重点会放在无反相机的开发上,引入最新的技术,比如AI(人工智能)技术或者图像处理技术。尼康会面向专业人士和核心爱好者,充实智能手机没有的功能,以相机的生存为目标。

不过,尼康全球随后在其官网回应,“媒体报道尼康已经退出单反相机开发的猜测,尼康并未就此发表任何声明,尼康将继续数码相机单反的生产、销售和服务。同时希望客户可以继续安心使用。”

尽管尼康公司否认退出单反相机的开发,但其对于单反相机的业务改革却从未停止。

去年,日本共同社报道称,日本相机巨头尼康将于2021年内结束数码相机机身的国内生产。作为结构性改革的一环,尼康将把日本国内唯一一家生产相机机身的宫城县工厂的生产转移至泰国主力工厂。

而在对传统单反更新节奏上,尼康自2020年5月推出面向专业人士的旗舰机型“D6”以来,并未推出过单反相机的新产品。

自1948年开始生产相机,从开始仿制德国品牌,到逐步走向完全自研自造,尼康通过一系列创新成长为世界级相机巨头。但该公司近年来一直面临着不断加剧的竞争。2020财年,该公司录得其史上最大的集团净亏损344亿日元(约20.12亿元人民币)。随着智能手机普及,相机销售量受到严重冲击,尼康也在想办法减轻盈利压力。

而此前,业界另一单反巨头佳

能的浪潮中慢慢失去地位。

7月12日,日媒的一则“尼康公司将停止开发单反相机,接下来重点会放在无反相机的开发上”的消息引起舆论一片哗然,也让外界唏嘘“单反时代”或已倒下。

但随后,尼康全球在其官网发布声明回应称,该媒体文章仅为猜



尼康辟谣停止开发单反相机,难掩单反相机的市场颓势。

视觉中国/图

能方面亦有对单反系列相机动刀的消息,停止更新旗舰单反相机。2021年12月,佳能股份董事会主席兼首席执行官御手洗富士夫接受日本《读卖新闻》采访时表示,佳能旗舰级单反相机的开发和生产可能在“几年内”结束。若此计划得到落实,EOS-1D X Mark III将成为佳能最后一款旗舰级单反相机。不过,他同时强调,只有旗舰级单反相机受到影响,目前没有计划终止入门及中高端单反相机的开发及生产工作,因为市场仍然有稳定需求。

佳能为何要停止更新旗舰级别的单反相机产品呢?此前,面对记者提出的疑惑,佳能方面未给出回复。不过,相机巨头们正毫不避讳地表明在加紧对无反相机的布局。御手洗富士夫表示,市场需求正在加速转向微单相机,作为厂商也正在稳步转移资源,以配合这个趋势。今年1月,佳能(中国)执行副总裁裁石井俊表示,2022年在中国市场上,佳能将坚持“单反、微单两手抓”的道路不会动摇。

无反相机,源于英文Mirrorless Camera或者Non-Reflex Camera,意思都是无反光板相机,这一词汇描述的是相机结构不包含反光板。

测,尼康并未就此发表任何声明,尼康将继续数码相机单反的生产、销售和服务。

虽然单反相机在部分专业摄影等市场地位仍在,但《中国经营报》记者也注意到,无反相机出货量大幅超越单反相机出货量的趋势已经不可逆转。

大众对于“无反相机”这一词颇为陌生,但“微单”一词很多消费者可能并不陌生。

“微单相机”这个名称是索尼首创的,当时索尼为了中国市场首创了“微单”一词。在此之前,松下、奥林巴斯的微单相机在国内被称为“单电相机”,即单镜头电子取景器相机。随着索尼产品的成功,“微单”一词也深入人心。后来,尼康和佳能也都加入到了微单相机的竞争中。目前,索尼、佳能、尼康、松下、奥林巴斯在中国官方给出的名称都是“微单相机”。为此,在国内,无反相机和微单相机是可以画等号的。

在谈到尼康如何看待未来的相机市场时,7月2日,尼康映像仪器销售(中国)有限公司董事长兼总经理松原敏对媒体表示,“受到智能手机的影响,针对初学者的数码相机市场较为严峻,但我们相信微单相机市场未来将继续呈上升态势。尼康也将专注于继续稳步增长的数码相机中高端机型。”

毫无疑问,当下的趋势是相机巨头们都看好微单相机市场,而看重微单相机市场背后,则是近几年单反相机并不尽如人意的市场表现。

微单乘势而上

相机厂商也需要找一个新的利润增长点,或者更适合这个年代的产物,微单就刚好适合。

单反相机市场面临着持续的市场下降,以及无反相机市场逐渐成为主流的现实。

日本相机暨影像产品协会(CIPA)公布的2022年5月份全球数码相机出货量数据显示,2022年1月至5月,数码相机出货量同比减少28%,出货金额为325亿日元,同比减少22%。紧凑型相机出货量为74.96万台,同比下滑41%,出货金额为224亿日元,同比下滑25%;与之相反的是,无反相机出货量为130.7万台,增速与去年同期持平,但出货金额为1646亿日元,同比增长27%。由此可以看出,无反相机的出货量和出货金额规模都要大于单反相机,此外,无反相机单价还要比单反相机高出不少。

全球知名市场调研公司捷孚凯(GfK中国)数码影像部门资深分析师吕思霖在最新的调查文章中写道,全画幅无反相机发布之初,均价较低,但随着各大厂商高端及专业旗舰机的发布,均价也愈加走高,从2017年的13526元提升至2021年的16852元,5年内提升了25%。特别是新冠肺炎疫情之后,由于疫情及“缺芯”影响,各家主流机型均有缺货现象,部分型号甚至“一机难求”。

此外,CIPA的统计数据

显示,累计今年初至5月,无反相机占可换镜头相机(无反+单反)出货量份额为63.6%,而去年同期市场份额为55.8%。累计今年初至5月,无反相机占可换镜头相机(无反+单反)出货金额为83.5%,去年同期这一数据为75.7%。无反相机市场份额占比在逐步提升。

尼康相机的一位经销商张斌认为,无反相机不会完全取代单反相机,但是微单销量高于单反,微单的流行已然是一种趋势。

至于无反相机成为趋势的原因,离不开其不断提升的电子化结构及对焦功能的完善,张斌向记者解释道,主要是因为相机厂家的主导,还有短视频的爆发,微单相机电子化的结构,对焦比较快,视频能力强,更能适应当下视频拍摄需求爆发的市场趋势。

摄影笔记创始人宁思潇表示,微单可以实现更好的所见即所得,不但可以看到取景范围、虚化效果,甚至可以看到曝光效果,同时还可以看到更多的拍摄信息。去掉反光板,镜头设计思路少了限制,理论上可以设计出更好的镜头。而微单面对

滑,而且是连续18个月销量低于100万台。

与此同时,CIPA预测2022年单反相机和无反相机出货将达到529万台,2022年4月至2023年3月该市场将有430万到490万台,相比之下,2021年为534.8万台,2020年为530.8万台,2019年为846.2万台,2018年为1076万台,2017年为1168万台。

除了智能手机冲击带来的销量下滑,芯片缺货、原材料价格上涨也给萎缩的相机市场笼罩上了一层阴影。受全球半导体芯片短缺影响,电子供应链受

到拖累,相机行业也出现了“无米之炊”现象,厂家新品出现不少无法正常供货的情况,继而开始影响相机出货量,甚至也在影响相机新品发布的节奏。

吕思霖表示,对2022年的影像市场来说,除了疫情及“缺芯”带来的负面影响,其实我们也更要看到越来越多的厂商开始将大量新技术投入到无反旗舰相机的研发和生产中,引领全画幅无反市场继续发展,而全画幅无反市场在一段时间内也会成为影像领域竞争最为激烈的市场。

到拖累,相机行业也出现了“无米之炊”现象,厂家新品出现不少无法正常供货的情况,继而开始影响相机出货量,甚至也在影响相机新品发布的节奏。

吕思霖表示,对2022年的影像市场来说,除了疫情及“缺芯”带来的负面影响,其实我们也更要看到越来越多的厂商开始将大量新技术投入到无反旗舰相机的研发和生产中,引领全画幅无反市场继续发展,而全画幅无反市场在一段时间内也会成为影像领域竞争最为激烈的市场。

到拖累,相机行业也出现了“无米之炊”现象,厂家新品出现不少无法正常供货的情况,继而开始影响相机出货量,甚至也在影响相机新品发布的节奏。

Web3.0的热闹与冷静 大规模应用仍需时间检验

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

当下,互联网圈最火的概念可能就是元宇宙和Web3.0

Web3.0可行吗?

2021年12月9日,美国国会举行了名为“数字资产和金融的未来:了解美国金融服务的挑战和优势”的听证会。美国货币监理署(OCC)前代理署长、现BitFury首席执行官布莱恩·布鲁克(Brian Brook)提出了Web3.0的定义。

Web1.0:互联网内容只是“可读”的,类似于杂志,只能看,不能互动;Web2.0:互联网内容变成“可读”和“可写”,互联网用户不光能接收内容,还能创造内容,但也衍生出一个问题,即平台权力过大,这些数据被少数公司商业化,比如Facebook(现已改为Meta)、Google;Web3.0:不同之处

是用户可以“拥有”互联网内容的所有权,这些内容不再只属于垄断公司。

美国众议员Patrick McHenry直言Web3.0是互联网的未来,不能因为过度监管而扼杀创新能力,要让美国在Web3.0中保持竞争优势。

同比特币一样,Web3.0的核心是去中心化,通过权威性的底层链基础设施,利用智能合约等技术,推动企业和民众共同参与到社会经济活动与财富分配中来。与比特币不同的是,Web3.0可以应用到社会的方方面面,它也会影响到人们的衣食住行与购物等。

谈及Web3.0在中国的可行性,

体拥有”。

在一些业内人士看来,中国要大规模发展Web3.0仍有很多问题需要解决。

一位资深互联网观察人士认为,“强调个性的Web3.0,可能发展起来比较难,尤其这两年一大批炒币族让Web3.0这个概念走歪,我们就更不能接受了。”

不过,一位区块链行业的从业者李彬(化名)告诉本报记者,“Web3.0在任何地方都会有可行性,Web3.0在未来有足够的方向和产品,例如我们说的DID(去中心化)身份系统、分布式存储等。作为实际应用,相信Web3.0未来会得到更多人的认可。个人认为,国内对于Web3.0的一部分场景确实有明文规定,但这并不表明没有可行性,会慢慢地经历实践的检验。”

何时能被大规模应用?

Web3.0创业公司Castle Island Ventures的风险投资人Nic Carter说:“我们应该转移到一个新的互联网上,在那里,数字产权真真切切是属于你的。人们不再是杰克·多尔西或扎克伯格造出的农场里的农奴。农场是属于你自己的。”

在成为“新一代互联网”的设想下,新的资金不断涌入Web3.0领域。美国银行数据显示,去年约有250亿美元资金疯狂涌入加密货币相关的创业企业,今年又创新高,达到300亿美元。

Web3.0经历了几波牛市和熊市。比如2017年的ICO(首次公开发币)高潮,大家发现在以太坊上每个人都可以发币,不仅仅是平台方的那个以太币,自己写个合约符合ERC20通证标准,也可以在以太坊上发币,那是一个牛市。

在斗鱼、B站、虎牙、抖音和快手这5家主流直播平台上,记者注意到,他们均没有专属的曲库,主播如果想要在直播间唱歌,可以通过App内的音乐曲库点播歌曲。以B站为例,开启视频直播后,可以在开播设置中添加“背景音乐”,通过搜索歌名或歌手名就可在曲库中点播授权歌曲。

需要说明的是,由于不同直

2021年是另一个牛市,由于新冠肺炎疫情,美国货币大放水推动了币圈的狂热,比特币的价格一度飙到了6万多美元。2021年也是区块链爆发的元年,出现了一些新公链的角逐。

不过,Web3.0在2021年出现了市场过热的现象,现在逐渐凉了,美国加息,热钱回流,市场没钱了,自然就冷静很多。最新的数据是,加密市场市值接近9000亿美元,其中比特币占30%~40%,以太坊占14%。

李彬认为,Web3.0目前还处于早期阶段,更多关于对Web3.0的讨论还是跟加密货币的行情有直接且密切的关联。这种现象证明了这里面可能投机属性比较强。随着市场下行,还有多少人留在Web3.0,还有多少项目安心地做Web3.0产品,一切存在未知。但至少现在有一部分相信Web3.0的人已经存在,至少是保

存了火种。

在业内看来,一个Web3.0项目能活多久,一看它的背景,二看它处在牛市还是熊市。

谈及Web3.0什么时候可能被大规模应用,李彬称,这和区块链的技术设施的进步有着莫大的关系。就像互联网也是有了HTTP协议之后才会有跨越式的发展。Web3.0也是一样的,目前Web3.0能做的场景大家有了足够的讨论,但能否实际支撑也需要花时间验证。也许是layer2,也许是闪电网络的进步,也许是那一条更高效的底层链等。

“具体的大规模应用,也许需要再过10年甚至更长时间。如果Web3.0的星星之火已经起来了,何时会有燎原之势?从第一台电子计算机到今年已过去70多年了。Web3.0才刚刚开始,让子弹再飞一会儿,安心做一个Web3.0 builder。”李彬说。

上接C1

在PDD公开的截图中,他所在直播平台的法务建议他如果真想唱歌,就要通过直播平台内置的点歌软件,而用其他平台的软件唱歌可能会再次面临侵权问题。

而OST传媒音乐事业部总经理王毅在接受采访时表示,当主播要在某平台唱歌时,平台官方都会提供一个曲库,曲库里面的

歌都是平台获得了词曲方面授权的。“每年这些平台会向中国录音师协会缴纳一笔费用,所以,在曲库范畴内唱歌的话,或者是单独取得过某首歌曲的授权,基本上不会出问题。”王毅说。

吴冠勇也表达了类似观点。他认为,主播通过直播平台内置的点歌软件唱歌是否侵权,这主要取决于直播平台是否取得了著

作权人的相关授权,“如果直播平台有授权,允许主播在其平台内翻唱歌曲,那么主播就不侵权”。

为解决唱歌主播无歌可唱的问题,斗鱼、抖音、B站等直播平台针对版权问题都做了布局,比如抖音于2021年末宣布与中国唱片集团达成音乐版权合作,截至2021年11月,抖音已与2000多家音乐版权方建立合作关系。

播平台所取得的授权不同,授权曲库里的歌曲也不尽相同,可能会出现一些网红歌曲搜不到的结果,导致主播们使用其他软件进行演唱。在不少人气直播直播间内,记者也发现这些主播使用第三方的音乐软件播放音乐。

对此,赵占领坦言,各大直播平台的唱歌主播可能存在侵权行为,权利人蹲守直播间大概率能一抓一

个准,只是说粉丝不多、影响不大的主播,权利人可能不会盯上。

“直播翻唱并非想唱就能唱,未经许可很容易陷入侵权纠纷,其实类似案件近几年频频发生,主播也应当注意提升版权保护意识,不随意翻唱未经授权的歌曲。只有从源头上解决了直播翻唱歌曲的版权问题,才能更有利于直播行业发展。”吴冠勇表示。