

HUAWEI Mate XT



iPhone 16



新的全球手机王争夺战已经打响 连续三次同日较量 华为正面硬刚苹果

9月10日,华为和苹果的新品发布会再次撞档。华为新品发布会的主题为“时刻高光”,而苹果秋季发布会的主题为“高光时刻”,双方的发布会可以说是针尖对麦芒。

这是双方一年内第三次交锋。去年10月31日,华为和苹果同一天召开发布会,在手机、芯片等不同产品较量;今年5月7日,华为和苹果再一次展开“对决”,在平板电脑领域展开激烈竞争。但此前两次都不是双方的拳头产品,只是平板、手表等“周边”产品,这次是直接最核心产品手机之间的对撞。

从最新发布的产品来看,双方的策略有所不同。华为推出首个三折叠屏的产品成为第一个吃螃蟹的人;苹果则相对谨慎,加注AI,主打“小步快走”。

新的机王争夺战已经打响。未来,是iPhone 16的“高光时刻”耀眼,还是Mate XT的“时刻高光”延续,我们拭目以待。

路线分化

苹果和华为同天发布新品,但双方走的路线完全不同。

iPhone 16 仍然遵循往年“小步快走”的更新惯例。除个别配色外,iPhone 16的机身材质、边框和背板等外观设计,与去年的iPhone 15差别并不大。

最大的变化是屏幕尺寸,iPhone 16 Pro/Pro Max两款机型从前代产品的6.1英寸和6.7英寸升级为6.3英寸和6.9英寸,后者也是iPhone有史以来最大的屏幕尺寸。同时,iPhone 16系列的后置摄像头采用垂直相机设计,增加了最新的相机控制按钮,可以快速启动相机,并调节拍摄设置等。

华为发布了全球首款三折叠手机Mate XT,这款手机展开之后的大小为10.2英寸,厚度是3.6毫米,电池厚度仅1.9mm。

在铰链方面,华为首创天工铰链系统,屏幕则采用322cm²业内最大UTG玻璃和非牛顿流体材料,铰链系统和屏幕均第一次实现了内外弯折。另外,MateXT还配备灵犀通信和天通卫星通信。

无论是华为还是苹果,AI大模型已经成为了智能手机的标配。华为Mate XT搭载了AI大模型,据现场演示,Mate XT的AI功能囊括了翻译、摘要、自然语言对话、文章润色等。苹果的个人智能化系统是其重要筹码。iPhone 16全系将搭载A18芯片,运行内存升至8GB,配置支持全新Apple Intelligence。此次发布会又新增了AI视觉识别功能,按下“相机控制”按键,就能一键激活视觉识别功能。

但苹果智能功能暂不适用于在中国大陆购买的iPhone机型,根据官方公布的信息,苹果智能将在10月份开始测试美国英语版本,12月份测试本地化英语版本,中文版预计在明年上线。这意味着国行版iPhone 16系列用户要体验苹果AI功能,最快要等到明年中文版上线后才能实现。这就大大降低了国内用户对苹果新机的预期。

在售价方面,iPhone 16维持上一代价格,售价从5999元至最高13999元,从9月13日晚8点开始接受预购,目前尚无法得知预购情况。而华为Mate XT系列的售价在19999元到23999元之间,最低配的价格也比苹果iPhone 16的最高配高出6000元。

高端角逐

作为高端智能手机市场上佼佼者,华为和苹果避免不了同台打擂。

自去年恢复新品发布节奏后,华为开始一步步收复失地。市场调研机构Canalys数据显示,2023年,苹果首次夺得中国大陆市场全年出货第一位,全年市场份额提升至19%。华为全年份额则从2022年的8%跃升至12%,出货同比增长48%。

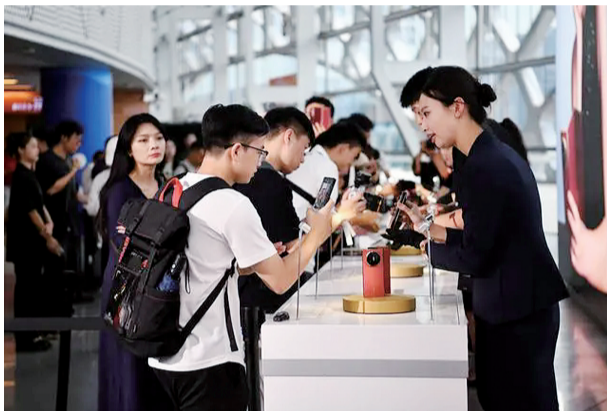
今年第一季度,华为在历经13个季度后,重夺中国大陆市场第一,出货量达1170万台,市场份额达17%,年增长率达70%。苹果的排名则跌至第五,市场份额为15%,同比下降25%。到今年第二季度,苹果已掉出中国市场的前五,华为位居第四,市场份额为15%,年增长率为41%,是前五名中增速最快的。

华为的市场成功多来自于Mate和P系列等高端机型的热卖。但单从高端智能手机(600美元以上)市场来看,华为和苹果仍有一段距离。

据Canalys数据,截至今年第二季度,苹果在中国市场的份额虽同比下降了7%,但仍以52%的市场份额领先。华为增速迅猛达82%,以30%的市场份额位居第二。

形成竞争的不仅仅是产品的出货量或市场份额,还有操作生态的相互蚕食。

据Counterpoint公布的2024年第一季度的操作系统详细数据,鸿蒙操作系统在2024年第一季度全球市场份额成功突破4%。在中国市场,得益于华为旗舰产品的热销,鸿蒙首次超越iOS,成为市场第二大操作系统。同时,鸿蒙操作系统的5G普及率也取得了显著提升,从2023年第一季度



9月10日,观众在发布会现场体验华为手机。 新华社发

的9%跃升至50%。

此外,两家公司各自独立且封闭的操作系统、人工智能技术的推进、跨设备互联能力的发展以及渠道政策等方面因素,这都将成为这两个品牌在下一阶段争夺高端市场主导地位的关键领域。

未来,双方在高端市场上的争夺只会更加焦灼。

纵深

三折叠的前景美好?

尽管各大品牌纷纷表示自己有相关技术积累,并展示原型机,然而,量产的迟迟未至,无疑解释了从概念到落地之间仍横亘着诸多难关。

“如果把折叠屏手机的出现视为0到1的突破性创新,那么三折叠手机更多是在现有折叠形态上的1到100的改进与优化”,业内人士表示,相较于传统的横向折叠手机,三折叠设备进行了诸多提升,但并没有引入全新的元器件。“三折叠手机的铰链设计较横向折叠设备增加了一条铰链,在不过多影响整体重量的前提下,必须对铰链进行减重并确保其耐用性。此外,三折叠的形态对屏幕柔性面板和UTG玻璃的弯折强度提出了更高的要求,同时在更加轻薄的设计下,对内部元器件的堆叠以及电池的减薄也带来了技术上的挑战。”

“折叠屏手机最大的难点在于要做得轻薄,这涉及到如何在寸土寸金的内部空间里,最合理地堆叠元器件。以双折叠屏机为例,一般情况下,电池在一边,主板在一边,摄像头大多都是突出的,原因也是如此。”基于此,业内人士认为,从物理结构上讲,无论是柔性屏的选取,还是单铰链增加至双铰链,其实三折叠手机的实现难度整体还是可控的。“但想要保持整体轻薄,很大概率上,就是要把中间做薄,这些都不算太难。”

至于成本,屏幕、元器件都有增势,制造成本自然会有所提高,业内人士表示,“如果最后整体销量不大,那么这款三折叠手机的成本就不能有效摊薄,成本自然会被拉得极高,不过即便量不大,这个成本投入也可以当作市场效果的测试。”除了硬件的挑战外,软件生态的适配同样是三折叠手机的一大难关。

“(三折叠)更大的挑战在于软件的适配。早期横向折叠设备面世时就面临软件适配问题,直到最近一两年,我们才在厂商与第三方开发者的协作下看到了大屏应用体验的逐步改善。从当前市场情况来看,折叠屏的总体渗透率刚刚超过1%,在三折产品体量有限的背景下,即便厂商在系统层面进行优化,第三方开发者独立为这一品类优化适配的动力仍然不足。这需要厂商的推动,并且仍需一定时间才能真正见效。”鉴于上述技术、成本及软件适配等方面的挑战,业内普遍认为,短期内其他厂商对三折叠手机可能依然会持观望态度。

整体来看,三折叠手机还处于厂商“秀肌肉”的阶段,能否“截胡”苹果的潜在用户,仍待市场的检验。

相关

激战首日 一个门庭若市 一个冷冷清清

9月10日上午,记者来到苹果中国位于北京三里屯的官方旗舰店。店内还未提供iPhone 16系列样机,新品也尚未正式发售,光顾门店的消费者约十人,且多集中在平板和电脑展区。发布会的召开,暂未带动手机客流量的上涨。业内人士分析认为,消费者对苹果以渐进式方式推出人工智能功能的做法略感失望。

虽然被网友戏称创新就像“挤牙膏”,但苹果销售人员对新款iPhone的市场表现仍持乐观态度。一苹果销售人员表示,“今年预订手机肯定还需要抢”。

该销售人员称,通常苹果发售新机的头三个月,到店取货的消费者络绎不绝,店内工作人员几乎没有喝水的间隙,吃饭时间也基本控制在十几分钟左右。

同样没有样机且尚未开售,位于王府井的华为旗舰店却是一幅完全不同的景象,店内挤满了顾客。销售人员表示,HUAWEI Mate XT在开启预售后仅一天,门店线下预订名额便达到上限,建议顾客进行线上预约。时代财经在多家电商平台更换多个收货地址发现,HUAWEI Mate XT均处于缺货状态。

9月7日12:08,华为宣布HUAWEI Mate XT开启线上线下同步预订,截至9月10日18点,华为商城显示HUAWEI Mate XT预约人数已突破400万人。

该销售人员称,不管线上还是线下,即便预订成功,也不能保证手机具体的到货日期。他称,HUAWEI Mate XT的预订方式为意向登记,而非真正的预约购买。即顾客留下自己的手机号,并不需要交押金。

在一些二手交易和电商平台,HUAWEI Mate XT玄黑16GB+1TB机型已被炒至98999元一台。

综合时代财经、证券时报、每经新闻、中证报、中华网等



9月9日,在美国加利福尼亚州丘珀蒂诺市举行的苹果新品发布会后,人们体验新品。 新华社发

