

漫读周末

看天下



乌克兰：压力再大也要反攻

羊城晚报国际评论员 钱克锦

深度解读

苹果头显看到未来

羊城晚报记者 李钢

“今天，苹果将重新发明手机。”2007年，乔布斯发布初代iPhone，可以说人类从此进入了移动互联网时代。2023年，苹果在WWDC23上发布其首款MR头显设备——Vision Pro。北京时间6月6日，苹果表示，这款新产品将带领人类进入空间计算时代。

有了它，就不再需要显示屏，整个互动界面都将在你的眼前虚拟呈现，而且，只需要用眼睛、手势和语音就可以控制和所有的App。也就是说，Vision Pro把mac的性能、iPhone的移动力和iWatch的可穿戴设备三者合一。

不仅考虑用户自身体验，苹果还开发了EyeSight的功能，一方面可以让别人看到你正在使用App，另一方面，当你看向对方的时候，头显中就会显露出你的眼睛，让对方知道你准备和他交流。

另外，Vision Pro还把空间视频功能发挥了最大作用。不仅可以沉浸式看100英寸大屏影视，还可以直接进行拍摄。在拍摄上，Vision Pro是首个支持3D相机的设备，可以从360度记录空间方位的变化。

而且，通过屏幕前端的多个传感器和摄像头，Vision Pro可瞬间还原出一个虚拟数字人，该数字人还拥有纵深感 and 体积感。从整场发布会来看，苹果确实是在用心打磨这款划时代的产品。

但是，依然有槽点。苹果说显示屏将前所未有的清晰，配置的Micro OLED屏幕拥有2300万像素，单眼分配到的像素超越4K电视。但是长期使用，眼睛的舒适度还得用了才知道，之前各种VR头显重要的时候，各种不舒服，严重影响了VR的体验感。

还有就是Vision Pro的续航能力，在室内插电使用没有问题，但是要想移动使用，就得使用特制的专用充电宝，续航能力也只有两个小时。光是这一点，想取代iPhone，目前来看还需要技术支持。

Vision Pro定价是3499美元，即人民币约25000元。这高于市场预期，甚至影响了股市，苹果股价还跌了1%。有人说，进入新的时代值得期待，但是缺乏内容和应用的支撑。其实，在我看来，这不算什么问题。想当年，智能手机出现的时候，他们也这么说。可如今你看，内容、应用层出不穷，造就了多少移动互联网巨头。

空间计算年代的来临，也会成就一批新的巨头。不过，也会有人因为追赶不上时代而倒下。笔记本电脑、电视机等这些沉重且不具备灵活移动性的电子设备，或将和当年的诺基亚一样，退出历史舞台。

沉浸式，将成为主流。更致命的未来迭代的想象空间。一个最让人期待的可能性是：Siri的互动能力相比起ChatGPT只能算是一个小孩而已，苹果难道真的会无视人工智能技术的突飞猛进？目前所采用的是眼睛、语音和手势控制，即使已经非常顺滑，那么，未来是否会实现脑机互动，真正的意念控制呢？

只能说，一切都有可能，而我们能做的，就是迎接可能性的到来。

乌克兰反攻到底有没有开始？乌方一直声称已经做好了准备，随时可以发动攻势。另一方面又表示，发动攻势没有时间表，“作战计划喜欢沉默”。乌克兰这种谨慎到近似模糊的态度，可能反映了这次攻势对乌克兰的重要性。这次攻势不仅关乎能夺回多少被占领土，为谈判争取条件，也关乎西方对乌克兰的观感，影响未来的援助。

5月28日，顿涅茨克地区巴赫穆特，一名乌克兰士兵向前线的俄罗斯阵地发射迫击炮 视觉中国供图

1. 激战

据俄乌媒体报道，8日，乌克兰军队在扎波罗热地区发动了猛烈的地面攻势。俄罗斯的一些知名军事博主和战地记者根据前线俄军的消息称，当天凌晨，乌军先进行了一轮猛烈炮击，随后在炮火的掩护下，乌克兰大约有120辆坦克和战车，对俄罗斯的防线至少发动三次进攻。其中包括西方最近援助的攻击型坦克。至8日上午，俄罗斯的

炮火、反坦克导弹和事先部署的地雷，毁坏了乌军大概20辆战车。当天下午，乌克兰的攻势仍在继续，俄方遭受一定损失。美国的《华盛顿邮报》则援引四名不愿透露姓名的乌克兰军方人员的消息，称乌克兰的反攻攻势已经开始，旨在收复失地和保证西方援助的战争“开启了一个新阶段”。另有乌克兰军方人士更是声称，夺回被占领土的反

攻已经开始。有分析认为，这次在乌克兰东南部发动的攻势，直接目标是切断俄罗斯和克里米亚之间的陆路走廊，切断俄罗斯一些后勤补给线，并且夺取扎波罗热地区一些重要城市。从双方的信息看，乌克兰的反攻之战似乎已经打响。说“似乎”打响，是因为乌克兰方面没有正式宣布攻势开始，或许也不会宣布。

3. 意外

试探也好，加速也罢，都反映了乌克兰军队对这场反攻攻势的谨慎。乌克兰的谨慎自有其原因。首先，突破俄军防线并不容易。去年秋天之后，除了瓦格纳集团攻打巴赫穆特，俄罗斯军队在战场上攻势不多，精力主要放在加强占领地区的防线。比如有卫星图片显示，在乌克兰最有可能攻击的扎波罗热地区，俄罗斯设置了六道防线，包括战壕、射击阵地、反坦克障碍物和地雷区等。其次，俄军战斗力得到补充。有分析认为，在这次俄乌战争的前六个月，俄罗斯军队

2. 加速

实际上，过去几个月来，很多人一直在关注乌克兰的“春季攻势”到底在什么时候、以什么方式发动。乌克兰为这次反攻也做足了准备。从公开信息看，去年夏秋开始，西方国家就帮助乌克兰大量训练军队，对乌克兰的军事援助也从战车和远程火炮到重型坦克和巡航导弹逐步升级。最近乌克兰又得到部分西方国家援助F16战斗机的承诺。不过外界预计的春季攻势却迟迟没来，只是在春末夏初，俄乌战场上出现了一些新的迹象。

比如两支由俄罗斯人组成的准军事武装几次从乌克兰境内越境袭击俄罗斯的别尔哥罗德州，与当地的俄军交火；数十架无人机袭击莫斯科郊外住宅区；乌军远程火炮连续袭击战线后方的俄方火库和油库等。5日，俄罗斯国防部宣称乌克兰的反攻已经开始，并且被俄罗斯击退。但乌方随即表示，虽然乌军在顿巴斯地区发动了几次进攻，但反攻还没有开始，乌军也没有被俄军击溃，俄罗斯只是在宣传。当天乌克兰总统泽连

斯基的高级顾问波多利亚克还在社交媒体上发了一张照片，照片上一名全副武装的乌克兰士兵作出“别说话”的手势。照片还配上“计划喜欢沉默”的文字，称乌克兰将按照自己的计划发动攻势，但不会专门去宣布攻势开始。针对这些信息，不少分析认为，乌克兰已经拉开了反攻攻势的序幕，越境袭击、无人机袭击、炮击俄军火库等，都是在试探俄罗斯的防线，寻找俄罗斯防线的“弱点”。也有分析认为，这些行动是乌克兰军队的“加速”。

4. 压力

当然，乌克兰的谨慎和“沉默”还有更深层次的原因，那就是这次反攻对乌克兰来说至关重要，无论战场上还是从外交上，几乎都是一场“只许胜不许败”的攻势。从战场上来说，乌克兰的目标是夺回被占领土，越多越好。这不仅关乎领土主权，也关乎未来谈判筹码。但如上文所述，俄罗斯方面经营大半年的防线不好突破，能夺回多少领土还是个未知数，所以如果事先公布目标、公开计划，届时万一没有达到，只能夺回部分领土，反而会被看成“攻势失败”。外交上的压力一点也不

比战场上小。乌克兰抵抗俄罗斯、夺回领土，靠的是西方援助。如果在援助了大半年而且军援不断升级的情况下，乌克兰仍然无法夺回大批被占领土，战果不显著，那么在未来自，即便西方政府有继续援助的意愿，民意可能也会有不同意见。所以乌克兰反攻的压力比俄罗斯防守的压力要大得多。领土被占领，乌克兰压力再大也要发起反攻攻势。8日的扎波罗热地区的激战，也许真的标志着这场战争“进入了一个新阶段”，乌克兰在这个新阶段能取得多大战果，非常值得关注。

一周热点

新冠重症可能是未确诊癌症的一项标志

近日发表在《科学报告》杂志上的一项研究表明，新冠重症患者在接下来的几个月内被诊断出患有癌症的风险增加了31%，所患癌症中，肾癌、结肠癌、肺癌和血液癌的风险更高。

研究人员认为，该研究未证明新冠重症与癌症之间存在“因果关系”，但新冠重症“可能是未确诊癌症的一项标志”，即尚未确诊的癌症患者可能有更高风险因感染新冠病毒而导致重症。

北约将举行最大规模空中军演

北约12日至23日将在德国等国举行空中部署演习。这将是北约历史上规模最大的空中军演。依据德国和美国方面的声明，此次演习名为“空中卫士-2023”，由德国主导，共计25个北约成员国和盟国参加，集结大约1万名士兵和大约250架飞机，军演将模拟一个北约成员国遭受以后的应对，演习将是防御性质。

「四小龙」海外狂飙

羊城晚报周末特约主笔 谢不明

最近韩国海关正经历着史上最长时间的“爆仓”，有消费者的物流出现长达一个月的延期。韩国海关总署表示，“爆仓”背后的原因是“618”临近，来自中国电商平台的包裹激增。

日益崛起的中国跨境电商，再次吸引了全世界的关注。

出海

国际知名调研公司尼尔森发布的《2023年中国跨境电商平台出海白皮书》指出，中国电商越来越具备参与全球竞争的能力。阿里旗下的AliExpress（速卖通）、字节旗下的TikTok Shop（海外版抖音商店）、Temu（海外版拼多多）和Shein（希音）被誉为中国电商出海“四小龙”，在全球范围内与亚马逊等电商巨头展开激烈的竞争。

“四小龙”中最早入局跨境电商的是AliExpress，拥有最庞大的用户规模，月均访问次数高达5.3亿次，几乎覆盖全球跨境电商（大概200个国家和地区）。TikTok Shop虽然在“四小龙”App月活用户排行榜中垫底，但它凭借着全球总下载量30亿次的海外版抖音这棵大树。凭借短视频频繁累积起来的流量，TikTok Shop正逐步探索内容电商和直播带货模式，目前重心在东南亚。2022年9月才正式上

线的Temu是一匹黑马，其身上带着明显的拼多多烙印：拉人、砍一刀，拼多多、减得多。邀请25个新人注册就能拿到100美元，一件卫衣2.5美元，一件连衣裙6美元，全世界人民都无法抵挡这样简单粗暴的攻势。凭借社交裂变和低价策略，Temu上线以来已经连续多月登上App Store和Google Play当月下载量的榜首。在国内默默无闻、海外闷声发大财的Shein则主营服装、鞋、包等时尚用品，主打“小单”“快返”，“小单”就是先小规模上线一批新货，然后再根据销售速度和数量，最大程度追加订货，实现“快速返单”。这种借鉴服装品牌ZARA的打法已经青出于蓝而胜于蓝，比ZARA上新更快、选择更多，还更便宜。2021年Shein就超越亚马逊成为北美地区下载量第一的电商App，目前是全球第五大独角兽企业。

挑战

虽然“四小龙”已在海外市场稳占一席之地，但中国电商出海仍处于早期阶段，未来发展仍面临着多重挑战。跨境电商若想全球化扩张，前提是要有完善的供应链基础设施。遗憾的是，“四小龙”里除了老大哥AliExpress，其他三个平台目前都不具备海外物流仓储建设基础，这也是此次韩国海关出现“爆仓”的主因。低价是中国电商出海的撒手锏，但是，高性价比吸引欧美消费者的同时，也压缩了国内制造厂商的利润空间，加剧了自身成本压力。靠烧钱补贴降价获取客源的模式能否在海外取得成功，还有待时间检验。另一把双刃剑是“全托管模式”。在该模式下，制造商只要负责提供商品，剩下的包括店铺、仓储、配送等环节都由电商平台包办。这虽然降低了厂商的入门门槛，但厂商