

2024年《新快报》 “数智新动力”年度大奖评选启动



新快报2024新动力年度评选

伴随我们走过12年的《新快报》新动力3C大奖评选,去年顺势升级为“数智新动力”年度评选。

作出这样的改变,源于当下以大模型、云计算、大数据、人工智能和物联网为代表的新一代信息技术,正悄然带来一场典型的集成式创新数智化变革。在这个风起云涌的大时代,我们需要与时俱进。

2024年,chatGPT刮起的旋风日益强劲,带动了生成式人工智能新一轮高潮并正在驱动产业结构变革升级。国内涌现出众多的通用大模型和垂类大模型,场景驱动成为大模型技术创新的重要模式,有望形成新的产业业态和经济增长点。

2024年,我们再次以“数智新动力”为核心,启动本年度大奖评选。在整个“数智新动力”奖项的设置中,我们将用不同的维度去衡量企业、事件或者产品的影响力,并从中理解它们对数智行业演进轨迹的话语权,以此作为评选的依据。

为了让这个充满生机的行业被大众读者和网友所理解,我们设立了以下4个奖项:

1. 创新力量奖:“新动力”中的最高奖项,以表彰获奖者在技术、产品、商业模式等方面的综合创新能力,并且获奖案例对整合数智行业产生深远的影响。

2. 创新品牌奖:这也是一个综合奖项,但更强调企业的品牌推广和营销能力创新,彰显品牌力。

3. 创新营销奖:只针对营销案例本身进行衡量,表彰那些绝佳的营销创意和方式。同时,案例全面推动了行业的进步与新锐。

4. 创新产品奖:我们强调产品本身的用户体验,强调创新技术对社会方式的改变,这个奖项只为表彰“乔布斯2号”。

中国市场也救不了

苹果神级产品 Vision Pro 即将停产

集技术之大成的库克“代表作”

Vision Pro 被视为苹果公司探索下一代交互方式的关键产品,承载着公司及其用户的高度期待,也被看作是苹果 CEO 库克职业生涯中的一个重要节点。

据报道,尽管起售价高达 3499 美元,在今年 1 月 19 日预定开售 5 分钟内, Vision Pro 的预订服务器就被挤爆,很多人的订单都无法处理。由于初期备货不足,开订 18 分钟后库存就已售罄。开订 2 小时后,发货日期已经排到了 3 月,有些甚至排到了 4 月。

在 2 月 1 日的财报电话会上,库克回应了关于 Vision Pro 为什么价格这么高昂的问题。“这款头显的技术包括 5000 项专利。苹果花了多年时间进行的许多创新,从芯片到显示器,再到重要的 AI 机器学习——所有的手部追踪、房间映射,所有这些都是由 AI 驱动的。”

库克对 Vision Pro 寄予厚望,他曾这样评价说:“空间计算时代已经到来。Apple Vision Pro 是有史以来最先进的消费电子设备,其革命性且神奇的用户界面将重新定义我们联系、创造和探索的方式。”

一旦库克所说成真,他的功名将不再只是把乔布斯打下的江山守好。

而从第一波尝鲜用户的反应来看,这样的结论似乎也是成立的。不管是詹姆斯·卡梅隆这样的知名导演、电影制片人,还是一些投资者、设计师、分析师,在第一次接触 Vision Pro 后,反应都是一致的:“哇、哇、哇”。

在中国开售首日,苹果在北京的一间大型零售店,从上午 8 点到晚上 10 点,店内提供的半小时体验课程全部被预约满额。现场体验过的多名消费者都用“震撼”来形容自己的感受,并且认为无论是流畅度还是操作灵敏度都优于同类产品。

到底是价格还是应用拖累?

仅仅到了 2 月下旬,亦即 2 月 2 日正式发售后的第一个 14 天免费体验期届满之时,第一批 Vision Pro 购买者引发的“退货潮”袭来。

对于当时 Vision Pro 的退货率,苹果并没有给出官方数据,但据一家关注苹果消息的新闻网站对社交媒体 X 用户

被 CEO 库克寄予厚望的苹果公司“神级”产品 MR(混合实境)头显 Vision Pro,近日传出惊人消息:据国外媒体引述多位供应链消息人士透露,Vision Pro 预计将在今年 11 月停止组装工作,并随后步入停产阶段。

消息一传出,即时引发了行业热议。有苹果生态开发者表示,“虽然几个月前就知道了,但看到这个信息还是会难过一下”。也有创业者提出,担忧苹果这一动向或影响投资人对空间计算的信心。

要知道,Vision Pro 在今年 1 月首发时,还曾引发一波讨论热潮,人们惊艳于其前所未有的震撼视觉体验和种种新奇特的玩法。今年 7 月才刚刚登陆中国市场,售价比美版的价格还贵了约 3 千块钱。现正热烈进行中的双 11 年终大促,天猫甚至还搞了首个虚拟现实会场,不仅支持消费者用 Vision Pro 虚拟逛街、3D 购物,还能抢 3D 沉浸式红包雨。

与此同时,2024 年以来,国内 AR 硬件厂商反倒频频传来好消息。仅第三季度,国内 VR/AR 行业就总共融资 7 笔,且全部集中在 AR 领域,雷鸟创新、Rokid、影目科技等 AR 硬件厂商都获得了融资,当中不乏国有资本的身影。AR 眼镜市场新品发布也如雨后春笋般涌现,多家头部的 AR 企业如雷鸟创新、XREAL、INMO 和 Rokid 等,均推出了自己的最新产品。

■新快报记者 郑志辉



进行的一次民意调研显示,有 45% 购买者表示将退货,从调研用户给出的信息来看,互动性不足、佩戴不舒适、日常使用内容和场景匮乏是退货的主要原因。

知名苹果产业分析师郭明錤当时在社媒上表示:“我的观察,许多人(包括我自身经验)买了 Vision Pro 后,用几次就没用了。如果这是普遍的用户状况,那这样的问题不是单纯做一个降规低价版就能解决的。”

据市场研究公司 Counterpoint 的数据显示,今年第二季度,Vision Pro 的销量比第一季度骤降了 80%,原因在于很大一部分初始购买者在苹果允许全额退款的两周时间内退回了设备。郭明錤则在今年 4 月时称,苹果已将 Vision Pro 的首年出货量预估从 70 万-80 万台降至 40 万-45 万台。

在应用开发侧,有数据显示,自今年

1 月发布以来,Vision Pro 上每月发布的新应用程序的速度已经在放缓。迄今为止,一些最成功的 VR 软件开发商都并未选择为 Vision Pro 量身定制 App。而由于没有足够的杀手级应用,许多 Vision Pro 用户发现该设备的实用性大打折扣,并选择将其出售,这也导致二手市场的 Vision Pro 价格开始刷刷刷下跌。

中外同行们发展尚好

在上市 8 个多月后,库克近日接受采访时坦言,Vision Pro 头显由于高达 3500 美元的价格,并不适合大众市场,其目标人群是面向那些希望提前体验未来科技的尝鲜采用者。但同时他又坚持认为,“从生态系统构建的角度来看,它今天可以说是成功的。”

在这次采访之后,苹果供应链产业内即传出消息,今年夏天以来,苹果公司

已经大幅削减了 Vision Pro 的产量,并可能在年底前停止生产该款设备。

另有接近苹果的人士表示,苹果目前研发资源都投资在了 Vision Pro 下一代产品,大概率会针对重量、定价、交互方面重新做出调整,类似苹果手机“SE”系列的思路。具体而言,下一代产品或将重量控制到 300 克以内,比 Vision Pro 减轻一半,价格控制在一万元以内,是 Vision Pro 的 1/3,考虑在 2025 年发布。此外,还可能去掉 EyeSight 和眼动,考虑改用屏幕自动吸附以及头瞄的方式。

不久前,Meta 就在 Quest 3 之后,又推出了售价仅为 300 美元的 Quest 3S(前者起售价 500 美元)。目前,在头显市场,Meta 公司的 Meta Quest 市场表现较好,其 Meta Quest 系列产品出货量已超过 2000 万,去年 Quest 商店的游戏和应用程序营收超 20 亿美元。

在中国,根据 IDC 最新发布的《AR/VR 头显市场季度追踪报告》显示,2024 年上半年,中国 AR/VR 头显出货 23.3 万台,同比下滑 29.1%。但其中 AR 出货逆势上扬,达到 2.0 万台,同比上涨 101.7%。

据了解,今年以来,雷鸟创新推出了 Air 2s“躺躺镜”,XREAL 发布了 Beam Pro 计算终端和 Air 2 Ultra AR 眼镜等。Rokid 则发布了空间计算新品 Rokid AR Lite,其中包括 Rokid Max2 眼镜和搭载骁龙计算平台的 Rokid Station2 主机。

雷鸟创新 CEO 李宏伟日前在发布最新的第三代口袋电视雷鸟 Air 3 时表示,当前的 AR 眼镜尚未成熟到可以完全取代手机的地步,离真正成为主流智能终端还有一段路要走。

Rokid 联合创始人向文杰则表示,未来 AR 行业 C 端市场的竞争不仅是硬件的竞争,更是生态的竞争。硬件与应用的协同增长并非一蹴而就,而是经历了一个长期的积累过程。应用生态的成熟是硬件产品爆发的重要前提。只有当应用与设备之间实现顺畅的交互,用户体验得到显著提升时,硬件产品才能真正赢得市场的认可。



一起了解更多
数智资讯