

定义手机影像规则荣耀“再战”高端

中秋节的夜晚,随处可见大人孩子们三五成群,端着手机、举着相机对着天空中的一轮皓月。当晚的朋友圈,各种“晒月亮”也是频频刷屏。这里你会发现一个有趣的现象,水准参差不齐的照片中,一旦有几张“大片”就会有朋友在下面留言:你这是什么手机拍的?

这是一个很质朴的道理,人们越来越喜爱通过影像去记录生活、表达内心,而大家对照片的“美”的追求,也在不断地提升。手机作为记录生活、表达内心的重要工具,也被赋予了完美记录影像的使命。然而,不是每个人都是专业摄影师,也不是每个人都愿意花时间去学习和掌握摄影技巧,那么智能手机如何去帮助更多普通人抓住生活中的美好瞬间?就,已经是手机行业越来越核心的一道命题。

对此,荣耀 CEO 赵明在 22 日晚间的荣耀 Magic3 系列影像技术发布会上给出了答案:手机摄影未来的发展方向——是基础画质比肩专业设备,场景优化比肩修图师,表达创作比肩摄影师。那么,此言背后的支撑点究竟是什么?

影像:无引擎不升维

身边曾经有不止一位摄影师朋友说过,其实拍出一张好照片的关键不在于你手里的“机器”,而在于取景器背后的人。这句话的境界大致就是“手中无剑心中有剑”。无奈何包括懂懂在内的很多人在摄影方面都不是独孤剑圣,更希望手机能“傻瓜式”赋能自己,随手拍出精美的大片。

其实有人会说,现在手机的拍摄功能已经足够强大了,甚至已经开始抢单反、微单的饭碗。确实如此,但是对于智能手机行业的圈内人士而言,如今很多旗舰产品在影像方面仍有不少难题。而这一次荣耀发布的 Magic3 系列所搭载的全新多主摄融合计算摄影技术,正是聚焦于高端手机在影像领域存在的三大痛点:

首先是一直以来传感器尺寸升级与整机布局之间的矛盾难以平衡;其次是超广角镜头面临解析力和细节表现与主摄差距较大的难题;最后是中近焦段的混合接力式变焦容易导致该焦段画质损失、边缘出现锯齿。

这三大痛点怎么破?

面对“底大一级压死人”与手机机身日益轻薄之间的矛盾,荣耀 Magic3 系列采用了彩色+黑白传感器的方案,这“一彩一墨”的分工非常清晰,彩色传感器提供曝光和色彩,高清晰黑白传感器提供纹理和细节。对于由此产生的两张照片配准对齐难题,荣耀 Magic3 系列采用了 AI 智能融合方案,通过海量数据学习,实现像素级配准对齐,让类似于我们两眼视物的那种双镜头视差得以修正。其结果就是主摄的清晰度提升 18%,进光量提升 13%,传感器面积等效提升了 6%。

在应对超广角镜头的解析力和细节表现与主摄差距过大的窘境时,荣耀 Magic3 系列拿出了彩色主摄+超广角相融合方案。在拍摄照片时,会对彩色主摄获取的信息进行像素中间部分细节荣耀进行填充,用算力换画质,突破传感器局限,令画面中心清晰度可最高提升 80%,让你的超广角画质更为完美。为了避免超广角照片中心清晰度明显高于边缘的问题,荣耀 Magic3 系列也在通过智能平滑算法,让融合后的照片更加浑然天成。

最后一个难题,是中近焦段的“混合接

力”困扰。以一套具有 1x 主摄和 3.5x 光学变焦的长焦镜头组合为例,在 1x 到 3.5x 之间的中近焦段,每一个画面的连续拉动都是通过主摄的画面裁切和数字变焦来实现的。但是这种“混合接力”般的变焦过程,会导致中近焦段的画质受损,在画面边缘出现明显的锯齿。而这种中近焦段其实是我们用来拍摄人像的常用焦段。所以我们使用主摄和长焦同时拍摄,然后进行图像融合,通过长焦镜头来增加主摄拍摄图片中间部分的清晰度,从而大幅增加人像焦段的画质。

可以说,这就是针对高端手机以往在影像方面隐痛的三记杀手锏。而在这些解决方案的背后,是荣耀全新自研的 HONOR Image Engine 图像引擎提供了强大助力,据悉,该技术是为了为下一代的 Magic 系列所准备的,提前应用到了荣耀 Magic 系列,该技术不仅实现了用户影像体验上的重大跃升,同时也开启了计算摄影底层技术升维的新纪元。

更重要的是,这种底层技术的升维不仅是要建立手机影像领域的新规则,更是荣耀剑指苹果 iPhone 以及上攻高端市场的凭仗。

谁可与“果”争锋?

苹果是高端手机市场中的一座“大山”。多年来苹果手机全球智能手机市场的高端领域始终高居榜首,最新的 2021 年第二季度全球中高端智能手机市场报告(源自 Counterpoint)显示,500 美元以上的手机市场中苹果继续领跑。在中国高端智能手机市场,苹果最高曾占据 81.2% 的份额,虽然 2018 年开始在 500 美元以上机型中占比降至 51%,此后也一直在这个水平徘徊,但其高端手机市场的宝座位置始终没有变化。

这个地位唯一一次面临的挑战,是 2020 年第二季度,华为(含荣耀)手机拿下了国内市场的最高份额,出货量近 46% (数据源自 Counterpoint)。此后因为众所周知的原因,华为逐渐在高端市场被挤了下去。

如今,荣耀能否进一步拼争苹果的市场份额?

基于多年来对手机市场的观察,以及对荣耀的了解,懂懂认为突破点首先聚焦于影像体验这个要素上。一方面,这个判断源自荣耀在今年初独立之后,从华为带走的一只强有力的战斗队伍;另一方面,则是用户群及市场对于影像体验需求的不断升级,已经形成了巨大势能。

在荣耀目前的近万人队伍中,有 50% 以上是研发团队,这其中有很多技术人员都聚焦于摄像头技术、工艺技术、架构设计等领域,擅长 NPU、ISP 整个影像算法的完善与优化。从 2014 年荣耀开创出仿生平行双摄技术,到两年后推出彩色+黑白的双 1200 万像素平行镜头,直至此后掀起智能手机 AI 摄影技术变革,这一优势资源一直在不断蓄能。

从近期的一组数据中,可以看到这股势能令荣耀手机在中端市场发生的巨大变化。今年初,独立后的荣耀未摆脱被打压之后的低迷,市占率一度跌至最低点 3%。而在去年二季度,其在国内的市场占有率曾高达 16.7%。

进入 2021 年 Q2,局面开始改观,随着荣耀 50 的推出,其在 2399 元到 3999 元价格区间开始独占鳌头,更在 7 月成为国内市场中端机型(2000-4000 元档位)的 TOP 1。根据荣耀方面公布的最新市占率结果来看,已经触底反弹再次回升并上探至 16.2%。

这种变化从一个侧面也展现出荣耀所具备的强大技术优势、技术储备以及创新基因,即便受到外界“干扰”,也会在承压后逆势反弹。所以,如今已经放开手脚的荣耀,不会坐视高端市场的苹果一家独大,而近期发布的荣耀 Magic3 系列,也将在高端市场迸发出更加强大热销势能。

“苹果是高端市场的最大对手,中国品牌想要成为全球性科技公司,突破高端将是我们需要直面的攻坚战。”在赵明的这番话背后,来自于对高端市场内在竞争规律的冷静判断。在他看来,计算摄影一直是国产手机厂商近年来持续发力的重要方向,而 Magic3 系列的全镜头参与全焦段融合,以及 HONOR Image Engine 计算平台在底层技术能力上的表现,都意味着在计算摄影技术上已经成功突破传统成像的局限性,加之目前高端市场用户对于影像的需求仍在提升,供需两方的交融势必会激发出更好的市场局面。

我们都知道,苹果手机在影像体验上一直有着独有的强大优势,iPhone 的长板综合来看就是拍摄稳定,曝光稳定,白平衡稳定,取景器刷新和反应速度够快。经常使用 iPhone 的用户会沉浸于这种画面的直出和原汁原味,但是很多用户也会发现,其短板同样明显:例如对环境的适应范围窄,多数情况下要施加很多人干预,包括后期制作和下载大量的第三方工具等等。

如今,计算影像技术的不断发展,目标就是满足更多高端用户对于影像多元化记录、创作和分享的需求——更简单、更便捷、更强大、更完美。荣耀目前这种以 AI 完善体验,以算法解决手机桎梏的思路,或将在高端市场形成一股合力,在重返市场整体占有率的同时,在高端市场拿到属于自己的一番天地。

高端:强者论江湖

高端手机市场,一直是国内品牌难以攻克的高地。随着 Magic3 系列的推出,业界也在关注未来荣耀将如何比肩苹果,如何通过影像创新体验和自研技术能力与之争高下。

这里强调一下,计算影像是重要突破点,但是未来手机江湖是强者恒强的局面,单点突破是战术,而战略层面势必要从更大的“局”来落地。这里谈一点变化:今年初荣耀公布了自己的全新品牌定位——从科技时尚品牌升级为全球标志性品牌。由“科技时尚”转变为“全球标志”,几字之差意味着一个更大的挑战和更广的舞台。

换句话说,不去冲刺高端并拿下一片阵地,荣耀的“全球标志性”品牌内涵也就无从说起。

但是,上攻市场高端需要的不仅仅是一条产品线、一个技术平台,而是要下一盘更大的棋。目前荣耀正一步一步在全球高端手机市场夯实自己的地基,在懂懂看来,有五步落子已经成势,这落下的“五子”才是其未来在手机市场持续上攻(中端夯实、高端致胜)的关键点。

第一点是足够深厚的底蕴。数千名工程师队伍,多年来手机核心技术(芯片、影像)等方面的厚积薄发,让目前的荣耀研发团队完全具备了全系列手机及智能生态产品的研发能力。这里面包含了来自北京、西安、深圳等地的专家和工程师,以及 5 大研发基地,超过 100 个创新实验室。更重要的是,原有的华为体系开发是一个平台性的技术



转移,以往领先的摄像头技术、先进的工艺以及架构设计,都已经融入荣耀,并且还将未来产生更多创新应用。

第二点是乐于拥抱用户。荣耀以前定位于年轻人的科技潮牌,并且不断倾听年轻用户的需求。随着未来在受众群体上的“放开”,在拥抱年轻人的同时,荣耀会向更广泛年龄段、更全面消费水平的全用户群体发力,这种放开手脚大步走也会让荣耀获取更多用户的反馈,反馈到产品的研发当中。

第三点是全系列产品线,能满足整体用户群的细分需求。在手机产品上,荣耀产品线布局会越来越完整,中高端均有完整布局,包括子品牌也在战略规划中。而这种产品线的拓宽,未来会在手机之外的更多智能化消费电子产品上开拓更大的空间。

第四点是全渠道布局。荣耀融合线上线下渠道优势,一直在不断加快自身全渠道形态的建设。从 2020 年的销售来看,荣耀手机的线上线下销量比为 4:6,意味着其已经成为全渠道玩家。进入 2021 年,荣耀的线下布局也在全面、系统地进行,目标是在现有基础上精益求精,在门店数量持续扩张的同时,进一步完善品牌体验店体系。据了解,目前荣耀线下渠道已新增 2500 多个体验店与专区,这种线上独立,线下扩张的全渠道布局,未来会在高端市场争夺中凸显强大助力。

最后一点,也是最值得看好的——坚持“1+8+N”的产品策略,在生态布局上走快、走稳。先从供应链层面分析,目前荣耀最大的优势,在于可以在全球最优供应链体系中进行选择。从相关资料和信息中可以看到,荣耀已经与包括 AMD、英特尔、镁光、三星、高通、微软、联发科等所有主流供应商签署了协议。以前因芯片、操作系统等核心技术领域受限造成的负面影响,目前均已消除并可以展开全面合作。再从其它产品线的快速扩充来看,“8 和 N”的部分也在有条不紊地进行,尤其是“1”的部分,如果能在高端手机市场站稳,未来对“8 和 N”的部分(相关产品线)在中高端市场的拓展自然相得益彰。

从各个层面来看,今天的荣耀都在面临一个跨越式的发展机遇,而高端市场是一个必须攻下的桥头堡。

观察全球成功的科技品牌或者消费品牌,在全球市场都会拥有极大影响力或者是创新方面被消费者认可的产品、技术和服务。基于这几项,荣耀未来将“全球标志性品牌”作为追求目标,自然是希望外界能够被荣耀的创新力折服,而不是仅仅“点赞”其营销能力。在 HONOR Image Engine 背后,荣耀是在制定一个移动影像的新游戏规则,未来,这种打法也将会在很多领域落地生根。

美林贷款

Marion Mortgage LLC

诚实 敬 业
经 验 丰 富
客 户 至 上

NMLS#176854

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121

http://www.marionmortgage.com

5-106

 Yue(Jill)Zhou NMLS#281400 Sr.Loan Officer 571-432-5811(C) yzhou@marionmortgage.com	 Jia Yu NMLS # 2017104 loan officer 571-207-5811(C) jia@marionmortgage.com	 Mark Shankle NMLS #1047216 loan officer 703-424-0750 (C)	 Triet Le NMLS #2094471 loan officer 571-249-3321(C)	 Ha Chu Processor 540-208-8006(C)	 黄捷 博士 NMLS#177851 President Jayie (Jenni) Rowe 571-934-8000(C) jrowe@marionmortgage.com
---	--	--	---	---	---

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only
民宅(包括FHA贷款)、商业、土地及建筑贷款

MC-2854 NMLS ID #176854
MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org