

瀑布屏、升降屏、非异形屏，为何消失？

智能机演变史，其实也是一部屏幕不断进化史。

2007年1月9日，穿着黑色高领+蓝色牛仔服的乔布斯在旧金山苹果大会发布了初代iPhone，由于干掉了占据正面一半面积的实体键盘，它成为当时的巨屏手机。

2016年10月25日，初代MIX亮相，它应该是小米有史以来最具震撼感的产品，作为小米旗下少有的设计驱动产品，MIX对后续手机产生深远影响。

这些手机足以在历史中占一席之地，它们之所以如此有魅力的原因在于，用户所追求的终极梦想——一块正面全是屏幕的手机形态。

而现在，全面屏手机是最接近这一形态的存在。从形式上，有升降、水滴、挖孔、刘海等多种。然而，一个同样追求极致屏占比的异类——瀑布屏，开始逐渐消失。

提起瀑布屏，相信大家早已不陌生，它本质上是将屏幕曲率更进一步，形态从微微弯曲变成近乎垂直，接近直角的90°。

而由于机身中框被进一步挤压，所以有些手机甚至将侧边按键取消。从侧面看时，屏幕就像“飞流直下三千尺”一样，瀑布屏的名字由此而来。

从关系上来说，瀑布屏与最初的曲面屏，反倒比今天主流的微曲面和初始曲面屏的关系更近一些。这是因为在曲面刚诞生的时候，由于炫技和营销目的，曲率十分激进，甚至有些华而不实。

比如，三星和LG在2013年发布的Galaxy Round和LG Flex，算的上卧龙凤雏。一个左右内弯，一个上下内弯。弯曲确实更贴合手掌，但也导致屏幕凹陷观感十分怪异，因此，它们没有成太气候。

而到了2014年，三星发布的Galaxy Note edge就显得实用得多，侧屏效仿了windows快捷栏，支持快速启动应用和插件功能，除此之外在从边缘滑动时还能更加顺滑，形态上相较直屏手机也更独具一格。

再到2015年的时候，三星Galaxy S6

edge才算是真正带起曲面潮流，对称式双曲面屏拥有和谐美感，同时也头一次让消费者知道，原来屏幕还可以这样展示。

Galaxy S6 edge在这一年销量直接拉满，曲面=旗舰的概念也成功树立起来，成为了苹果以外市场主流旗舰手机们的选择。

不过，需要注意的是。这个时间段的Galaxy S6/S7 Edge的最大曲率半径为12R，曲率远高于现在的微曲面，非常容易误触。

所以到了2017年，三星开始在Galaxy S8身上减少屏幕边缘曲率，尝试解决误触、绿边、不耐摔等问题。

直到2020年，S20系列的曲率几经优化，在侧滑手感和视觉美感中找到一个不错的平衡值，这也是更多人容易接受的“微曲面”方案。

正是曲面屏先驱三星从“大曲率”过渡到“微曲面”的这段时间，全面屏也开始普及。屏占比、窄边框是当时最有效的宣传手段。

当升降摄像头让上下边框退无可退时，缩窄左右边框成了提高屏占比的唯一选择。和微曲的“克制”不同，瀑布屏十分“奔放”，不在乎反光、绿边，愿意舍弃实体按键。但，得到的好处也显而易见。

1、标新立异的辨识度。相信大家第一次使用曲面或者瀑布屏手机时，一定会从侧面观看图标从侧面跌落的感觉。

2、尽可能减少正面一圈的黑色边框，减少边缘凸起的按键，视觉观感更纯粹。

3、缓解手机的厚重感。

4、弯曲的玻璃让手机十分立体、更具质感。

5、宣传优势：厂商可以基于侧屏开发出侧屏触控功能，以此模拟实体肩键。屏占比成为当时的主要卖点。

那么瀑布屏的屏占比有多夸张？即便是我手里这台2022年发布的三星S22 Ultra，屏占比也仅达到90%。

然而，尽管瀑布屏带来了出众的屏占比和视觉观感，但也因比传统曲面更大的曲率

而埋下了明显的缺陷伏笔。实际上总体是弊大于利的。比如：

1、误触

这个问题老生常谈，由于在握持时掌心容易紧贴屏幕，因此系统会误以为有手指操作故而造成误触。

总体而言，只要是使用过曲面屏手机的用户，或多或少都会遇到这种情况。而瀑布屏由于曲率更激进，误触概率只升不降。

软件层面的防误触不如硬件层面这是先天性因素决定，只要屏幕依然是电容屏原理，就一定存在误触的可能。

2、反光、绿边等视觉影响。

瀑布屏的屏占比虽高，但实际上是牺牲边缘画质而来。

极高的曲率导致光线经过曲面折射会或多或少地造成色彩变化，从而显著增加反光和绿边，甚至会破坏一体的视觉观感。

3、显示面积被浪费

屏幕本身是用来看的，然而曲面越弯，用户看到的内容就越少。使用瀑布屏看电影时，字幕会被弯曲下去；打游戏时，只能有一部分在手机侧面。

尽管软件商会根据这些问题进行调优适配，但没有人能够保证市面上数以亿计的软件能够全面解决。

4、不耐摔

由于瀑布屏手机相比传统手机多出侧面的显示面积，抗摔能力直线下降，而由于屏幕其本身的定制属性，维修成本普遍更高。

根据华为官方的维修价格显示，Mate 30 Pro的瀑布屏维修价格1499元。

所以和曲面屏同宗同源的瀑布屏，实际缺点也就是普通曲面屏的超级加倍。

当然还有最重要的一点是：

5、价格因素。

传统曲面至少在价格上还留有余地。而瀑布屏的诞生主要源于柔性屏技术的改良和全新运用，因此从工艺上要比传统曲面要求更高，成本自然显著增加。

如果手机厂家给的瀑布屏价格和正常手机一样，即便这个新技术有瑕疵，也不影响部分人去体验尝鲜，这倒还有一些普及的机会。

但作为厂商眼里的旗舰级屏幕代表，他们只会把价格定得更高，同时由于覆盖机型太少，所以难以引起潮流。

此外，经过一轮又一轮的知识积累，消费者不再是单纯小白，消费观念也更加理智。

单纯靠屏占比做营销概念已不占优势，用户更看重屏幕的整体参数，比如屏幕基材、色域、亮度、色准等等。所以总的来说瀑布屏在群体中没有厂商想的那么受欢迎。

市场本身就是逐利的，当厂商发现无法通过销售的利润填补瀑布屏的定制成本时，自然而然就会选择其他方案。

所以，你可以看到vivo的瀑布屏NEX3已没了下文，华为Mate 50系列也舍弃瀑布屏设计。尽管荣耀部分机型还在主推，但瀑布屏已然无法称为主流。

当然，尽管瀑布屏缺点明显，但依然不妨碍有人喜欢。有的人只喜欢直屏，但也确实有那么一部分人会觉得：哇，瀑布屏真的好酷。这种喜欢是无可厚非的。

瀑布屏是激进的，这是因为消费者讨厌一成不变的市场，但同时消费者也是敏感的，也会对“太过火”的设计持保留意见。如何平衡它们之间的关系，对于厂商来说是一门深度学问。

不过，如果和现在2022年一众厂商的摆烂相比。我反倒还挺喜欢瀑布屏这样的创新精神。而且和瀑布屏同时期的还有vivo、OPPO、一加、Redmi的升降屏。也有魅族15这样坚持16:9比例的传统屏、还有16系列这样的非异形屏。

创新也好，激进也罢，至少要比千篇一律的市场好得多。就算最后没有成为主流，但至少在许多用户眼里，它们曾给那个时代留下一幕闪耀的光彩。

华为苹果手机的“理财神话”，破了？

每年苹果和华为的年度旗舰机首售期，都是“消费者兴奋、经销商沸腾”的日子。

因为黄牛能在消费链上赚钱的机会，就是在首售期那段供货不足的一个月左右时间内。每年如果货源充足，苹果和华为的经销商、黄牛赚走几十万不成问题。特殊情况甚至能赚两年，比如华为Mate 40发布后一直被热炒，现在有货都能加价1000元卖掉。

但没想到的是，2022年的智能机旗舰擂台赛频出意外，让很多想大赚一波的人，亏掉了眼镜。

9月16日是苹果首售日，当天“iPhone 14破发100元”就登上热搜。虽然前期基础版难以加价是每年常态，但今年破发的速度还是出人意料。虽然，iPhone 14 Pro/Pro max依旧需要加价，Tech星球对比后发现，加价幅度也没有往年高。

而华为的Mate 50首售日是9月21日，各大电商平台及线下门店抢购十分火爆，线上平台热销机型10秒内售罄，各种版本的型号均十分难抢购到，部分交了200元定金的消费者，也没拿到货。闲鱼、店外黄牛等交易渠道，保时捷版本甚至加价了1万元。但有行业人士分析认为，这主要是备货不足造成的哄抬市场价格，不少货还囤积在经销商、黄牛手里。

而依照目前形势来看，苹果iPhone 14系列首批备货比往年要多出很多，Tech星球在北京三里屯旗舰店探访发现，iPhone 14基础版已经可以随时下单，前几天在门店后门围聚的黄牛已经不见踪影。华为的Mate 50系列很多店都没有货，有黄牛失策地认为没有5G的Mate 50，应该不会像Mate 40那么具有长久热度，也就没有那么集中炒货。

每年苹果和华为手机化身理财产品的热闹景象，真的不复存在了吗？

2022年了，还加价买苹果手机？

90后互联网从业者李文，在苹果首售日拿到了iPhone 14 Pro max。

“自己一直用的是iPhone 12，我今年是要换手机，朋友就很留心在帮抢购。”李文告诉Tech星球，很幸运当天加价就拿到了货。发布朋友圈后，也是成功秀了一波。但李文其实内心，没有以前买到iPhone那种兴奋了，毕竟14的包装盒相比上代都没什么大变化。

实际上，iPhone 14今年根本就不用抢购，很多苹果体验店里，iPhone 14基本都可以提货。而且iPhone 14升级幅度比较小。“如果是装格调，肯定是选Pro系列，外观上Pro 3个镜头，14就2个镜头，区别还是很明显；性价比角度看，14基础版也比不过降价的iPhone 13 Pro。”

从消费者角度看是如此，而从黄牛角度看，只有哪款赚不赚钱。北京苹果手机个体交易户张强告诉Tech星球，自己早就预料到iPhone 14会破发。“第一不缺芯片，第二苹果加大了产量，所以黄牛加价周期，从每年的半个月到一个月，直接缩短到了2天。”

从他自己操作的经验看，如果当天收的货，没能及时转手给消费者，当天就一定要卖给经销商，否则亏损是一定的。

网上流传的一张黄牛照片显示，往年端着不愁卖的黄牛，今年愁眉苦脸地捂着脸。因为机器都是黄牛加价从消费者手中买到的，iPhone 14大概要加200元，14 Pro大概要加800起，14 Pro Max要加1000起。iPhone 14破发的速度，直接让他们不得不低于官网原价，赔钱卖出。

这其中还有个规律，iPhone 14越大的内存版本，破发的越多。不少黄牛亏损的型号，主要的就是iPhone 14 256和512内存的版本，一部手机亏三五百元是常态。而Pro和Pro max越大内存的版本，却可以加价更多，还不愁销路。

不仅“散兵”黄牛，很多渠道经营者也在加价售卖。数码店连锁品牌顺电中，iPhone 14 Pro和14 Pro Max加了2000，顶配1TB甚至加了3000元。有消费者表示，都2022年了，还加价这么多买一部苹果手机，并没有那么值得，毕竟手上的iPhone 13 Pro也足够用。

华为难成二级市场理财硬通货

华为Mate 50刚刚开启预售，行情也可窥一斑。

9月6日发布当天后，华为线下体验店中体验Mate 50的消费者并不是很多。因此，不少人认为Mate 50没有5G，外观设计相比上一代甚至有退步，应该不会大卖。但是，21日首售日赶来提货的人还是不少。

和苹果手机的情况类似，华为这方面也是越高端版本越吃香。

对标iPhone 14 Pro Max的华为Mate 50保时捷版本，虽然官方售价仅比前者低500元，但目前黄牛已经把价格定在了2.3万元，超出原价1万元，相比昨天热搜“最高加价8000元”，隔了一天又涨了2000元。

外加Mate 50这次采用了昆仑玻璃屏幕，这种屏幕材质官方宣称耐摔性提升10倍，但需要加价200元，不少消费者也优先抢购这类屏幕的型号。不少经销商将这款手机加价1000元出售。

9月22日，Tech星球探访了北京多家华为体验店，店内都没有货源，有销售告诉Tech星球，“需要去找有货源的门店。”

而这些所谓有货源的店，大多不是华为的官方体验店，所以售卖时存在很多不规范行为。普遍溢价销售是常态，部分加盟店铺怕消费者向华为举报，则玩起前年Mate 40热销期间，经常出现捆绑销售套路。

捆绑销售就是要求消费者购买手机时，附带购买碎屏险或者耳机等物件。碎屏险一年499元，两年798元。客观来说，华为Mate系列换屏价格高达1600元，碎屏险还是比较划算的选择，但不买碎屏险，则不买手机，就是在剥夺消费者选择的权利。

在经销商、黄牛看来，这次在苹果身上亏的钱，能在华为身上赚回来。但也有业内人士认为，短期华为手机比苹果行情热，可能是特殊因素造成。首先，华为两年没发布Mate系列，确实有不少用户到了要换手机的时间节点。其次，华为这次首批备货不多，也造成首售期的Mate 50供不应求。

智能手机市场寒意袭来？

此前，Counterpoint公布了2022年Q2国内手机市场销量数据。

综合看并不乐观，2022年Q2中国智能手机销量同比下降14.2%，是近十年来单季度销量最低。虽说消费者需求和购买力降低是主要因素，但上半年乏善可陈的智能机新品，确实也让消费者提不起兴趣。

市场关注的目光，都集中在下半年的苹果iPhone 14和华为Mate 50身上。但二者也并未带来预想中的颠覆式创新，很多迭代在消费者看来就是挤牙膏。

比如iPhone 14连续3代都没换机型外观，不少消费者已经视觉疲劳；发布会看起来很酷炫的灵动岛功能，现实却是微信和王

者荣耀等很多主流软件都不适配；iOS 16除了耗电量提升，感知上没有更多的亮眼功能。

经济学家任泽平发微博称：“iPhone 14可能是苹果帝国盛极而衰的标志。自从乔布斯去世后，一家再无创新和进取精神的企业开始吃老本，怪不得历来不买成长股、不喜欢创新、只喜欢垄断（护城河）的巴菲特重仓苹果。”

苹果会不会盛极而衰难下结论，但iPhone 14难成理财产品，却是当下的现状。回想2014年以前，中国大陆还不是苹果的首发区，那时候抢购苹果手机需要1万多元。2020年起，电商平台又掀起一波整治港版、美版苹果手机的行动，进一步压缩了经销商、黄牛盈利的渠道。

这就造成现在很多黄牛，都是和消费者一样，同样是在官网抢购，或者从首批抢到货的消费者手中加价购买。而如今苹果产能充足，预售制度完善，很多消费者就会更加理性，并不会对溢价的iPhone 14太感冒。

华为手机也是如此，此前华为终端BG CEO余承东回顾各代旗舰产品时说，第一代Mate开启了大屏大电池时代，Mate 7一机难求，Mate 40系列更是成为了“理财产品”。

如今，Mate 50首售日一机难求，他在微博特意强调会增产：“非常感谢大家对Mate 50系列的喜爱与支持！我们会抓紧生产，保障产品供应，让更多消费者用上强大的Mate 50系列手机。”

这也意味着，Mate 50并不会像Mate 40那样，因为芯片缘故产量有限。

而量产上来的Mate 50，最关键的难点是在明年。届时小米、OV将会发布新一代旗舰机，时间差是这些厂商的错位优势。消费者在用新一代旗舰机，对比华为Mate 50的4G手机，也许届时Mate 50的新品就会很难溢价，二手产品保值能力就很难说。

毕竟Mate 40能够成为理财产品，有一个很重要因素是麒麟9000芯片确实不错，同期骁龙3代芯片都因为功耗控制不好，被称为“火龙”芯片。如今，华为与众多安卓旗舰机，同样采用骁龙芯片，鸿蒙系统和产品设计优势，成为剩下为数不多的亮点。

曾经抢购苹果和华为手机也能赚大钱的理财神话，估计也很难再现了。