



NOVA Adult Day Care Center & Home Care

4-088

乐园日间护理中心

我们的宗旨：老有所依、老有所乐。让您享受家一般的温暖。

维州唯一
华人创办老年活动中心



- 健康管理：**专业医生定期会诊并提供理疗服务、专业护理人员每日基础健康检查
- 生活辅助：**专车上门接送、预约医生、陪同就诊、外出购物
- 营养膳食：**提供中餐西餐、品种丰富、营养均衡
- 康娱活动：**日常锻炼、设施齐全、定期开展丰富多彩的文娱活动
- 居家护理：**专业护理人员上门照顾日常起居、亲情陪伴
- 福利咨询：**Medicaid(白卡)和Medicare(红蓝卡)相关事宜
- 倾情服务：**专业护理，亲情式融入

招聘

诚邀您加入我们的团队：

司机、办公室人员 RN注册护士,PCA护理人员

办公室：703-433-8888 传真号：703-433-1111

地址：44675 Cape Ct, Suite 130, Ashburn, VA 20147 Email: bartel@novaleyuan.com



真善美日间保健中心

4-068

12910 Cloverleaf Center Drive, Suite 100, Germantown, MD 20874

Web: www.jasminecenter.com



欢迎致电查询

邹秉雄
240-683-0033
吕思慧
240-386-7882
中心电话
240-232-2288

中心特色

- 精国、粤、台语的专业医护及护佐
- 专业社工协助申请各类社会福利
- 舒适安全的交通车到府接送
- 营养丰富的早、午餐及点心

中心宗旨

We are an equal opportunity employer

- ♥ 最真诚的贴心照料
- ♥ 最完善的保健设施
- ♥ 最美丽的场地环境

邹秉雄、吕思慧主理
华人最优秀的保健服务团队
至诚为您提供最专业的服务

真诚 善良 美丽
Truth Goodness Beauty

vivo 冷饭热炒，折叠屏手机没有新故事

日前，vivo 发布其最新款折叠屏手机 vivo X Fold+，售价 9999 元起。2K+120Hz LTPO 屏、高通骁龙 8+旗舰处理器、浮翼式铰链方案、四摄相机模组、蔡司联名后置镜头、4700mAh 电池……从配置上来看，这款折叠屏手机在硬件上延续了 vivo 以往“堆料到顶”的风格。

从 2019 年起，三星和华为双双推出自家首款折叠屏手机，其产品总能出现在大众视野，既“神秘”又“多余”。一晃三年过去，折叠屏手机虽然还没能成为“主力机”，但在 2022 年，却也迎来了自己的高光时刻。

一、大家都“爱”折叠屏？

放眼整个智能手机市场，三星、华为、荣耀、小米、OPPO 等主流手机厂商均先后发布了折叠屏手机，尤其是今年，新款折叠屏手机发布消息频频。华为 Mate Xs 2、vivo X Fold、荣耀 Magic V 等，仅 2022 年第一季度，就已有 7 家手机厂商、20 款折叠屏手机进入市场。

与此同时，各家手机厂商在产品外观设计方面也是各有侧重，找寻着自己的赛道。比如三星继续打磨横向和纵向折叠屏，以覆盖不同用户群体；华为的横向折叠屏同时有着内折、外折两种产品线；小米在第二代产品上调转路线走向轻薄时尚；OPPO 则瞄准了较小尺寸机型的市场需求；联想试图以 moto 的名义打造商务型产品。

进入到 2022 年，折叠屏手机不似以往为了“猎奇”和“炫技”，各家手机厂商这次是真的将其视为新增长战略的重要一环。究其原因背后的原因，既有市场大环境下的趋势所导，也有对破解企业增长瓶颈的内部所需。

据调查机构 Counterpoint 历年提供的报告，自 2017 年起，全球手机出货量已经连续五年出现下跌。2022 年第一季度全球智能手机销量下滑了 7%，中国市场下降幅度为 14%。而另一边，自 2018 年至 2020 年，全球折叠屏手机出货量从 19.8 万台增长至 280 万台，2 年间增长就超过了 14 倍。Counterpoint 预测，2022 年底，这一数字将达到 1830 万台。与此同时，当手机不好卖了，要想维持收入增长，就只能在提升利润上下功夫，而手机利润最高的地方在高端市场。

2021 年，苹果公司手机业务营收达 1960 亿美元，比处于其后的三星、OPPO、小米和 vivo 四家企业收入的总和还要多；据苹果 2022 财年第二季度财务业绩显示，该季度营收为 972.78 亿美元，净利润为 250.10 亿美元，苹果的毛利率高达 43.7%。

占据高端市场对手机厂商们来讲，不仅意味着自身形象和市场竞争力的提升，还意味着更高的利润和更大的话语权。而借助折叠屏产品，处于追赶地位的手机品牌有望实现“弯道超车”。

此外，屏幕信息呈现内容的多少取决于分辨率和尺寸，当分辨率达到人眼视网膜分辨能力后，更多的信息传输密度就要依赖显示屏尺寸的增长。因此我们看到，从 2010 年到现在，智能手机屏幕已由 3.5 英寸增长至 6 英寸，甚至 6.5 英寸，以 16:9 的屏幕比例计算，显示面积增长率接近 200%。

随着人们越来越多、越来越频繁地从智能终端产品中，获取生产、工作和生活的相关信息，屏幕信息内容不断增长和终端形态便携化之间的矛盾，未来大概率将由折叠终端产品来解决。

无论是从市场数据，行业趋势，还是企业经营、用户需求，折叠屏手机似乎都被委以重任。但理想很丰满，现实很骨感，折叠屏手机要真正“火”起来，远没有想的那么简单。

二、折叠屏手机“鸡肋”凸显

据艾媒咨询调研数据显示，67.5% 的受访用户不购买折叠屏手机的原因是“担心其质量问题”，59.5% 的受访用户则因“价格贵”没有购买；对于折叠屏手机的期待，65.1% 的受访用户表示期望折叠屏手机的硬件或软件能够得到改进。

在黑猫投诉平台，关于折叠屏的投诉中，屏幕折痕、显示故障、制造工艺差、铰链损坏等等，都是创新的折叠形态所带来的代价。

在不大的机身下加入一个复杂的铰链，虽然能实现展开大屏，但铰链也占用了大量的外屏空间，让折叠屏手机外屏变成一个异性的长条形。而元器件在长期反复的弯曲循环过程中出现问题概率极高，也会影响产

品的使用体验。

同时，铰链的厚度和重量也直接决定了整机的厚度和重量，而为了平衡屏幕增加和铰链带来的重量，有时不得不采用牺牲电池容量的方法。

以三星折叠手机 Z Fold 3 为例，该款产品的电池容量为 4400mAh，同年早期发布的直板手机 S21 Ultra 的电池容量则达到 5000mAh。显示屏越大耗电量越大，而电池容量却更小，产品性能处两难境地，续航体验不尽如人意，直接影响了折叠手机的体验和普及。

诸多问题汇聚之下，折叠屏手机就常常成为了一个顾此失彼的实验品。而在产品设计之外，折叠屏手机的价格和应用场景也是阻碍其大面积铺开市场的两大障碍。

此前，小米在发布折叠屏手机 Mix Fold 2 的同时，也公布了其售后维修的价格，换一次内屏需要 4899 元，相当于换一次内屏，差不多一台 iPhone 13 就没了。

但这也不能怪小米“狮子大开口”。据官方透露，小米 Mix Fold 2 这块是采用独家定制的超高屏占比屏幕，成本是普通柔性屏幕的一倍，内屏还采用了新技术，功耗低造成了良品率低，成本可以说是进一步提升，内外两块屏幕单纯成本就要 4000 块以上。

无独有偶，OPPO Find N 配备的铰链是首个实现悬停的水滴型铰链，单个成本也要近 800 元，是目前市面上折叠屏铰链成本的 3 倍。

本身就因良率较低、铰链需要单独设计研发、折叠盖板方案待摸索等诸如此类的因素，大幅增加了折叠屏手机的物料成本。而一些手机厂商还在某些组件上追求“精益求精”，这使得折叠屏手机的整体成本和价格一直都居高不下。

尽管，现在已有不少企业开始平衡配置，拉低其销售价格，但目前折叠屏手机的价格大都在万元左右，处于智能手机价格梯度的最高端，超出了大多数消费者的承受范围。

目前折叠屏手机最容易被普通用户感知的，是通过分屏+小窗将多个应用同时呈现的多任务体验。理论上来说，多任务能够

带来使用效率提升，但仅是这样的改变难以让人眼前一亮，距离真正意义上的改变交互，革新智能手机形态，恐怕也还差得远。

三、全产业链如何革新？

事实上，手机市场整体低迷并不只是外部环境所致，真正让手机厂商头痛的是近年来智能手机需求的明显放缓。据行业分析公司 Counterpoint 最新数据表明，目前手机用户的平均换机周期已超过 31 个月。

而此前中国移动终端实验室发布的一份消费趋势报告中也显示，78.6% 的用户更换手机是因为旧机型的损坏、运行速度变慢/卡顿、内存不足等原因导致的被动换机，因为喜欢尝鲜和定期更换手机的用户仅占比 15.5%。

想刺激消费者的购机欲望，只靠在既有的影像、快充、屏幕大小等方面的“微创新”，显然已经是不够的。

在这样的认知下，折叠屏手机这种形态有足够的辨识度，部分使用场景确实也能带来更好体验的品类，从需求上讲可以激发消费者的换机需求，从技术上讲则可以促进厂商的研发积累。

于是我们能看到，单在铰链这一点上，OPPO Find N 借助水滴形铰链技术，把屏幕中间的折痕做到相对平整；为了打造航天级浮翼式铰链，vivo 投入了远超直板机三倍人数的设计研发团队；荣耀 Magic V 则搭载了目前业界最薄的超薄悬浮水滴铰链，做到了行业最小的弯折半径……

折叠屏市场一下子变得好热闹，原本仅仅是为数不多的品牌探索方向，到了今年就变成了主流品牌皆以高端定位，进入各自瞄准的市场空间。无论消费者喜欢怎样的产品形态，对厚薄、功能、造型有怎样的追求，都能找到更符合自己的折叠屏。

而对于手机厂商来说，在推出更多折叠屏新品的同时，更应着手填平折叠屏的体验升级与市场期待值之间的落差。毕竟折叠屏手机如何在应用体验、使用手感以及功能性等方面，做出与智能手机之间的区隔，才是未来形成真正增长动力的关键之处。可以预见，折叠屏手机从“特色机”发展到“主力机”，还有很艰难的路要走。