

Lightning 线缆及认证年入近 400 亿元

# iPhone 15 新充电线一米 145 元 客服仍建议使用官方认证的配件

本报记者 陈佳岚 广州报道

iPhone 改用 USB-C (又被简称为 Type-C) 接口已成为不可逆转的趋势。

近日,苹果公司发布的 iPhone 15 系列正式采用 USB-C 端口,取代自 2012 年以来一直使用的 Lightning 端口,也让 iPhone 15 系列成为苹果历史上第一款采用 USB-C 接口的手机。

## 苹果因 iPhone 换接口带来损失

苹果每年通过销售 Lightning 线缆和 MFi 证书赚取约 50 亿美元(折合人民币约 364 亿元)。

欧盟议会在 2022 年 10 月初通过了一项法案,要求自 2024 年秋季开始,欧盟所有手机、平板电脑、相机等便携智能设备新机,都要使用 USB-C 的通用充电接口;而笔记本电脑产品使用统一充电接口,则被允许在法案生效后有 40 个月的“适应”期。目的是为消费者提供便利,减少电子垃圾。

众所周知,苹果 MFi 认证即“Made for iPhone/iPod/iPad”的简称,是苹果用于对 iPhone、iPod、iPad 设备的周边配件制造商所制定的测试计划以及官方授权标准。

由于苹果多款产品使用的是 Lightning 接口,为此,上述欧盟法案确立后,苹果也成为受影响最大的企业之一。该立法将影响到多达 10 亿台配备 Lightning 接口的苹果产品,从而可能导致苹果每年在配件销售及 MFi 授权认证费上的损失超过百亿元。

2022 年财报显示,苹果从可穿戴、家居和附件类别中录得营收为 410 亿美元,占总营收的 10.4%。产品除各类型的充电线、连接线、电源适配器外,还包括 Air Pods、Apple Watch、HomePod、Apple TV 等产品。《每日邮报》曾估算过,苹果每年通过销售 Lightning 线缆和 MFi 证书赚取约 50 亿美元(折合人民币约 364 亿元)。

苹果官方网站显示,其现在在 414 个 MFi 授权制造商,MFi 会员每年除了要向苹果支付 99 美元的会员费外,申请 MFi 认证的制造商每次工厂审核还需要支付 2060 美元。

每卖出一根 MFi 认证的连接线,苹果还要收取部分佣金。2010 年彭博社报道称,苹果公司

对于消费者而言,这将是多年来 iPhone 系列手机最大的改进之一。市场研究公司 CCS Insight 分析师 Ben Wood 认为:“这可以说是近几年来对 iPhone 设计的最大颠覆,但实际上,这算不上什么重大举措。”

据悉,iPhone 15 系列四款新手机型号都已经切换成 USB-C 端口进行有线充电和数据传输。

不过,尽管 iPhone 换上了

还从第三方配件制造商销售的每件 MFi 配件中抽取 20% 至 25% 的提成。根据科技媒体 AppleInsider 的粗略计算,一根 Lightning 线上 的“苹果税”(MFi 认证+芯片+抽成),可以占到连接线价格的一半。而 2022 年,苹果 iPhone 手机出货量为 2.25 亿台。

从产业链来看,生产 USB-C to lightning 连接器的供应商主要包括立讯精密、富士康、正威精密等,随着 iPhone 15 系列的接口变化,相关供应商已转向批量生产 USB-C 口的相关产品。

国内获得苹果 MFi 认证的品 牌不在少数,有紫米、绿联、安克、OPSO、ROCK、摩米士、耐尔金、爱沃可等。目前,已经有不少企业(绿联、安克等)转向了生产售卖支持 iPhone USB-C 口的充电线。对于 USB-C 产业来说,也有望迎来新一波增长。

通过了 MFi 认证的国产品牌安克方面人士对记者表示,“安克充电线接口切换到 USB-C 是大势所趋,从去年传出 iPhone 15 可能采用 USB-C 口的信息时,公司就已经在做相关预案,规划了低中高不同系列产品。而公司的货品准备在苹果产品发布前 3 个月开始。苹果发布会后公司相关产品的涨势也很明显,目前销量的数据整体符合预期,暂时没有特别大的爆发性增长。”

但也可以想象,苹果并不愿意放弃这块利益“蛋糕”。

据《21 世纪经济报道》报道,富士康已经开始大规模生产含有 MFi 认证的 USB-C 线。而如果新款的 USB-C 线缆也需要苹果认证,是否仍会被欧盟视为不合

USB-C,在不少苹果服务人士看来,消费者手中原有的 USB-C 线能否很好地适配 iPhone 15 系列手机仍要打个问号。

iPhone 15 系列发布后,《中国经营报》记者以消费者身份咨询苹果官方客服及线下门店人员 iPhone 15 是否能与安卓充电线互通充电时,其多位人士都表示,“可以,但仍建议使用苹果认证的 USB-C 产品。”

规也是个问题。

事实上,2023 年 2 月,就有传言称苹果将限制未经认证的 USB-C 配件的充电和数据传输速度,但欧盟将其扼杀在萌芽状态。欧盟专员蒂埃里·布雷顿还给苹果公司发出警告,不得限制 USB-C 线的功能,否则在法律生 效后 iPhone 将无法在欧盟销售。“不符合单一充电器要求的设备将不会获得在欧盟市场销售的批准。”布雷顿指出。

目前,苹果官方并没有明确指出官方数据线是否含有 MFi 认证,iPhone 15 系列还未正式售卖,还无法拿到真机做测试。

不过,有产品认证检测机构人士已经对记者表示,“新的苹果 USB-C 线已经不需要进行 MFi 认证了。”

深圳一家提供 MFi 认证的公司负责人在接受本报记者采访时表示,Type C 的确定有再加密了,充电部分跟普通的 USB-C 一样。但 MFi 还存在于之前 Lightning 接口的存量市场,那些手机还继续适用于 MFi 项目。

需要留意的是,MFi 不只包含 Lightning 配件,还支持 AirPlay 的音频产品、CarPlay、HomeKit、Apple Watch 快充充电器、MagSafe 充电配件等,苹果依旧可以从这些产品的认证中“吸金”。

上述安克方面人士还表示,公司会基于用户和市场变化,动态调整采购和销售计划。长期看,USB-C 接口会逐步替代 Lightning 接口,但 Lightning 线不会消失,类似于今天的 Micro 线,因此还是会生产满足 Lightning 接口设备充电需求的产品。

## 客服仍建议使用经认证的数据线

“不建议使用安卓的 USB-C 给苹果产品充电,适用安卓产品的充电线并不适配苹果产品,混着充电容易导致电池快速老化。”

在欧盟的禁令等多重因素下,iPhone 终于换上了 USB-C 接口。不过,苹果似乎仍希望消费者使用苹果官方认证的 USB-C 线给 iPhone 充电。

记者以消费者身份咨询苹果官方客服 iPhone 15 是否能与安卓充电线互通充电时,该客服回复,“一般来说是可以支持的,不过建议使用苹果附赠的原装充电线充电,如果还需要购买,还是建议购买经过苹果认证的数据线,第三方数据线由于非苹果生产无法保证其对 iPhone 充电时是否会造成意料之外的情况。”

事实上,在 iPhone 产品支持 USB-C 之前,苹果的 Mac、iPad 等产品就已经改用 USB-C 充电口了。换用 USB-C 口后也不再需要 MFi 认证的线缆了,任何支持 PD 协议(USB-IF 组织提出的一种快充协议)的线缆都可以为它们充电,也可以通过 C 口连接外置硬盘、音频解码器等外围设备。

不过,从过往的情况来看,iPad 使用安卓 USB-C 也更容易让产品自身出现问题。

已经有不少维修博主爆料,更换为 USB-C 充电口后的 iPad 产品维修率变高了,原因与用安卓 USB-C 线给 iPad 直接充电有很大关系。博主爱修汇曾爆料,因为有用户不恰当使用安卓 USB-C 线,iPad 产品主板都被烧坏了:“安卓的 USB-C 接口与 iPad 的 USB-C 接口由于做工上仍存在差异,原本有差异的接口插入会导致接触片磨损造成短路,这种情况下就容易把主板内部的芯片给烧坏,此外,安卓的 USB-C 充电器和 iPad 的 USB-C 充电器虽然可以互用互充,但无论是充电器的功率或者瓦数都有明显差异,也非常容易把 iPad 充坏。”

该维修博主不仅建议不要使用第三方品牌的 USB-C 充电器给 iPad 充电,同时还大胆预测,iPhone 改回 USB-C 充电接口后,其充电损坏率或将大大提升。

近日,针对刚推出的 iPhone 15 系列,苹果线下门店人员也向记



苹果公司新发布的 iPhone 15 系列正式采用 USB-C 端口。图为苹果 iPhone 15 新品发布会现场。视觉中国/图

者提醒道,“不建议使用安卓的 USB-C 给苹果产品充电,适用安卓产品的充电线并不适配苹果产品,混着充电容易导致电池快速老化,之前就出现过很多 iPad 电池鼓包的问题,更换电池也需要耗费不菲的价钱。”

上述苹果线下门店人员还表示,“充电宝、共享充电宝也最好使用经过苹果认证的配件。”

针对第三方 USB-C 线接入 iPhone 15 系列后是否容易带来不良影响,有共享充电宝企业公关人士向记者表示,“已经关注到 iPhone 充电接口的变化了,也咨询了苹果方面,是可以充电的,至于对手机是否会有影响,还需要实际测试才能知晓,我们也需要拿到样机,进行测试后才能做技术评估。”

记者也就相关问题询问苹果官方媒介,并发去采访邮件,但截至发稿暂未获回应。

而消费者如果要另外购买原装 USB-C 线,苹果官方售卖的 USB-C 接口线价格并不便宜。在苹果官网上,两端均为 USB-C 最高支持 60W 充电功率的一米充电线要 145 元,两米长的 240W USB-C 充电线要 243 元。

值得注意的是,目前国内外电商平台已经出现了诸多款“iPhone 15 适用的 USB-C 接口数据线”,售价要比苹果官方低不少,品胜 1.2 米的 USB-C 接口线只要 22.4 元,安克同款 C-C 240W 快充

线只需 43.9 元,不少品牌客服都标榜自家产品使用很安全,不仅支持苹果官方 PD 快充协议,还能保护电池健康及耐用。安克、绿联客服皆表示,“目前 C-C 充电线暂时不需要 MFi 认证。”

上述提供 MFi 认证的公司负责人表示,对于 Lightning 接口,苹果有自己的标准要求,产品使用需通过测试,对产品的质量肯定会有 一定的帮助,但更换为 USB-C 后,相当于零门槛,在零门槛的情况下,很多中国工厂都可以做 USB-C,尤其是一些低端工厂可以把线材做得非常便宜,在成本降低的同时,产品质量无法保障。普通 USB-C 在使用上没有问题,但使用便宜的线材对手机没有损害,可能就没办法保证了。

从苹果的角度考虑,取消 Lightning 接口,换成 USB-C 让消费者有了更多便利,苹果会因 iPhone 换接口带来损失,但后续还将带来哪些影响,仍需观察。

从苹果客服及线下门店人员的描述来看,非苹果官方品牌的 USB-C 线和共享充电宝自带的 USB-C 线可以给 iPhone 15 系列充电,不过,苹果仍建议使用官方认证的产品,如果消费者强行使用没有苹果认证的 USB-C 线最终效果如何,仍有待产品后续真实测试及检验了。消费者后续是否还会为苹果官方数据线高昂的溢价买单,也有待进一步观察。

# 半年报里的 AIGC 影响力:影视公司纷纷布局 但成效有限

本报记者 张靖超 北京报道

暑期档结束后,整个影视行业在 9 月逐渐归于平静。这在资本市场上表现得尤为明显。截至 9 月 20 日收盘,沪深 300 指数在 9 月的跌幅为 1.44%,但 Wind 文化传媒指数的跌幅高达 8.43%。这与 2023 年上半年 Wind 文化传媒指数超过 20% 的涨幅相比,表现可谓急转直下。

“雷声”四起

从迄今为止各家公司的官宣消息来看,AIGC 在影视圈的动静可谓不小。

手握众多网文 IP 的阅文集团,便是加码 AIGC 的排头兵之一。该公司公告称,在 AI 技术特别是 AIGC 技术的赋能下,阅文集团将打造多模态多品类内容大平台,构建新的 IP 上下游一体化生态体系,以 AIGC 为新引擎推动 IP 生态提质增效,这也是该公司的中长期业务蓝图。

今年 6 月,阅文集团还进行了一次组织架构升级,成立了四大事业部。其中智能与平台研发事业部被委以重任,负责 AI 大语言模型等技术攻坚和前沿实验,并将其转化为 AIGC 场景应用。不到一个月,阅文集团发布了网文行业首个大语言模型“阅文妙笔”和基于这一模型的应用产品“作家助手妙笔版”。

国内某券商一位分析师向《中国经营报》记者分析,除整体的宏观因素影响外,进入 9 月后,一是暑期档票房较高的几部电影,主控方是上市公司的并不多,二是关于半年报业绩的预期也基本兑现,三是今年上半年推动整个文化传媒板块上涨的驱动力分别是行业反弹和 AIGC,前者已经体现在中报业绩中,而关于后者的概念炒作也告一段落。

在聚焦于电影及电视剧投资制作业务的上市公司中,华策影视是动作最多的公司之一。今年 2 月,该公司宣布全面接入百度文心一言,将和包括百度在内的战略合作伙伴们共同把 AIGC 技术应用于内容创意、内容制作、内容宣发等影视生产全链路;4 月,宣布收购上海华融汇和杭州策博,目的之一正是探索 AIGC 技术和场景应用;到了 6 月,华策影视宣布成立 AIGC 应用研究院,并设立专项基金,全面推进 AIGC 产业布局。

光线传媒也频频对外释放采用 AIGC 的信息。今年 3 月,光线传媒宣布将对小说《去你的岛》进行动画电影改编,并发布了一张由 AI 制作的海报。该公司董事长王长田随后透露,AI 将深度参与该片的开发和制作。在今年 6 月的上海国际电影节上,王长田还表示,光线传媒将在未来的动画

但值得注意的是,相比于 2021 年开始热闹的元宇宙概念,此番 AIGC 要更加明晰,而且已经有 Midjourney、ChatGPT 等具体产品落地应用,但在近期的热度却大幅下滑。百度指数显示,与元宇宙相比,AIGC 的搜索指数走势并不稳定,今年以来,在每个月的月末和月初都弱于元宇宙,每个月中旬则会出现爆发式的上涨;进入 9 月后,AIGC 基本落后于元

制作和剧本创作阶段深度运用 AI 工具,提高生产效率。

互联网属性更强的长视频平台对于 AIGC 的热情也不遑多让。7 月,阿里系的优酷用 AI 技术,将《安乐传》《偷偷藏不住》《当我飞奔向你》《护心》《长月烬明》这五部剧中的名场面进行变形融合,比如将《安乐传》的亭台楼阁建筑变形为《偷偷藏不住》的文具,《偷偷藏不住》的云朵消散后是《当我飞奔向你》的公交车座椅,这种跨时空连接是比较常见的营销形式。

在优酷近日推出的漫改剧《异人之下》中,阿里大文娱数字人厘里在剧中扮演神秘角色,这也是国内数字人演员首次参演真人剧集。优酷工作人员介绍,“按照厘里剧情的体量,传统特效技术至少要一个月才能完成,而数字人参演包含后期只用了一周。”

宇宙。

作为以内容为核心产品的影视行业,也是受到 AIGC 影响比较大的行业之一。在最近公布的半年报中,各家上市影视公司也都透露了 AIGC 的应用情况。那么,AIGC 的应用程度究竟如何?又对业绩产生了怎样的影响?这场所谓的技术革新是否又是一场“雷声大雨点小”的二级市场概念炒作?

爱奇艺在 2023 年第二季度财报中透露了其在 AIGC 的进展,包括“星罗剧情理解平台”通过 AI 技术应用到长视频的剧情理解、提炼等方面,实现了 AIGC 自动化批量产出拆条、解说、混剪等多类型视频内容及多元化图文内容。爱奇艺方面透露,其诸多特辑内容已经通过 AIGC 进行视频看点卡段,提取图文素材等工作,生产运营素材。据爱奇艺方面介绍,公司已引入 AIGC 辅助剧本评估。内部数据显示,目前对场景和人物拆解的准确率超过 90%,有效提升在剧本评估、预算规划和资源管理等方面的效率。

此外,芒果 TV 也推出 AIGC HUB 平台;腾讯公司副总裁、腾讯在线视频首席执行官孙忠怀则透露:“腾讯视频目前有一个部门正在深入研发 AIGC 技术,尝试从提升创作效率、降低成本、提升用户审美体验等方面发挥技术创新的效能。”

## 何处“雨点”大?

在各大公司的观点中,AIGC 都被视作降低成本、提高生产效率的革新技术,但实际效果如何?

影视行业具有代表性的五家上市公司中报数据显示,阅文集团上半年收入同比减少 19.68%,营业总成本同比增加 13.53%;华策影视上半年收入同比减少 4.22%,总成本减少 0.28%;光线传媒上半年总收入增加 3.78%,营业成本减少 3.89%;爱奇艺营收同比增加 15.91%,营业成本增加 4.62%;芒果超媒营收减少 0.37%,成本减少 0.99%。

资产周转率(总收入/总资产)是考察企业资产运营效率的一项重要指标,体现企业经营期间全部资产从投入到产出的流转速度,反映企业全部资产的管理质量和利用效率。上述五家公司今年上半年的资产周转率分别是 14.6%、12.22%、6.5%、37.48%、22.13%,较上年同期分别增加-18.6%、2.94%、10.73%、14.61%、-8.6%。

结合数据表现,似乎只有光线传媒和爱奇艺实现了降本增效。但这是否意味着 AIGC 在其中发挥了关键作用?

光线传媒方面表示,今年以来 AI 等新技术、新工具的创新发展如火如荼,预计将有效实现降本增效,为行业生产力加码,叠加政策的大力支持,内容生产欣欣向荣,行业进入新的快速发展阶

段。爱奇艺在上半年财报中总结几项主要业务的收入和营业成本时,均未提及 AIGC 的作用和影响。这似乎表明目前阶段即便 AIGC 对影视公司的降本增效产生了影响,也是有限的。

“现在是有 OpenAI 这类公司提供了工具,很多科技公司也都推出了大模型,但真正与影视行业适配的应用还没完全成熟。换句话说,到目前为止,绝大部分公司的 AIGC 要形成稳定的生产力,还有一段路要走。”一位长视频平台的人士说,“不过从目前的情况来看,AIGC 在剧本和营销环节已经开始应用了,比如剧本拆解、宣传海报、撰写电影及电视剧的评论、通稿等内容的生成。”

至于效果,从事电影制片的金妍(化名)这样告诉记者:“剧本环节,目前只是提供参考,营销环节,目前来看是有帮助的,但不大。现在大家的营销预算都比较有限,所以会非常看重性价比,AI 的作用主要是内容生产的速度很快,但普遍缺乏打动观众的吸引力,也可能是因为这种内容是流水线生产的,缺乏内容创作中常常提到的‘灵魂’和‘创意’。”

但所有采访对象均表示,仍看好 AIGC 的应用前景,特别是在效率方面,将会起到较为明显的作用。