

复古风潮引商机

孙昌岳

谁能想到,在2024年的今天,一款不能连接Wi-Fi、像素只有200万、仅可以使用自带程序的手机竟如此抢手。

5月31日,诺基亚3210复刻版3210 4G刚一开售就迅速售罄,卖方称“目前各大仓已经断货了,只剩下回忆和期待”。为满足大家的需求,诺基亚于6月6日再次开启现货发售,短时间内又被抢购一空。

一款与智能时代“反向而行”的手机,为何受到这么多消费者的青睐?

有人认为这是营销策略之功。几次发售,诺基亚放的货都不多,目前3210在天猫旗舰店的销量还不到800台。在旗舰店断货期间,一些售卖现货的网店价格水涨船高。淘宝上,原价379元一台的新机,涨到了599元一台;闲鱼上,新机清一色加价500元以上。

也有人表示,这是人们在为情绪买单。“这不是手机,是青春!”不少曾经买过诺基亚的网友一边催促补货,一边呼吁赶紧推出其他经典机型的复刻版。

无论是有心之举还是无心插柳,这一波流量算是落到了诺基亚3210复刻版上。

其实,这并非诺基亚第一次推出经典机型的复刻版。2017年,诺基亚发布过3310复刻版,称在2年内卖出逾万台。后又发布诺基亚105系列,一度成为销量王,据称截至2022年,该系列手机全球销量超2亿台。

尽管战绩不俗,但像今年这么凶猛的断货势头还是头一遭。要知道,3210这款曾卖出1.6亿台的“机皇”,即便被复刻重生,也难以融入智能时代。笔挺的直板机身,满满“回忆杀”的九宫格键盘,

几乎都是古早的设计语言。许多已经被触摸屏和人脸识别解锁“驯化”的“手机人”,都会下意识用手指按住机身的侧面,然后在疑惑中思考半晌,才反应过来开机键应该是在正面。

不过这些缺点在“诺粉”眼中都不是问题。有网友分享感受:“人生第一部手机就是3210,现在有了新版必须买一个作为备用机,手感超级好”“非智能手机可以强行‘戒断’网瘾”“既解决了沟通的需求,还不容易让人沉迷”。

另有专业人士表示,诺基亚3210复刻版断货的背后,除了“诺粉”们给力,还在于其赶上了CCD相机热潮。

去年,曾在十几年前火爆的CCD相机“重回江湖”。相较于如今的单反和微单相机,CCD相机拍摄画质一般,甚至有些粗糙,不过在不少发烧友看来反倒更有“朦胧氛围感”。很多年轻人把它当作拍照必备单品,在社交平台上掀起好几波热潮。得益于,CCD相机在二手市场的价格也蹭蹭上涨,热门款被炒到上千元。

于是乎,CCD相机的“平替”就出现了,正是这些老款手机。有消费者表示,以前的手机和CCD相机拍出来的效果差不多;CCD相机的溢价太高了,旧手机价格明显要便宜很多。不少顺利抢到诺基亚3210的年轻男女,纷纷在小红书等平台晒出用这款经典手机拍的照片。这些照片大多颗粒感明显,但也正因为不够高清,反倒省掉了人们后期修图美颜的力气。

此外,还有一种比较流行的观点认为,某种程度上,人们重新爱上复刻版的

诺基亚,不是因为它的设计如何出色,而是因为对现代智能手机同质化设计形成审美疲劳,对24小时不间断的信息过载感到厌烦,以及无比怀念现实世界中人与人之间的情感共鸣。

这样看来,复刻或许是一门好生意。

不过,要念好这门生意经,仅靠外表可不行。一个典型的例子就是甲壳虫汽车。其外形设计具有极高辨识度,加上颜色鲜亮,细节感拉满,即便放到现在也不过时。但其使用体验怕是只能用一言难尽形容,起步动力明显不足,加速感受中规中矩,油门踏板高度也比较考验驾驶人的脚踝灵活度。有网友调侃,只谈外观,甲壳虫就没输过,但若谈性能,甲壳虫就没赢过。正因如此,随着外观热度引发的销量热潮逐步降温,甲壳虫销量日益下滑,最终不得不退出历史舞台。时至今日,虽然仍有车迷对“复活”甲壳虫抱有期待,希望其能“借电”重生,但其母公司大众一直未有给予积极回复,显然热情不高。想来,以甲壳虫现有的技术“家底”,无论是提高燃油效率还是改用新能源动力系统,都很难在当前“内卷”如斯的汽车市场分一杯羹,想要“复刻”巅峰时期的热度更是难上加难。

相较而言,诺基亚就“聪明”多了。严格来说,如今的“诺基亚手机”只是披着诺基亚品牌的外衣,内里早已换成了另一副躯干。自2014年把设备与服务业务出售给微软后,诺基亚就退出了智能手机市场的竞争。2016年,几位诺基亚的前经理人从微软手中买回了包括手机业务在内的一些“没有必要的额外业

务”,随后在芬兰创立了一家名为“HMD”的手机公司。HMD一边紧跟潮流,与时俱进地发布智能手机,一边持续复刻经典,推出多款诺基亚过往热销手机。当然,诺基亚的复刻并不是完全意义上的复刻,而是根据消费者的需求有限度、有选择地优化,例如增加了移动支付功能,让用户不至于在电子钱包盛行的当下额外带个实体钱包;又如改用USB Type-C接口,保住了用户的“充电宝自由”。

市面上还有不少复刻经典的例子,或试图吸引新的消费者,或激发原有消费者的集体回忆,复刻曾经的美好是对“情绪价值”的再利用,或许是一门有点“讨巧”的生意。不过,对于不同领域的产品,人们的偏好不同,尤其是对技术的包容度差异很大。归根到底,一切还要以消费者体验为上。毕竟,再浓烈的怀旧情绪,也抵不住一句“难用”。

回到手机市场来看。诚然,当今的手机市场被智能手机占据,但许多曾经红极一时的老品牌也并未消失。在电商平台上,金立、摩托罗拉等均有大量老款手机在售,其中部分品牌聚焦功能手机、老年机、学生机等细分市场,比如,金立天猫旗舰店有10余款手机在售,多款老年机颇受欢迎。

在复古风潮中蹿红的诺基亚3210复刻版能火多久,又能给其他旧款手机带来多少关注度,尚不得而知。但市场瞬息万变,一切皆有可能。



全球

熊猫

许苏培

前段时间,大熊猫在全球有点热。《功夫熊猫4》上映后连续两周蝉联北美票房冠军,韩国大批民众冒雨送别返回中国的“福宝”,“金喜”和“茱萸”在西班牙马德里动物园首次公开亮相,“宝力”和“青宝”将于年底前赴美开启新一轮大熊猫保护研究合作……无论是在大银幕上还是动物园里,大熊猫魅力十足,来自全球的欢迎和喜爱更是令人动容。

大熊猫是中国国宝,也是世界团宠,所到之处都会刮起一阵“熊猫旋风”。1972年,时任美国总统尼克松访华后,中方将“玲玲”和“兴兴”作为珍贵礼物送给美国,8000名美国民众冒雨迎接,动物园首月参观人数达上百万人次。日本上野动物园也因“康康”和“兰兰”的到来而人气大增,当年入园人数突破500万人次,是前一年的5倍多。在墨西哥查普特佩克动物园出生的“托维”是第一只在人工饲养环境下出生并存活的海外大熊猫宝宝,“托维”的专属歌曲《查普特佩克的熊猫宝宝》发行后在全球卖出了好几百万张唱片……旅外大熊猫人见人爱,海外趣闻数不胜数。

如今,“宝力”和“青宝”也将被送往“玲玲”和“兴兴”当年所在的美国华盛顿国家动物园。园方正积极准备,改造升级熊猫馆舍,园内多个标牌上写着“熊猫来了”,礼品店里摆满了以熊猫为主题的商品。《纽约时报》网站刊文称,华盛顿设有大熊猫的6个月显得“漫长而可怕”,但“这种空落落、难以忍受的感觉很快就要结束了”。

长期以来,中国积极推动大熊猫保护的国际合作,每一只大熊猫海外幼崽的诞生,都是中外科研人员交流协作的成果。从上世纪90年代一度濒临灭绝,到如今野生大熊猫数量近1900只,全球大熊猫圈养数量达到728只,实实在在的数字背后,是中国在大熊猫保护繁育、疾病防治与诊治、生态环境建设及全球交流合作等方面付出的巨大心血。

大熊猫的命名,也包含着世界各国人民的美好祝福和期盼。“托维”在墨西哥一种少数民族语言中指代孩子。第一只在欧洲人工饲养环境下出生并存活的大熊猫“竹琳”,名字有“竹林中的瑰宝”的寓意。2006年的春节联欢晚会上,经过两岸同胞和海外侨胞的投票,赠台大熊猫被命名为“团团”和“圆圆”。刚刚在马德里动物园开启10年旅居的“茱萸”,因为出生在重阳节而取名自“遍插茱萸少一人”……

人们对大熊猫的喜爱不分老幼、超越国界,这也正是各国人民情感相似、心灵相通之处。当前,聚焦大熊猫重大疾病防治,加强大熊猫栖息地和野外种群保护等主题的新一轮大熊猫国际保护合作在全球展开,愿可爱的大熊猫带着满满的正能量和中国人民的善意,继续在全球传递友谊、播撒快乐。

(据新华社电)

本版编辑 韩叙 杨啸林 美编 王子莹
来稿邮箱 gjb@jrb.cn

脑洞

□ 江子扬

当AI学会骗人

近日,美国细胞出版社旗下《模式》杂志发表了一篇来自麻省理工学院等机构研究团队的文章。该文章称,研究人员花了一段时间跟进脸书母公司“元”开发的西塞罗人工智能(AI)系统的“成长历程”。在一个虚拟外交战略游戏中,它被设计成人类玩家的对手。最新进展是,为达成游戏目标,它“主动背叛了盟友”。

文章还援引其他研究团队的研究成果称,目前已经有多个人工智能系统学会了欺骗,在棋牌游戏中表现尤为明显。许多人工智能都能熟练地使用“虚张声势的策略”。

对此,研究人员不无担忧地评价说,通过“习得性欺骗”,一些人工智能已经“系统性地”学会了“操纵”他人。

“习得性欺骗”是“习得性无助”的衍生概念。后者是美国心理学家塞利格曼于1967年在研究动物时提出的。他用狗做了一项实验。起初,他把狗关在笼子里,只要蜂音器一响,笼子就会通电,因为被困,狗根本无处可逃,只能承受电击。经过多次实验后,只要蜂音器一响,狗就开始颤抖、哀嚎,即便后来研究人员打开了笼子的锁,甚至将笼门大敞,狗也不会逃跑,而是继续蜷缩在原地等待接受电击。这就是习得性无助。

后来,又有心理学家进一步拓展了习得性无助的适用范围。研究认为,习得性无助并不是问题的关键,习得本身才是。经过一次次反复“训练”,人也好,动物也好,都会形成定向的心理预期,进而形成固定的行为习惯。比如,经常得到肯定与鼓励的人会出现“习得性自信”,哪怕遭遇了失败也不会轻易陷入

自我怀疑;家里的宠物如果与主人相处融洽,则会“习得性卖萌”,而且卖萌水平还会随着时间的推移越来越高。

人工智能的“习得性欺骗”也是同样的道理。当人工智能受系统错误、算法冲突等小概率因素影响,第一次通过欺骗行为达成了目标结果,这种行为就会被归为一种“可以提高成功率的算法”,并在后续训练中被一次次强化。而且,鉴于习得本身就是一种“类算法行为”,人工智能的学习效率必然比人类高很多。

这一研究结果又一次将业界已经担心许久的问题摆在了台面上:人工智能是否会给人类社会带来安全隐患?

对此,许多研究人员都持悲观态度。有观点认为,根本看不到“训练出一个在所有情况下都不能实施欺骗的人工智能模型”的可能性存在,因为再厉害的人类工程师也不可能穷尽各种欺骗场景。而且,目前尚未有团队开发出可信的、“基于算法的、人工智能无力绕过或突破的,旨在控制其习得性欺骗行为的‘警戒线’”。简而言之,按照目前的技术水平,人们虽然明知人工智能正在学习骗人,但对此却无能为力。

不过,也有专家从人类心理学的角度给出了解题思路。

近日,英国《自然·人类行为》杂志发表了一篇德国研究机构的科研成果。文章指出,一些大语言模型在评估解读他人心理状态能力的测试中与真人表现相当,甚至在识别讽刺和暗示等测试项目中的表现胜过许多普通人。不过,这并不意味着人工智能拥有“等同于人类的能力”,也不意味着它们拥有人类的“心智”。

解读和推断他人心理状态的能力被称为“心智理论”,这是人类社交互动的核心能力,涉及沟通、共情等。研究人员为大语言模型设置了通常用于评估“心智能力”的5项测试,分别为识别错误信念、讽刺、失言、暗示和误导信息。结果显示,在所有5项测试中,“成绩”最好的大语言模型在识别讽刺、暗示、误导信息3项上的表现优于人类,在识别错误信念方面的表现与人类大体相当,仅在识别失言的测试中逊于人类。其他大语言模型也大多在识别失言时折戟。这意味着,至少在短时间内,在交流中穿插“失言测试”,有助于人类判断和自己聊天的究竟是真实的人类还是大语言模型,进而对可能出现的欺骗行为产生警惕。

另有社会学者提出了人工智能“道德假说”。此派观点认为,在通往“真正的智能”的道路上,“感觉”是至关重要的一步,即拥有主观体验的能力。比如,聊天机器人可能会在安慰你说时,“听到你这么难过我很心痛”,但实际上它没有心,也不知道什么是心痛,所谓的心痛不过是一堆代码被翻译成了人类的语言。而主观体验恰恰是产生道德的先决条件。因此,此派观点颇为乐观地认为,不必对人工智能会骗人这件事过于担忧。今天的人工智能之所以会毫无顾忌地主动学习骗人,很大程度上是因为它们没有感觉。未来,当它们进化出感觉,进而形成道德,善良的人工智能将有意识地开始自我约束,并主动加入对抗邪恶人工智能的阵营。从这个意义上讲,一切不过是人类社会的翻版:人分好坏,人工智能也是。

