

پوشیدنی های هوشمند؛ صنعتی رو به زوال یا حرکتی آهسته به سمت موفقیت؟ - دیجیاتو

محسن وفانژاد | جمعه، ۱۰ دی ۱۳۹۵

از بسیاری جهات، امسال سال گوگل بود. اول از همه، گوگل بالاخره موفق شد تا سلطنت اپل بر بازار تلفن های هوشمند را با توقف تولید نکسوس ها و جایگزین کردن شان با برند پیکسل به چالش بکشد. پس از آن با ظهور پیکسل ها، بالاخره موفق شدیم تا واقعیت مجازی موبایلی درجه یک را هم با پلتفرم Daydream تجربه کنیم که اساسا آینده واقعیت مجازی اندروید است.

اما به غیر از این، تکنولوژی های جذاب دیگری هم دیدیم. پرچمدارهای خوش قیمتی مثل وان پلاس 3 و 3T را فراموش نکنیم، یا دوربین های دوگانه ای که ال جی، هوآوی و اپل به کار گرفتند. از سمت دیگر، گلکسی نوت 7 تلفن همراه فوق العاده ای به نظر می رسید که البته با شکست بدی مواجه شد؛ اما سری گلکسی اس 7 توانست موفقیت بالایی کسب کند و سامسونگ را بازنده جلوه ندهد.

اگر متوجه آن نشده اید، اساسا همه گجت های خوب امسال تلفن های همراه بودند که در کنار آن پوشیدنی ها هم قرار داشتند. اما چرا پوشیدنی ها تا این حد در سال 2016 رو به فراموشی رفتند؟ و این اتفاق در مورد آینده آن ها چه می گوید؟ آیا آینده اسمارت واچ ها، پایشگرهای سلامتی و دیگر پوشیدنی های هوشمند آنقدر که به نظر می رسد، ترسناک است؟

ماجرای آن کجا شروع شد؟



اگرچه پوشیدنی های هوشمند بسیار جدید به نظر می رسند، اما این شاخه از محصولات یکی-دو دهه است که برای جلب توجه عموم مردم در تکاپو هستند. ساعت های دیجیتال که دیگر مُد روز نیستند، اولین بار در سال 1972 پا به عرصه وجود گذاشتند؛ آن ها را می توان اولین گام در جهت تولید ابزارهایی نامید که حالا منجر به ساخت اپل واچ و پوشیدنی های اندرویدی شده اند.

با این حال، پس از مدت محدودی محبوبیت، اغلب خریداران ساعت های هوشمند ترجیح دادند تا از همان ابزارهای کلاسیک و قدیمی شان، یعنی ساعت های آنالوگ دوست داشتنی استفاده کنند. سال 1984، ساعت Seiko RC-1000 Wrist Terminal (بله دقیقاً با همین نام) عرضه شد و اولین ساعت مچی کامپیوتری آن دوران بود که در واقع یک چیپ کامپیوتری درون خود داشت.



19 سال بعد، کمپانی Fossil ساعت Wrist PDA خود را عرضه کرد که در واقع یک PalmOS PDA روی مچ دست بود. اما هیچ یک از دیوایس های امروزی حرف جدیدی برای گفتن ندارند و صرفاً محدودیت های فناوری امروز را یادآور می شوند.

می شود گفت اولین دیوایسی که آتش پوشیدنی های هوشمند را شعله ور کرد، Pebble بود. یک صفحه کیک استارتر در سال 2013 که ساعتی با نمایشگر مونوکروم و سیستم عاملی جدید را به نمایش می گذاشت؛ سیستم عاملی که می توانست با اندروید و iOS هم ارتباط برقرار کند.

وقتی این پروژه کیک استارتر به موفقیت ختم شد، Pebble از طریق فروشگاه Best Buy به دست مردم رسید، اما فقط برای پنج روز. در همین مدت زمان اندک، تمامی موجودی ساعت هایی که پبل ساخته بود به اتمام رسید.



همین باعث شد تا شرکت های بزرگ نظیر گوگل، اپل، ال جی، مایکروسافت، سونی و تعداد بی شمار دیگری به توسعه ساعت هوشمند خود روی آورند اما سامسونگ با Galaxy Gear، اولین بود. Galaxy Gear با اندروید 4.2 عرضه شد؛ گرچه بعدها سامسونگ برای خط ساعت های هوشمند خود سیستم عاملی به نام تایزن را آماده کرد.

از آن به بعد، اغلب شرکت های شناخته شده حوزه تکنولوژی، به نوعی در این جریان مشارکت کردند. ال جی با G Watch، چینی ها با هوآوی واچ و اپل هم با ساعت محبوب و گران قیمت اش بازار را به دست گرفتند.

بسیار اهمیت دارد که نگاهی کوتاه و جامع به تاریخچه این دستگاه ها داشته باشیم تا باقی بحث را بهتر درک کنیم. اول از همه، باید ذکر کنیم که اسمارت واچ های ابتدایی، ساخته نشدند تا خواسته ای که پیش از آن برآورده نشده بود را برطرف سازند.



تقریباً تمام این خواسته ها را موبایل های ما برآورده می کنند و حتی اسمارت واچ ها به حد کافی هم در برقراری ارتباط ساده تر تاثیر ندارند. دستگاه ها این پتانسیل را دارند که به کاربر اجازه دهند تا بدون دست زدن به تلفن همراه اش، نوتیفیکیشن ها را ببیند اما چنین مسئله ای زیر سایه حقیقت دیگری قرار گرفت: هنوز هم برای تعاملات ابتدایی با نوتیفیکیشن ها نیازمند حضور تلفن همراه هستیم.

بنابراین، اسمارت واچ ها صرفاً یک دریافت کننده نوتیفیکیشن هستند و نه بیشتر. فاصله میان دریافت تا پاسخگویی به آن ها توسط ساعت های هوشمند چندان پوشش معقولانه ای ندارد و عمدتاً این ابزارها کارایی خاصی از خود به نمایش نمی گذارند.

البته، ساعت های هوشمند تنها نوع تکنولوژی های پوشیدنی نیستند. هدست های بلوتوث، هدست های واقعیت مجازی، پوشیدنی های سلامتی و ساعت های ورزشی را هم باید در این رده در نظر گرفت. دلیل آنکه اسمارت واچ ها را مهم ترین کالای این شاخه می دانیم، وسعت کارایی و پوشش نیازهای بیشتر نسبت به باقی ابزارها است.

نگاهی به آمار و ارقام



همانطور که بالاتر اشاره شد، پیل اولین ساعت هوشمند بود که در نخستین سال عرضه اش 400 هزار واحد فروخت. در سال 2014، فروش پیل به حدود 700 هزار واحد رسید اما اوایل امسال، پیل تصمیم گرفت برای ساخت پیل 2، پیل تایم 2 و پیل تایم راند و محصول جدیدی به نام Pebble Core (پوشیدنی هوشمندی با قابلیت الکسای آمازون) به کیک استارتر بازگردد.

جذب سرمایه دوباره هم با موفقیت انجام شد و اغلب محصولاتی که نام آن ها را شنیدید همین حالا به بازار عرضه شده اند، با این حال Pebble Core هنوز به مرحله عرضه رسمی نرسیده و با وجود فروش ضعیف محصولات شرکت، ممکن است آینده ای شوم در انتظارش باشد.

پیل ممکن است که اولین نام بزرگ شاخه پوشیدنی های هوشمند باشد، اما سامسونگ توانست با فروش تقریبی دو برابر بیشتر در سال 2014 (حدود 1.2 میلیون واحد Gear) خیلی سریع تاج و تخت را در اختیار بگیرد.



بخشی از علت موفقیت سامسونگ در این بازار، حمله ناگهانی کره ای ها بود. به جای ساختن یک قطعه واحد، سامسونگ ترجیح داد تا چندین دیوایس مختلف با چندین عملکرد و سیستم عامل مختلف عرضه کند. همزمان با عرضه اولین ساعت های هوشمند Android Wear، سامسونگ 6 مدل دستگاه داشت: Gear (تایزن)، Gear Live (اندروید)، Gear Fit (تایزن)، Gear 2 (تایزن)، Gear 2 Neo (تایزن) و Gear S (تایزن).

اگرچه سامسونگ در آن دوران غوغایی به پا کرده بود ولی افتخار «اولین دیوایس مجهز به Android Wear» به LG G Watch می رسد که البته دوران سلطنت بسیار کوتاهی داشت. تقریباً همزمان با آن، Samsung Gear Live و Moto 360 هم عرضه شدند. از تابستان سال 2014 تا پایان سال، حدود 700 هزار دستگاه مجهز به Android Wear فروش رفتند.

اما برگ برنده اصلی را اپل با ساعت هوشمند خود در آوریل 2015 رو کرد و در عرض چند هفته، یک میلیارد دلار درآمد به دست آورد. درست مثل دیگر محصولات اپل، واکنش به اپل واچ در هفته های ابتدایی فوق العاده عالی بود. پیش از اپل واچ، میانگین قیمت ابزارهای پوشیدنی حدوداً 189 دلار بود و با آمدن اپل واچ، این رقم به بیش از دو برابر، یعنی 290 دلار رسید.



متاسفانه، اپل علاقه ای به اعلام آمار فروش دستگاه های خود ندارد اما تحلیلگران پیش بینی می کنند که طی سال 2015، اپل توانست 12 میلیون ساعت هوشمند بفروشد. واضحاً، تقاضایی برای ساعت های هوشمند گران قیمت هم وجود دارد. نه، بهتر است بگوییم وجود داشت.

قیاس گزارش مالی اخیر امسال شرکت ها با سال گذشته، حکایت از کاهش فروش 52 درصدی این ابزارها دارند. این گزارش پوشش دهنده همه نوع دستگاه با هر سیستم عاملی است. حتی اپل، که بازار پوشیدنی های هوشمند را به اشغال خود در آورده بود و همین چند ماه پیش هم نسل دوم ساعتش را عرضه کرد، شاهد افت قابل توجهی در فروش اپل واچ ها بوده است.

طی فصل سوم سال مالی فعلی، اپل فقط 1.1 میلیون ساعت فروخته در حالی که این رقم سال گذشته کمی کمتر از 4 میلیون واحد بوده. این یعنی کاهش فروشی 72 درصدی برای شرکتی که مسئول فروش 70 درصد کل ابزارهای این حوزه است.

بسیار زیاد و نه چندان زیاد



اگر سهم رو به زوال بازار پوشیدنی ها را در تکنولوژی مصرف کننده-محور دنبال کنید، متوجه می شوید دلیل این فراموشی کاملا توجیه پذیر است. برای مثال، موتورولا که احتمالا موفق ترین ساعت هوشمند اندرویدی را ساخته، هیچ دستگاه جدیدی از سری Moto برای سال 2017 تدارک ندیده. حتی گوگل هم عرضه Android Wear 2.0 را به سال 2017 موکول کرد؛ در حالی که ارائه آن برای پاییز زمان بندی شده بود.

وقتی کمی از بالاتر ماجرا را نظاره گر باشید، چند مسئله برایتان واضح می شود. اول از همه، دیوایس های پوشیدنی تلاش می کنند جایگاه ویژه ای از بازار را به اشغال خود درآورند که پیش از آن توسط اسمارت فون ها پر شده. موفقیت و پیشرفت چنین فناوری هایی در حالتی خود را نشان می دهد که فاکتور تازه ای برای رو کردن داشته باشند.



حقیقت این است که با کارایی اندک شان، ساعت های هوشمند هزینه سنگینی روی دست کاربر می گذارند و کسی مایل نیست صدها دلار بابت دستگاهی که صرفاً نوتیفیکیشن ها را اعلام می کند بپردازد، مگر آنکه کاربرد مفیدتری برای آن بیابد. تقریباً در اکثر موارد، لازم است تلفن هوشمندتان را به همراه داشته باشید تا پوشیدنی ها درست کار کنند.

حتی ساعت هایی که می توانند بدون اتکا به تلفن همراه تماس بگیرند و پیام ارسال کنند، هنوز نمی توانند تجربه دلچسبی از وبگردی، ارسال پیام، تماشای ویدیو، تصویر و چندین و چند کار دیگر را ارائه دهند. وقتی قرار است تلفن را همیشه همراه داشته باشیم، و وقتی تلفن می تواند تجربه بهتری ارائه دهد، چرا ساعت هوشمند؟

مسئله دیگر، هزینه های یک چنین دستگاهی است. البته انتظار می رود که به مرور زمان، قیمت ها کاهش یابد و محصولات خوش قیمت شوند اما کاهش قیمت قطعا همراه با ایجاد محدودیت خواهد بود.

آیا پوشیدنی های هوشمند در آینده ما جایی دارند؟



صحبت درباره آینده تکنولوژی پوشیدنی اندکی دشوار است، اما قطعا ما هنوز انقلاب پوشیدنی ها را به طور تمام و کمال به چشم ندیده ایم. هرچه نباشد، ساعت های مچی سنتی و آنالوگ کماکان جزو ملزومات بسیاری از مردم تلقی می شوند؛ بنابراین وقتی درباره تکنولوژی های مورد نیاز مصرف کنندگان در ساعت های مچی صحبت می کنیم، هنوز پتانسیل های کشف نشده زیادی وجود دارد.

امروز روز، ما شاهد دو نوع تکنولوژی پوشیدنی هستیم؛ دستگاه هایی که روی عملکردهای مختلف مبتنی هستند و دستگاه هایی که بر ارائه تجربه ای کاربری تمرکز دارند. پیشگرهای سلامتی و پوشیدنی هایی از این دست، قابلیت هایی را ارائه می دهند که اکثر اسمارت فون ها از ارائه شان عاجز هستند؛ بنابراین این نوع از پوشیدنی ها احتمالاً هنوز راه درازی در پیش دارند.

در طرف دیگر، ساعت های هوشمندی مانند موتو 360 و هوآوی واچ محصولاتی لوکس تلقی می شوند؛ آنها قابلیت هایی را ارائه نمی دهند که روی نمایشگرهای بزرگتر یا موبایل های هوشمند قدرتمند امکان پذیر نباشد. در عوض، ساعت های هوشمند، محصولاتی گران قیمت هستند که تعداد محدودی از قابلیت های موبایل های هوشمند را برای دسترسی پذیری بهتر، به مچ دستان تان می آورند.

برخی از برندهای غیرفعال در حوزه تکنولوژی، مانند آرمانی و Kate Spade، در حال ورود به بازار پوشیدنی ها با دستگاه های هیبریدی هستند. یک ساعت هیبریدی به صورت رایج، طراحی ساعت های مچی آنالوگ سنتی را به ارث برده اما کماکان از اتصال بلوتوث، ویژگی های پیشگر سلامتی و چند قابلیت هوشمند دیگر بهره می گیرد.



این ساعت ها از آن جایی که نیازی به انرژی زیادی برای برق رسانی به نمایشگرهای دیجیتال و پردازنده ها ندارند، عمر باتری به مراتب بیشتری را در اختیار کاربر می گذارند. اما در عوض عدم وجود نمایشگر بدین معنا است که دستگاه های هیبریدی، قرار نیست برای نمایش نوتیفیکشن های موبایل شما مورد استفاده قرار بگیرند.

احتمال دارد که چنین ساعت های کاربردی تری در آینده نزدیک، سهم بیشتری از بازار را به دست آورده و روی دست قشر بیشتری از مردم دیده شوند. اما از سوی دیگر، شاید نشانه های دیگری نیز باشد که از آینده ای خوش بینانه برای تکنولوژی پوشیدنی ها خبر می دهد.

وقتی گوگل موبایل های جدید پیکسل را برای اولین بار معرفی کرد، از Daydream هم پرده برداشت که پلتفرمی واقعیت مجازی در بطن اندروید است. در حال حاضر، دستگاه های سازگار با Daydream بسیار انگشت شمار هستند اما قابلیت های بی نظیر این پلتفرم، مطمئناً راه را برای عرضه موبایل های اندرویدی سازگار بیشتر، هموار می کند.

هرچه واقعیت مجازی با محبوبیت بیشتری مواجه می شود و Daydream بیش از پیش رشد می کند، احتمال دارد که شاهد ادغام ساعت های هوشمند و دیگر پوشیدنی ها با تجربه غایی واقعیت مجازی یا واقعیت افزوده باشیم. برای مثال به جای یک کنترلر، ممکن است بتوان با استفاده از ساعت های هوشمند به عنوان نوعی سنسور، از طریق دست ها با محیط مجازی تعامل داشت.



به همین شکل، دستگاه های پوشیدنی ممکن است با واقعیت افزوده هم ادغام بشوند تا بتوان با یک ساعت هوشمند، به دستگاه های بهره مند از تکنولوژی تانگو، اجازه تشخیص بهتر حرکات کاربر در محیط نقشه برداری شده را داد. به صورت خلاصه، هم Daydream و هم Tango می توانند با استفاده از پوشیدنی ها، تجربه ای درگیرکننده تر از واقعیت مجازی و افزوده ارائه دهند.

پردازش ابری بدون شک یکی از مهم ترین عوامل در رشد هرچه بیشتری بازار پوشیدنی ها به شمار می رود. اگرچه این محصولات از نظر اندازه بسیار محدود هستند اما می توانند از اهرم پردازش ابری برای دستیابی به قابلیت ها و قدرت بیشتر، و نیز قیمت گذاری مقرون به صرفه استفاده کنند. علاوه بر این، گذر از اتصال مخابراتی 4G به 5G مسلماً بهبود فراوانی در کارکرد تکنولوژی پوشیدنی

ها به وجود خواهد آورد.

به عنوان جمع بندی، قطعاً ما هنوز تکنولوژی غایی پوشیدنی ها را ندیده ایم ولی باید منتظر تغییراتی اساسی در بازار پوشیدنی ها در آینده نزدیک بود. اما نظر شما درباره این تکنولوژی چیست؟ آیا تا به امروز ساعتی هوشمند تهیه کرده اید؟ اگر خیر، چه چیزی شما را از خرید چنین محصولاتی باز داشته است؟ نظرات خود را با دیجیاتو به اشتراک بگذارید.

[دیجیاتو](#)