

# 小米10各方面都很好,但就是不够“高端”?



最近几年以来,手机圈的纷纷扰扰似乎已经成为大家见怪不怪的常态,各大品牌新旗舰的发布往往就伴随着厂商们的口水仗、互怼仗。

甚至连这场持续至今的新冠疫情都没能阻挡手机厂商们的隔空开战。这不,就在小米近期以直播形式发布2020年第一款新旗舰小米10系列的时候,喜欢和友商们较劲、对比的小米又一次站在了风口浪尖,各种“口水”争议不绝于耳。

2月13日发布+开启首售之后,这个被小米寄予厚望的小米10系列揭开了神秘的面纱,作为冲击“高端”品牌的“十年集大成者”,人们纷纷感慨小米10在配置表现上的确良心。但与此同时,关于小米10系列的各类质疑和优缺点评价也纷纷“出炉”。

那么,小米10到底值不值得入手?它能够扛起小米品牌向“高端”转型的大旗吗?

优点、缺点都很明确的小米10  
关于小米10的溢美之词,可能我们在此

都没有必要多提了,前一段时间大家想必都已经被小米的各种宣传给刷屏了。

几乎每一个配置都是用目前供应链最顶级的选择,标配一亿像素、DXO评分全球第一、大容量电池、标配对称式双扬声器、快充、WiFi 6、LPDDR5、UFS 3.0.....似乎从硬件配置上来看,小米10还是那个“真香”的小米旗舰。

但考虑到这一次3999元的起售价格,针对小米10的用户评价可能就会有些不一样了。这也难怪,既然你以高端旗舰机的价格来定位自己,那网友们就会用更高的评价标准来衡量你。

从相关电商网站上我们可以看到,截至到目前为止,小米10用户好评度是97%,这个数字与其直接对标的华为Mate30系列差不多。

不过鉴于二者发售时间的不同,我们现在还很难预测到底小米10会不会超越华为Mate30的销售及用户评价表现,仅从目前用

户们开始流出的使用观感上来看,我们可以发现小米10现在的优点与缺点已经被曝光的差不多了。

针对小米10的各种用户评价,我们可以做一个简单的总结。

在好评层面,大概可以拉出以下几点普遍没有太大争议的:

1、90Hz刷新率带来的流畅感非常好;2、屏下指纹灵敏度很高,识别度不错;3、1亿像素的拍照效果值得点赞;4、手机音效很好;5、骁龙865处理器运行非常流畅,内存读写速度快;6、6.67英寸AMOLED曲面屏表现和手感都不错;7、充电方便,30W无线充电、10W反向充很好;8、散热上的表现比较优秀;9、4780mAh电池容量好评;10、MIUI11+小米多功能NFC好用;11、另外还有WiFi 6、LPDDR5、UFS 3.0等硬件配备被很多用户点赞。

而在关于小米10的差评方面,同样也有一些相对比较集中的“槽点”,比如:

1、200万像素凑数镜头差评,还弄俩,1亿像素之下即使骁龙865加持也需要小等一下;2、拍照没那么惊艳,五倍以上变焦就没法看了,视频拍摄慢动作效果不好;3、耗电有点快,下载点应用,设置会儿手机,一个小时耗掉了17%的电量;4、30W有线充电虽然可以和友商40W有线充电对比了,但是友商还有60W有线充电;5、作为3999元起的的旗舰,防水的确有些差,只是P2i;6、普通版有微距、有超广角,但没有长焦;7、针对小米10的外观设计,很多用户表示不太喜欢这个外观,玩横屏游戏的时候碰到突出的摄像头很难受。

总的来说,虽然小米10的缺点让很多人觉得或多或少有些介意,但小米10确实不失为一款配置均衡的旗舰手机,它在总体的性能、屏幕、拍照以及散热等方面都有比较大的提升,再加上骁龙865芯片、LPDDR5内存和UFS3.0闪存的加持,小米10 Pro可以算得上是新旗舰当中一款不错的选择。

转型“高端”中的争议

聊完手机软硬件层面的优点与缺点,现在我们可以聚焦在小米10的价格和“高端”

定位上进行一些简单的讨论,而这个问题也是至今为止小米10系列所面临的最大争议。

因为在价格定位上,很多人都觉得“小米变了”。这也难怪,在过去很多年的时间里,1999、2299、2999这些数字好像才应该是小米应该有的价格,这一次3999元起的区间的确是会让很多人质疑小米到底值不值这个“溢价”。

但没有办法,这是小米迈向高端转型不得不做的一步。不可否认的是,在绝对的性价比面前,一部分消费者可以接受“不完美”的小米旗舰,但对于没有了性价比的小米,用户对它的挑剔与审视可能就会增加很多,会让很多人觉得小米10看起来的确各方面都很好,但似乎就是不够高端,没有让人为其惊艳而买单的冲动。

可小米想要做高端就必然要跨出这一步,这一步很艰难,但是不得不走。对于小米来说,它甚至不惜流失一些潜在客户也在所不惜,因为这类人并不愿意接受自己曾作为小米旗舰机用户的身份,被归类到Redmi用户群体中,于是就会出现一些用户转投其它品牌的情况。

小米10发布时大量用户的评价也证明了这一点。比如在雷军直播发布时,在哔哩哔哩的直播弹幕里,当3999元起的这个价格区间公布出来之后,弹幕上飘出了一大片“再见,打扰了”的评价。

不仅是在价格定位上面临着不少用户的质疑,针对目前小米10的高端定位,很多用户对小米10的外观设计也提出了一些意见。

比如有用户说,小米10并不具备在设计和外形上的惊艳感觉,这会影响到自己高端旗舰机的定位。而对于小米来说,其外观设计巅峰似乎停留在了MIX2全面屏时期的巅峰时刻。很多用户都会吐槽,引领全面屏潮流的小米,它后面的所有产品似乎都失去了这一亮点,在外观设计上变得很平庸。

再加上疫情之下的生产、备货、产品销售存在的潜在影响等,人们对于小米10似乎更多是一种观望的态度,很难说它是否能够扛起小米品牌转型高端的大旗。

## 疫情下直播蹦迪5小时收入200万! 是新风口还是昙花一现?

疫情之下,全民被“封印”在家。长时间在家“憋屈”、机械式地生活,让无数精力过剩的年轻人无法忍受。而比他们更“难受”的,则是以酒吧、夜店为代表的娱乐行业。在无奈关店的情况下,酒吧、夜店每天承受的店面租金、员工工资等都是很大的数字,更是直接被斩断了收入来源。

一方是精力无处发泄的年轻人,一方是急需补上资金漏洞的酒吧、夜店,双方一拍即合,催生了“云蹦迪”的爆发。号称国内最贵夜店的TAXX,成为首家尝试“云蹦迪”的“吃螃蟹者”。效果不错,TAXX直播间最高在线人数7.1万人,4个小时持续霸榜抖音直播小时榜榜首,打赏收入超70万元。而另一家著名夜店ONE THIRD也不甘落后,在抖音直播“云蹦迪”5小时,累计在线人数超过121.3万人,收到200多万元打赏。

看起来,“云蹦迪”正在成为一股线上娱乐的潮流趋势。事实上,“云蹦迪”此前在众多直播平台早已出现,但大多以个人DJ为主,远未形成气候。而此次疫情形成的“空档期”,让众多知名酒吧、夜店杀入进来,大大提升了“云蹦迪”的专业性及关注度。

在年轻人的热情和专业性的双重支持下,“云蹦迪”瞬间爆火。动辄百万元的收入,让它看起来成为了一门好生意。年轻人通过“云蹦迪”消耗了多余精力,酒吧、夜店则找到营收突破口,让自己看到撑下去的可能性。

“云蹦迪”,自然有其有利的一面。通过“云蹦迪”,酒吧、夜店的“容纳人数”被无限放大。须知,即



使是在体育场开设的大型演唱会,全场人数也不过数万人。而“云蹦迪”轻松累积在线人数超百万人,这样的客流量不是任何一家夜店、酒吧能在一晚就能达到的。

但这并不意味着“云蹦迪”,就能长久维持下去。蹦迪这件事儿,原本的最大特性就是“氛围”。那种许多人一起蹦,再掺杂灯红酒

绿、迷离微醺的感觉,才是蹦迪最大的魅力。当这种氛围被抽离后,蹦迪只是年轻人自己在家跟着DJ摇摆身躯的“独自狂欢”罢了。随着疫情逐渐被控制,线下蹦迪依然是绝大多数年轻人选择放松、娱乐的方式之一。“云蹦迪”,永远不可能取代线下蹦迪的乐趣——那么多酒水在召唤年轻人呢!

对线下蹦迪的看重,也反应在夜店、酒吧的老板身上。据拥有SIR.TEEN、ONETHIRD以及ELEMENTS三家夜店品牌的“十三姨”表示,“我们会发现演艺行业,包括演唱会、剧院、酒吧等在内,在疫情这个阶段其实压力很大,很多家开始自己主动探索线上营业的新路径。”但她还是最为重视线下

营业的重要性,“我都想好了,等重新开店了,我们店要开三天三夜,第一天大家都先来蹦个24小时的生死迪。”

因此,“云蹦迪”只是疫情期间的无奈选择罢了,它注定只是昙花一现。年轻人呐,不会始终青睐云蹦迪这种“独乐乐”的娱乐方式。