

尼康收購RED 加速拓展攝錄市場



RED高光時刻

無論你是否為攝影愛好者，應該不會對「尼康」的大名感到陌生，但對RED就未必熟悉。雖然音譯為瑞德，但少有人這樣稱呼它，而是直接叫英文名——RED。其產品曾作為主力機型參與諸多院線電影拍攝，如《社交網絡》、《地球毀滅密碼》、《志明與春嬌》、《加勒比海盜：魔盜狂潮》等等，在業界非常有名。不過對於不曾關注電影製作的朋友，聽到它名字的機會又極有限。



▲RED產品曾作為主力機型參與電影《社交網絡》拍攝。

傳言在2005年，墨鏡／戶外用品品牌Oakley的老闆James Jannard想要一台小巧耐用的高清攝影機，卻發現市場上沒有符合要求的產品，於是便自己投資創立了RED公司，致力於設計、開發、製造、銷售和服務專業數字影院攝像機。兩年後（2007），RED首款產品RED ONE問世，成為數字電影工業的「攪局者」。

一炮而紅的RED ONE不小巧，不耐用，但足夠高清。此初代機型十分龐大笨重，換一個儲存介質需要近1分鐘，如在香港戶外拍攝，基本需要常放冰袋在機身上輔助散熱。這樣一款「半成品」之所以青史留名，是因為它將電影的入門門檻拉到了小公司也能參與的地步：售價17500美金（約合今13.7萬港幣），同時期索尼的F35（2008年上市）售價25萬美金，阿萊的Arri Alexa Classic（2010年上市）售價據說為7萬美金，但通常只租不賣。RED的出現打破了過往由高階品牌Arri、Panavision等攝影機壟斷電影工業的局面，憑藉其高性價比，讓預算有限的用戶也有機會用電影機。

諷刺的是，當年打破行業壁壘的「屠龍少年」RED，為鞏固其專利收益，逐漸成為阻攔用戶享受高規格影片內錄的「惡龍」。RED自初代產品起就有一項核心技術，後來被申請為專利（號碼US7830967），即內錄壓縮Raw影片技術。這項專利的內容是保護一個概念：只要是錄製解析度超過2K、幀率超過23fps，並使用壓縮Raw格式錄製影片就會侵犯這項專利，直至2028年4月。伴隨著技術發展與消費者不斷升級的影片製作需求，這項專利逐漸成為影視工業的「釘子戶」，令其他廠家苦不堪言。此複雜專利大概可以這樣理解：這好比你開車，車輪多過3個，速度超過29km/h，就要給專利費，否則只能走路。



▲RED初代機型——RED ONE電影攝影機。攝影師將冰袋放在機身上，以防止其過熱故障。

尼康（Nikon）日前發布公告，稱其已經全資收購美國電影攝影機製造商RED.com,LLC，即瑞德數碼電影攝影機公司（RED）將成為尼康的全資子公司。消息一出，全球震動。一年前雙方還劍拔弩張，對簿公堂，突然間就變成「一家人」了。

張自洋 鄭愷寧 朱金鑫

RED因「內錄壓縮Raw影片」專利的訴訟史

2013年2月

● RED起訴索尼（Sony），認為其產品F5/F55、F65侵權，要求禁售、賠償和銷毀已生產的侵權產品。同年4月，索尼反訴RED侵權。年內雙方達成和解協議。

2019年5月

● 蘋果（Apple）起訴RED，希望將該專利無效化。同年11月，蘋果敗訴。

2021年3月

● 因被RED起訴，卓耀科技（Kinfinity）MAVO系列電影機取消了Raw內錄功能。

2022年2月

● 因被RED起訴，大疆Ronin 4D電影機取消了Raw內錄功能。

2022年5月

● RED起訴尼康，稱尼康Z9相機2.0固件更新中引入的N-RAW格式侵犯其七項專利，尼康否認指控；2023年4月，雙方聯合撤銷訴訟。



▲尼康Z9相機被RED起訴專利。的N-RAW格式侵犯其七項專利。



過半年，供不應求。▲尼康復古外觀無反相機Zf，已上市。

RED被收購是絕境求生

如日中天的尼康

尼康的困境被曝出是在2020年前後，主要有兩方面原因：疫情與策略。疫情原因無多講，而策略則是固守日益衰老的單反產品線，再次入局無反市場太過倉促。根據日媒報道，尼康2019財年（截至2020年3月）影像業務虧損171億日圓（約合港幣8.8億元），2020財年（截至2021年3月）虧損擴大到了357億日圓（約合港幣18.5億元），並裁撤海外員工逾20%。

然而觀察2022、2023年財報，尼康先前的頹勢一掃而空：2022年度收入6281.05億日圓，利潤超過549億日圓（約合港幣28.3億元）；2023年上半年（全年尚未公布），利潤已超252億日圓（約合港幣13億元）。單看影像業務的營業額與利潤，尼康可謂風華正茂，如日中天。

如臨深淵的RED

產品小眾，僱員有限，資金不足，市場下沉，令RED如臨深淵。年收入僅億美金的RED，目前幾乎只剩「專利」一塊遮羞布，被尼康收購，是一條絕境求生之路。

另外，RED產品質素和耐用性相比其他品牌欠佳。消費者分享，只需不到1000元，將RED攝影機（二代）的內部風扇更換，就能令其工作溫度下降8°以上且噪音更少。一台幾萬元甚至十幾萬元的電影機，真的差幾百元的散熱成本嗎？其次是RED基本沒有光學設計經驗，缺乏自己的鏡頭群。

索尼則開發出了較好的光學素質鏡頭，配合自家的感光元件，以極強的自動對焦技術大大增加了市場佔有率。2018年新聞稱，索尼將在其「3年計劃」中投入90億美金用於相機感光元件的研發，以此力抗近年來3C產品銷量下滑的負面影響。



▲尼康一系列無反相機，外觀前衛，做工扎實，但被普遍認為操作不便，畫質欠佳。圖來源：DP REVIEW



▲RED最新一代產品KOMODO X，於2023年5月上市，不足半年就推出「正價85折」優惠活動，絕對不是積極的市場反饋。圖來源：ShareGrid

RED填補尼康攝錄領域空白

尼康與RED合二為一有互補優勢，同時也存在隱患。

三大優勢

優勢一：尼康在旗艦型號上推出了極強的攝錄功能，包括灰片曲線N-Log，卻因色彩科學問題被用戶詬病。RED則有出眾的色彩科學，2017年推出的圖像處理流程IPP2廣受好評，填補尼康的不足。尼康如能再加入RED的「內錄壓縮Raw」專利技術，更是如虎添翼。

優勢二：尼康無反相機至今仍在全部使用索尼的感光元件，包括旗艦產品Z9和Z8。尼康和RED可將現有技術互通有無，自主研發感光元件，並添加鏡頭支持，將感光元件研發與鏡頭光學設計相匹配，得到出眾的成像及對焦效果。

優勢三：RED曾因疫情問題面臨產品遲遲無法上市的困境，且因供應鏈有限，產品成本難以控制。尼康成熟的生產線可以保障產能，同時降低成本。



▲RED IPP2圖像處理流程效果示例。圖來源：Redshark.png



▲受限於色彩科學和技術積累，在錄像方面，尼康N-log曲線畫面存在明顯缺陷，高光部分藍色容易溢出。

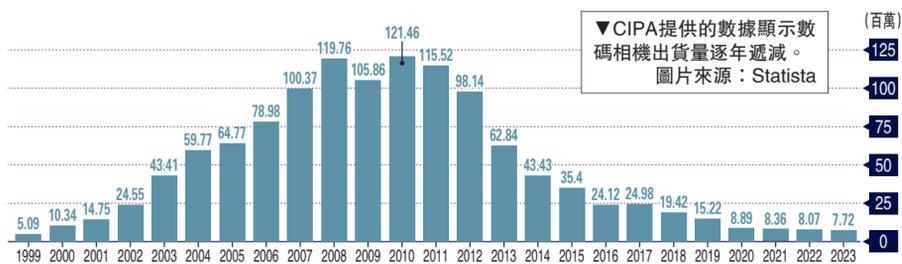
三個隱患

隱患一：日本影視器材工業協會（CIPA）預測今年全球數碼相機銷量只有741萬台，比上年下降約4%，比2014年下降約80%。雖然無反銷量在上漲，無反單價在上漲，但面對全球經濟不穩定的局面，想要維持近兩年的銷量與利潤會很難。

隱患二：尼康的收購公告中提到了達成協議，

同時提到「但必須滿足該協議下的某些成交條件」，具體條件目前未經披露。RED並未就地解散並聽從安排，只是所有權發生了變化。雙方可能在未來很長時間內依然保持獨立，也可能有密切合作，也不排除不滿足成交條件而收購失敗的可能性。

隱患三：索尼在感光元件技術上投入了極大資源，尼康想要超越科技巨頭又豈是一件容易的事？



結語 2008年，世界上第一台搭載攝錄影片功能的單反相機D90出世。那時的尼康一定想不到，多年後的消費級相機市場，必須在相片+錄影的雙重賽道上爭得頭破血流。有很多公司都是這樣，最早開始革新，卻因傳統尾大不掉，成為了被革新者，比如最早發明數碼相機的柯達。尼

康歷經危機，及時扭轉，沒有倒在無反崛起的道路上，甚至還在近日吹響了彎道超車的號角，憑藉「鈔能力」高調進軍電影攝影機領域。一向「老實厚道」的它，是不是下一個「屠龍少年」？日益萎縮的3C市場，能否留給它發揮的時間與空間？我們拭目以待。