“海鸥”振翅

——“国民相机”在市场竞争中不断探索新路

摄影/本报记者 赵立荣

◀3D影像建模平台为海鸥相机重新展翅打开了一扇窗。

作为国内最早的自主相机品牌，“海鸥”为无数家庭留下了珍贵的记忆，至今仍是许多50后、60后心中的经典。

1958年，海鸥相机厂的前身上海照相机厂成立，在工业基础薄弱的情况下，为我国国防、公安、新闻、医疗、科研、体育等领域制造高级单反相机。1968年，为适应出口需要，上海牌照相机改用海鸥牌注册商标，寓意“飞向世界”的美好期冀。这只“海鸥”一度成为中国照相机工业的标杆，海鸥4型、海鸥DF型等一批经典相机造就了上世纪七八十年代的市场传奇。鼎盛时期，“海鸥”员工多达6000余人，年产值高达10多亿元。

然而，上世纪90年代末，数码相机如潮水般涌入，“海鸥”遭受重创，减产减员，苦苦支撑。2004年海鸥厂整机全部停产。

2009年，上海市国资委等相关部门为“老海鸥”转退人员“兜底”，同时引进民资，发展混合所有制。轻装上阵的“海鸥”潜心研发，组建了上海研究院和深圳研发中心，形成了我国最具实力且唯一的数码相机研发队伍，涵盖机械设计、光学设计、电子硬件设计、软件系统、图像技术开发等多个领域。2014年，“海鸥”依靠数字转型复出，发布的CM9、CK10两款新产品，是真正意义上第一台完全自主研发、自主制造的国产数码相机。

其中，重金打造的旗舰产品CM9是“海鸥”首创的照投一体机，拥有十多项国家专利、二十多项软件著作权，外观采用“海鸥”经典的双镜头反光相机样式，一上一下的“双眼”，让人很自然地重温上世纪的美好回忆。“海鸥迷”们感叹：曾经创造出无数个行业第一的“国民相机”又回来了！

不过，怀旧只是激发市场的一剂兴奋剂，“新海鸥”供不应求的局面没能持续多久。数码相机市场近年来发生了不可逆转的断崖式下滑颓势，加上智能手机普及率不断攀升，国内数码相机每年销售量仅有200万台左右。重新展翅的“海鸥”还没来得及迎头高飞，就一头栽到地上，又一次真切体验了市场的残酷。老品牌不创新，只能坐以待毙！

市场调研发现，3D智能影像数据建模，在国内甚至世界范围内，还基本属于空白或刚起步阶段，而这正是“海鸥”所擅长的。“海鸥人”决定依靠多年来积累的影像研发技术和实力强大的专业团队，围绕“影像应用”摸索一条属于自己的路。

创新之路并不好走，由于没有可供借鉴的技术和产品，技术人员反复开发、讨论和不断完善，终于在2017年年初发布了国内领先的“智能3D影像建模平台”。

和其他建模设备相比，“海鸥”的智能3D影像建模平台优势明显，不仅色彩还原度高、合成3D图像的效率高、合成的模型精度高，而且机动灵活，可根据环境、合成物体大小调节参数，优化控制。一个物体从拍照到合成3D图像仅需要20分钟，而表面越复杂的物体，效率越明显。

据了解，海鸥智能3D影像建模平台可运用于校园科普教育、医疗卫生、逆向工程(由实物反向建模)，VR应用(虚拟商城)、3D博物馆等方面。

目前，“海鸥”已经与中国工艺品交易所资源交易中心达成战略合作，双方共同努力负责该中心工艺品的3D数据建立及3D线上展示等，同时与中国人民大学联合组建了“上海海鸥数码照相机有限公司–中国人民大学VR及3D核心研究室”。

此外，“海鸥”还着眼于影像定制及行业影像解决方案研发，用自主设计的相机控制系统和SDK软件包与行业客户分析系统相结合，完美构成了行业影像分析这一创新产品，目前已经形成完整的行业影像分析解决方案，如美容魔镜、养生仪、物流分拣仪、航测、电力巡检仪等。

“海鸥”在影像技术领域不断创新发展，力图将传统制造业升级为现代智造业。再度转型的“海鸥”能否真正振翅高飞，仍需要市场和时间的检验。

文字整理：本报记者 王柏玲

▲“海鸥”依托技术优势，围绕“影像应用”摸索出一条新路。

老品牌 新追求

▲现代化的生产流水线。

▲工艺复杂的镜头蕴含着老品牌的技术含量。

▲海鸥数码产品在摄影器材市场占有一席之地。

▼海鸥厂荣誉室里展示的经典相机，不仅承载着一代人的记忆，更是上海轻工业发展的一个缩影。