

“世界电信日”专题策划

通信为生活带来无限可能

□晚报记者 冯刘克

5月17日,又一个“世界电信日”如期而至。单就手机产品而言,从黑白屏到彩屏,从单音铃声到和弦铃声,再到MP3铃声,发展至今,手机已经成为人们的一个移动多媒体终端。

自从手机进入人们的生活之后,几乎每年都有一个新的发展趋势。在这些发展过程中,不仅屏幕变得色彩斑斓,也给人们带来了丰富多彩的生活体验。夏新电子河南分公司总经理周玉华回忆了手机的发展历程:2003年,手机流行的是彩屏;2004年,手机流行的是拍照;2005年,开始流行影音手机;2006年,流行音乐手机;2007年,流行智能手机。在功能更迭的同时,外观也变得多种多样,越来越多时尚个性的外观设计开始出现。

黑白世界到色彩斑斓

成立于1984年的中科健在1998年研发成功中国第一部数字移动电话,并且迅速成为国产手机第一的品牌,南京熊猫、厦华电子、宁波波导、惠州TCL、深圳康佳……先后开始生产手机,国内手机市场进入战国时代。科健借助三星的技术优势,熊猫与爱立信合作,TCL推出“宝石手机”,波导“手机中的战斗机”人们耳熟能详,夏新凭借一款A8攻城略地,各自创造了奇迹,1999年国产手机在国内市场份额为3%,2000年为

8%,2001年为15%,2002年为30%,2003年为60%,成为跳跃式发展。

从2004年开始,国产手机开始走上了下坡路。面对困境,国产手机做出了很多的努力,调整思路,寻找出路,TCL走出“海外救市”,波导“狠抓质量”,夏新“3G研发”,也取得了一定的效果。时至今日,国产手机的队伍已经得以扩充,经历了埋头技术研发阶段之后开始踏上二次复兴之路。

属于3G的未来生活

手机正在变得无所不能,尤其是在未来的3G时代。

可以设想,未来的某一天,如果你出门后发现忘记带手机,就不会像现在一样仅仅丧失部分通讯与记忆功能,结果可能是举步维艰。因为你已经习惯去超市买东西、坐公交车或者火车都通过手机支付。

3G会让我们的工作更轻松。3G不仅满足出差人士的需要,而且能够使多人无缝连接工作的梦想成为现实——无论你在何处,用户都能通过3G手机随时通过网络与公司保持密切联系。比如在途中,如果用户想与单位的同事讨论工作的最新进展,只要通过3G手机开通视频功能,马上就可以举

行一个远程视频会议。与此同时,用户还可以了解工作计划的最新进展,并进行在线修改。

不仅工作,3G还将改变我们传统的家庭生活。比如:在旅途中,用户可以利用这段空闲时间,通过3G终端登录互联网,了解最新的新闻动态,或者登录自己的证券账户,看看股票投资。

有了3G,各种缴费将不再是难题。通过运营商的呼叫中心、Internet网络或者手机上网,绑定3G用户的家庭住址、个人身份证、宽带上网账户等个人信息,就可以实现每月定期扣费。



相关链接

国产手机品牌话发展

联想

近年来,联想手机动作频频,继“粉时尚”手机之后联想手机推出的又一款针对时尚白领和年轻娱乐人士的标志性产品,这就是“粉流形”S9手机,独特的S造型外观设计,延续了联想手机时尚路线,不仅很好的诠释了中国风尚,更是联想手机以设计创新凸显产品和品牌差异化的重要体现。

联想移动的有关人士认为,在2G手机功能越来越同质化的趋势下,外形设计越来越被消费者重视,这将为国产手机超越跨国品牌提供重要机遇。

波导

2000年,波导销售移动电话70万台,夺得国产移动电

话销量第一。波导手机独创“自主通路”、严格小区域“封闭经营”的市场模式,从二、三级市场起步,全面渗透到大中型城市。目前,波导通过自主研发,手机质量已经提升到一个全新的水平。

夏新

夏新是国产手机中为数不多的明确表示将未来与3G维系在一起的品牌。夏新从2004年开始投入3G手机的研发,通过与爱立信和高通的合作高起点切入3G市场,研发投入资金巨大,相信夏新会在未来的3G时代取得应有的市场空间。同时,发力智能手机市场也是夏新手机“以系列产品满足细分市场需求”策略的一个具体体现。

酷派

“我们2001年才涉足手机领域,起步比其他品牌更晚。”但葛辉明依然成竹在胸,“但我们跟其他国产手机有区别,我们主推高端PDA商务手机。”

2007年,宇龙将更加注重与运营商的合作。据葛辉明介绍,联通专门成立了一个华盛公司,将与宇龙一起联合市地联通分公司以及联通所指定的有实力的批发商,进行下一阶段业务的推广。

奥克斯

奥克斯的“手机成本论”遭到了行业人士普遍的不满,却得到了用户的欢迎,奥克斯郑州负责人王江杰对此有着自己的看法,“其实中国手机制造并不存在什么技术跟不

上的问题,相反往往是在战略规划、发展节奏把握、产品趋势预测上屡屡跌跟斗。”

“系统分析国产手机的研发模式、供应链整合、质量管理、成本控制、营销策略、售后服务、品牌管理等方面的综合竞争力,才是国产手机二次突围的关键所在。”王江杰总结道。

多普达

“我们多普达一直以来都是关注高端的电脑手机,我们没有卖出600块,1000块,2000块以下的手机。”多普达通讯有限公司销售经理王洲说,“我们推出P800的时候,一个月已经出货一万台了,现在都不够,有定位系统的GPS,非常好的音响,使用者买了之后告诉其他人,所以我们是用户口碑在做我们的生意。”

侨兴

目前,侨兴手机凭借双品牌的优势,启动侨兴和CECT双品牌路线。CECT专注中高端,侨兴手机则专注中低端。两个品牌相互弥补,高性价比和价格的优势迅速从国产手机市场崛起。侨兴手机河南总代理杨学峰总经理说,但是我们的产品依旧走低端、多功能路线,并在6月间推出太阳能环保手机。

长虹

2005年长虹手机的诞生,从此在通讯市场上多了一款品牌。提起“年轻”的长虹手机,长虹河南区负责人蒋俊鹏说:“长虹‘一出世’,以自己低价位、超长待机的特色和时尚款式,赢得了消费者的好评。”

晚报记者 冯刘克 祁京 见习记者 谢宽

国产经典机型回顾



夏新 A8

夏新A8是一个奇迹,一个神话。一方面,它让夏新从亏损的泥潭走出来;另一方面,它是国产手机改写洋品牌垄断高端市场的破冰之舰。当所有的手机都停留在“实用”时代,夏新A8已是才貌双全。当时售价高达3000元以上,比众多洋品牌还要贵一截,仍然在中国大地掀起销售狂潮。



波导 V10

波导“手机中的战斗机”,估计这个概念早已深入人心,李玫在2000年就被波导拉出来轰炸消费者。波导手机的技术合作商法国萨基姆,是全球最具实力的航空军事通信企业之一,这一点是波导“手机中的战斗机”概念提出的源点,其一方面彰显了波导手机先进的技术内涵,同时树立起与众不同的品牌形象。



TCL 灵韵 3188

说起TCL手机,人们记忆深刻的是其宝石系列,以红遍亚洲的韩国美女金喜善为代言人,以珠宝钻石等作为手机外观的镶嵌装饰物,展现出女性的高贵气质与时尚韵味。TCL灵韵3188是其中的一款经典手机,一度创下日销量6万台的业界神话,并一度蝉联国内手机单款销售的冠军。



联想 ET960

在2005年度美国最佳产品设计奖评选中,联想凭借自主研发的一款ET960夺得最佳设计大奖。这是中国大陆厂商首度在如此重量级的评选中获奖。ET960是目前当之无愧的国产手机举旗人。这款手机使用了大家很容易接受的直板设计,30万像素摄像头以及微软智能手机系统体现了高端形象。



多普达 565

位于手机金字塔顶端的产品只有两个特征,或者外观极致奢华美丽,或者功能极致强大灵活。当多普达公司自从2002年第一款产品686开始,就成为了国内智能手机的领跑者之一。多普达2004年8月推出的全球体积最小的智能手机565,充分地展示着自身优势以及强大的技术实力。



明基 S700

从1997年在苏州设立手机研发基地,1999年有了第一条年产能100万部的生产线,明基做手机已经有多年经验。明基S700是明基手机中的佼佼者。标准待机时间达100小时。功能全面的明基S700凭借优良的硬件配置和百万像素的拍摄功力,成为目前国产非智能手机中不可多得的经典产品。