

颠覆传统 大屏手机三国杀

小米、华为、“大可乐”上演手机“逆袭战”瓜分三星、苹果天下

►大陆小米科技重金挖角的前谷歌副总裁雨果·巴拉(右),5日与小米董事长雷军共同出席小米的新产品发布会。

两年前,在智能手机大潮来临之际,由雷军旗下的小米科技开始,阿里、百度、盛大和360等纷纷扎入选择直接做硬件或与硬件厂商合作,推出带有自家印记的智能手机产品。彼时,“互联网手机”成为业界讨论最多的热词。而现在,小米手机已经出了第三代,华为、联想、中兴、魅族、大可乐手机等,也是风生水起,在手机大屏时代来临的当下,传统的手机巨头三星、苹果正面临着市场被慢慢“蚕食”的遭遇。而这些手机品牌之所以能“逆袭”的原因之一,就是它们典型的超大屏幕。



出货量超苹果 小米3大屏占先机

市场研究机构Canalys近日发布的中国智能机出货量数据显示,2013年第二季度,小米在中国区的手机出货量已超越苹果,在三星、联想、宇龙酷派、中兴、华为之后,位居中国市场第六位。

上海《第一财经日报》报道,今年第二季度,小米手机出货量达440万部,占本土智能手机市场总出货量的5%;苹果出货量为430万部,占中国市场总额的4.8%。三星、联想继续领跑市场,分别以1550万部和1080万部的出货量,占据中国市场总额的17.6%和12.3%。

值得注意的是,仅成立3年之久的智能机品牌小米超越苹果,颇具亮点。

与苹果不同的是,小米在商业模式和品牌塑造上更贴近互联网思维。小米CEO雷军表示,小米并不依赖于硬件赚取过多利润,而是通过软硬结合,在硬件获取一定用户规模后,能够让软件应用获得较大收入。

在这种思维下,小米手机切

入市场后,在定价上采取高性价比的策略,而不是像苹果依赖完整优质的产品体验走高端定价。大可乐手机CEO丁秀红也认为,这种定位比较贴近中国市场。

另据新浪手机报道,小米科技5日在北京召开发布会,旗下年度重磅产品小米手机3及小米电视一同亮相。

小米3配置的是一块5英寸的1080P屏幕,虽然在发布会前,这已经不是什么秘密,但此次夏普/LG提供的5英寸1080P屏幕清晰靓丽,像素密度为441PPI,还是足以满足95%以上人的需求了。唯一的问题就是,在其他厂商纷纷推出1080P屏幕产品之后,小米的这款屏幕惊喜度已经大大降低,人们会认为它是一次“理所应当”的升级,尤其是对那些“发烧友”来说。

不过,小米3还是延续了之前的热度,而且这款屏幕支持超灵敏触控,手上沾水或戴手套都能操作,这也被认为是最贴近用户的需求。

三星新品无惊喜 大屏不再一枝独秀

而与此同时,以大屏幕为特色的三星,则在面对众多选手后来居上的竞争时表现的有点乏力。

IT168网报道,在IFA 2013大会上,备受瞩目的三星Galaxy Note 3如约而至。

不过,与现场盛大的规模相比,业内媒体和消费者却反响平平,不管是它的屏幕尺寸、屏幕材质、处理器等硬件配置,还是软件应用等,都与此前传言相差无几,媒体和消费者纷纷表示“无惊喜”。

不置可否的是,三星Note 3的软硬件升级后更加强健,但若

将其与二代相比,用例行升级来形容似乎更为贴切。这让人不禁想起了三星之前推出的Galaxy S4,“万变不离其宗”的大塑料虽曾多次遭到诟病,但三星还是一如既往的把塑料赋予终端产品上,与其说三星置用户体验于不顾,不如说是三星在创新领域乏力。

在这款产品发布以后,一家外国媒体评价到,这次的Galaxy Note 3是一次按部就班的升级。这让全球消费者更加期待一直风传的HTC One Max的到来,包括索尼推出的大屏手机等,大屏市场不再是三星一家独大。

非典型的互联网企业华为:专注大屏、最薄 默默做手机

华为在国产手机中也算比较“另类”的,既没有小米那么高调,也没有魅族那么奢华,一直在默默无为做手机,不过同样作为国产手机,华为近期发布的Ascend P6可谓是技高一筹,超薄的机身、成熟的手感,酷似iPhone 5s的外观。让这款手机在舆论下成为人们关注的焦点。华为Ascend P6采用全金属设计,搭配金属拉丝和喷砂工艺,其机身厚度仅6.18mm,是全球最薄的智能手机。

北京赛迪网报道,一位使用华为手机、曾来美的朋友坦言,苹

果在美国也没有在中国想象的那么好,很多消费者把目光聚集中国智能手机品牌。如同在中国风靡万巷的西班牙服装大牌ZARA,在欧洲也就相当于“美特斯邦威”,反而其身边的朋友更愿意去买后者,因为“不易开线”。在近两年的产品中,华为P6的确算是让人眼前一亮的手机。而且,中国智能手机品牌已经开始拥有自己独特的产品风格,一切都预示着中国国产智能手机已经可以走出国门与世界品牌进行抗衡。

而就在微软收购诺基亚引发

移动行业洗牌的猜测,华为和联想将收购黑莓或HTC的传言又被摆上桌面。但随后华为就进行了辟谣,华为5日表示,对收购陷入困境的对手之一不感兴趣。

华为董事会成员之一陈黎芳近日表示:“我们没考虑过(收购)。”但陈黎芳补充说,作为全球最薄智能手机的制造商,为克服消费者认知度不佳的弊病,华为可考虑为手机采用不同品牌。她表示,如果想要引入一个新品牌,只要这么做能够提高销售量,并不会排除这种可能。

大可乐:大屏性价比高 拼定位 抢渠道

除了“中华酷联”(中兴、华为、酷派、联想)这样的传统品牌,不断有打着各种创新旗号的新进入者赶来淘金,小米之后,又有了大可乐、百分之百、青橙、美图秀秀等,还有几个月前发布的锤子Rom。

重庆《电脑报》报道,这些定位于差异化的品牌厂商,都或多或少会蚕食魅族的“粉丝群”。像小米、大可乐,魅族的目标客户群高度重合,都是刚毕业两三年,收入不太高,渴望高性价比电子产品的年轻人。现在大可乐的用户中,就有20%使用过小米手机。

2012年11月份,大可乐手机发布了新款大屏幕智能手机大可乐,至今已累计网上销售超过60万台。大可乐手机创始人丁秀洪称,“不到一年时间,大可乐已经陆续推出了大可乐1、大可乐2,第三代产品正在研发中,技术上会比第二代产品更加先进。”

而近日,大可乐淘宝品牌站正式上线,这是大可乐在官网之外开设的唯一一家官方品牌站。也是继小米之后,第二家互联网手机厂商进驻淘宝。

大可乐2在发售时人们纷纷被这款机器的高配低价所吸引,

其拥有5.3英寸超敏感屏幕和四核双卡双待的配备,很多特性看来无疑被称为今年上半年度最具有性价比的机器。

丁秀洪举了个例子,联想有款手机S920,跟“大可乐2”一样,都是5.3英寸屏,都是用了联发科的CPU MT6589,但其他配置都比大可乐2低很多,联想这款手机在传统渠道卖2199元(人民币,下同),大可乐在网上卖1499元。

丁秀洪说,大可乐2如果到线下渠道卖,至少不低于2500元。低于这个价格,渠道就亏钱。因此,未来只能拼抢渠道。

应对竞争? 传苹果将推大屏幕iPhone:最大6英寸

大屏幕手机的流行也迫使苹果不得不考虑转变,而面临着市场份额下降的压力,未来的苹果没准真的会推出更大屏幕的iPhone。

《华尔街日报》援引消息人士的说法称,苹果公司正计划推出屏幕尺寸在4.8英寸至6英寸的iPhone。相对于去年发布的4英寸屏幕iPhone 5,这将是一个巨大的飞跃。

苹果公司正计划下周发布一款高端iPhone和一款廉价版iPhone,而目前该公司似乎还希望

走得更远。开发大屏幕iPhone的计划表明,随着与三星之间竞争的白热化,苹果公司正在调整智能手机战略,寻找新的增长动力。

三星提供了不同价格和尺寸的智能机产品,目前在智能手机市场处于领先。

近日三星发布的新款手机Galaxy Note 3,因其手机配备了5.7英寸屏幕,因此也被认为是介于平板电脑和智能手机之间的“平板手机”。

目前尚不清楚,在首次推出廉价版iPhone之后,苹果公司最终

是否会采取类似的多尺寸、多产品策略。在做出选择前,苹果公司通常会测试多款设备和配置。

不过了解苹果公司计划的消息人士表示,相对于一年前,目前苹果公司这样的意愿更强烈。

元件供应商则表示,近几个月苹果公司已开始测试大尺寸屏幕iPhone,并且对4.8英寸屏幕尤为感兴趣。消息人士同时表示,苹果公司周二(10日)发布的两款iPhone屏幕尺寸与iPhone 5相比不会改变。苹果公司发言人则拒绝对此置评。