

国产手机强势崛起叫板苹果

今年夏天,全球智能手机领域迎来了新一轮的格局大洗牌。从7月开始,国产智能手机巨头,金立、华为也纷纷在全球范围内推出了各自的王牌旗舰机型,随之而来的是vivo X3、魅族MX3、小米等国产新机。国产手机齐声发力,精品不断,叫板即将发布的苹果、三星、索尼以及HTC。昔日国际品牌一手遮天的景象已一去不复返,国产手机的强势崛起,令国内智能手机市场份额的竞争愈演愈烈。

从功能机到智能机的换机大潮中,各手机厂商暗自比拼。然而一些国内本土手机厂商并未抓住机遇,纷纷遭受市场的淘汰。而在这场持久战中,一些国产手机凭借自身脚踏实地和敢于创新的精神而屹立不倒,金立就是其中一家。

一个品牌:直击消费者心灵

ELIFE是金立面向年轻消费者所打造的子品牌,其品牌理念为“Enjoy my life”。金立希望通过这样的品牌理念,为年轻人带来一种全新的生活方式,即:Easy(轻松的)、Entertaining(愉悦的)、Energetic(活力的)、Earnest(真诚的)。

子品牌的地位自然高于产品系列,它面向长远,代表着一个企业要传达给消费者的形象和理念。“产品源于生活,ELIFE要与生活相结合,真正带给用户轻松愉悦的智能时代新生活。”在发布会上,金立集团董事长刘立荣这样阐述ELIFE品牌主张。ELIFE代表了金立企业理念的改变——不是站在自己的角度说“金品质”,不是站在消费者购买的角度说“实用又好用是消费者的最佳选择”,而是完全站在消费者的角度说“科技应该带给我们实现什么样的生活”。此次金立推出的ELIFE子品牌,是对智能时代市场形势和消费心理有了清晰的判断,ELIFE不仅仅是一个全新的子品牌,更是一个战略。

一个平台:倾听用户的声音

“金立的市场策略是精品战略,产品策略是用户体验,这两者其实是统一的。我认为最终消费者一定会用他手中的钱,选择企业用心经营成果。”业内专家表示,他又将话题引到了用户。在一个精品驱动的市场,能推出“打动用户的产品”的企业一定是有雄厚实力的,无论是研发还是设计甚至是对供应链的号召力,不过这些实力之上还必须有一颗为用户着想的心,全力从用户角度出发思考产品,提供好的用户体验。除了上述软硬件配置上的“用心呈现”,金立还发布了其基于安卓深度优化的智能手机操作系统——Amigo(中文名“朋友”),其意在于金立会通过“朋友”般的软件平台,让用户有最好的与手机交流的语言和界面。

“做ROM是一个非常浩大的工程,我们300个工程师用了近两年的时间才做到今天,做过的工作数不胜数。”金立集团移动互联网产品部总监龙志勇表示。据介绍,Amigo旨在做一个关心用户的,互联、不断进化的系统,在功能框架上,Amigo包含四个模块,NAVI(桌面系统)、PHONE(手机功能)、CARE(生活助手)、PLAY(娱乐体验)。

一个信念:国产手机需要大布局

“国产手机品牌还有很大的发展空间,金立也一直在努力为消费者提供更多高端精品。下一步,金立还将推出一系列针对年轻人的ELIFE高端手机。”金立董事长刘立荣向记者表示。金立成立11年来一直专注做手机,从最初的一二百万台销量,做到2012年的2400万台,这期间很多手机企业没落了,金立却稳扎稳打,成为目前手机市场少有几个盈利较好的国产手机企业,树立了自己的行业地位。

实际上,面对智能化和移动互联网大潮的挑战,金

立已有自己的布局。“金立公司多年来专注于手机制造,2011年我们做了2100万台,2012年做了2400万台,未来我们要做3千万台。从今年开始,我们已经把所有的ODM全部停掉,专注做自有品牌。”刘立荣表示,“功能手机时代靠差异化就能在局域市场生存,智能手机则不容易。要生存,必须有大的市场准备,以大的规划和气魄进入到这个行业。”

在中国市场,金立已有一定的品牌基础,但是偏向男性和中年,也偏向二三线城市,因此,在巩固天翼、风华等系列产品已有市场的基础上,金立推出ELIFE子品牌,全力开拓代表未来的年轻族群,乃是大布局。而在海外市场,金立在这两年自有品牌和ODM两条腿走路的基础上,毅然放弃ODM。金立已经在印度全面开始建立金立自主品牌。

以科技为核心向消费者提供服务体验,加大研发力度提供创新解决方案,本着这样的原则,金立正在努力抓住眼前的机遇,迎难而上。而从E6上市一个多月多的全球销售数据来看,金立通过ELIFE子品牌转攻年轻消费群体这一作为是成功的。我们有足够的理由相信,包括金立在内的一系列国产手机品牌,将在未来智能手机市场大有作为。

(罗雯)



资讯走廊

海能达对讲机人性化功能 获餐饮业认可

海底捞近日使用海能达旗下品牌HYT对讲机TC-320,实现了客人点餐以及人员管理调度的顺畅沟通,克服了之前使用其他品牌对讲机,声音较小、经常出现故障、维修售后周期长等通信弱点。

随着市场竞争的日益激烈,商业领域的高效工作,越来越离不开专业无线通信的保障。对讲机以其“一按就通”的高效沟通模式,成为商业用户首选通信工具。便捷的通讯是酒店餐饮服务和管理人员日常工作顺利开展的基本保障,餐饮内线电话通讯系统可以保证基本层面的语音通讯。但是随着现在商业的不断发展,客户对酒店餐饮服务的要求越来越高,需要使用对讲机设备快速响应客户的需求,协调相应的资源。

海底捞是一家大型跨直营餐饮品牌火锅店,在北京、上海、深圳、沈阳、郑州、西安、南京等城市开有连锁店,有一套从顾客进门到就餐结束离开的完整服务体系,几乎涵盖了就餐过程中所有的用户体验环节。其服务让消费者印象深刻,这些都离不开专业无线通信的保障。

海能达旗下品牌HYT对讲机过硬的产品质量和便捷的操作,让用户在工作中轻轻松松地进行即时通话。TC-320外观小巧大方,方便服务员携带,操作也很简单,给工作人员点餐和沟通提供了很大的便利。此外,这款对讲机抗跌落性强,通话音质清晰,特有的腕带配件操作以及标配的耳机,设计更加人性化,尤其适合海底捞服务人员使用。(盼盼)

中建材信息成 华为最佳总经销商

企业的发展离不开渠道的支持与配合。近日,2013年华为企业业务中国区商业经销商表彰及研讨会在北京井冈山召开,中建材信息荣膺“华为最佳销售总经销商”殊荣。

作为世界500强的华为,在无线领域有着20多年的丰富积累,其数通分销无线网络产品已经经过了多方的验证和认证;华为无线解决方案已在政府、教育、医疗、能源、大企业、金融和能源等多个行业得到了实际部署和充分验证。另外,中建材信息隶属世界500强企业之一的中国建筑材料集团有限公司,是华为国内最早的总代理商之一,也是华为数通、网络安全、视讯类产品的总代理商。在此次研讨会上,荣膺华为优秀分销商殊荣,这一殊荣是对中建材信息多年以来的专业技术、优秀服务水平以及良好专业素养的见证。

华为的竞争力来源于对客户需求的重视和挖掘,也来自于众多合作伙伴的信赖和支持。中建材信息与华为是多年的深度合作,可面向行业客户提供安全、可靠、高质量、易扩展的行业解决方案;具备有多年的渠道服务经验,帮助合作伙伴巩固核心竞争力、开拓市场。(白哲)

太原联通光速网络 升级改造

近日,山西太原大规模道路改造如火如荼展开,太原联通力保了光速网络升级改造同步有序进行。

据悉,今年年初太原联通提前谋划,根据市政道路改造的整体安排,逐条道路制定了多套网络升级和网络保障预案,根据国家“宽带中国”战略的要求,逐步对道路改造周边区域进行光速网络覆盖,将原有光缆网络全面升级为光网络,为宽带提速及为城市家庭20M宽带普及提供了基础。但由于市政道路改造,近千条光缆、近千座移动基站、近百公里通信管道以及三百余个光电缆交接箱先后受到不同程度的影响甚至拆除。为此,太原联通开展市场、服务、网络全方位联动,提前在受影响区域进行告知宣传,推出上网卡、固移同震、无线电话等临时替代业务保证用户正常使用需求,对受影响用户按相关规定给予一定补偿。(张陆 马爱平)

中航三星人寿亮相广州

银行保险、团体保险、个险营销、电话营销四大渠道满足客户需求

8月底,携“集善工程——(爱之翼)助残行动”的温暖力量,亮相广州的中航三星人寿,已经全面启动其各项业务拓展。中航三星人寿是国内首家中韩合资寿险公司,由世界500强韩国三星生命保险与实力强劲的中国航空集团公司携手组建,广东分公司是中航三星人寿所开设的第五家省级分支机构。

中航三星人寿成立于2005年5月26日,由中国航空集团公司和韩国三星生命保险株式会社携手创建,注册资本金8亿元人民币,总部设于北京,是中国首家中韩合资寿险公司。中航三星人寿秉承世界500强企业韩国三星生命50多年成功的保险经验与专业技术,并充分运用中国航空集团公司对中国市场的深刻认识,通过银行保险、团体保险、个险营销、电话营销四大渠道,充分满足客户多元化的保障与理财需求,致力于为广大客户提供全面、优质、快捷的保险和理财服务。

中航三星人寿“集善工程——(爱之翼)助残行动”于2012年3月份启动,计划在5年时间内,向中国残疾人福利基金会捐赠2500万元款物,来帮助残疾人改善和提高生活品质。2012年“集善工程——(爱之翼)助残行动”,共计捐助北京、成都等地总价值超过516万元的675台优质电动轮椅。2013年,伴随中航三星人寿业务及经营地域的不断扩展,“爱之翼”助残行动的帮扶

区域也在不断扩大。除计划通过中国残疾人福利基金会向广州、天津、青岛、成都捐赠400台电动轮椅之外,还将通过示范计划向其他省份及中西部欠发达地区捐赠198辆电动轮椅。

自成立以来,中航三星人寿并未刻意追求规模,而更加注重“内涵式”的发展模式。按照其发展规划,中航三星人寿在完成环渤海战略布局后,正逐步向西南、南部沿海和东部沿海等地区辐射发展,形成山东半岛、江浙地区和广东三地分支机构的资源整合及相互协作支援的布局。广东分公司的顺利开业,标志着中航三星人寿在迈向全国性保险公司的机构战略布局方面,步入了新的阶段。

根据保监会公布的最新数据,今年上半年,广东省(不含深圳)实现保费收入约796亿元,其中人身险约561亿元,稳居中国第二大保费大省。与此同时,广东保险市场竞争异常激烈,寿险公司主体多达42家。

对此,中航三星人寿总裁李昶表示,作为布局华南保险市场的重要落子,广东分公司将充分发挥和整合股东优势,通过走专业、创新的差异化发展之路,辅之以精耕细作,实现了规模和效益的良好提升;通过个险、银保、团险等多元渠道,以“保险是爱”的理念,为消费者提供值得信赖和专业贴心的最佳保险方案,为

广东寿险业的发展注入新鲜的活力。

开业首年,中航三星人寿广东分公司计划通过中国三星员工的人才推荐计划,成功建立一支高素质理财顾问型寿险营销团队。利用源自三星生命具有国际领先水平的LPP寿险理财规划服务体系与完备的产品体系,全方位满足广州市民多方面的保障需求。同时,借由股东的资源共享平台,向股东企业提供各项员工养生健康、亲子教育、家庭理财讲座等一站式服务。通过以上组合策略,中航三星人寿广东分公司将打开局部市场,巩固品牌效应,以广州为中心,覆盖全省主要发达地区,为广东客户提供科学的财富管理保障打下坚实的基础。

在加快自身发展的同时,中航三星人寿秉承“保险是爱”的理念,一直积极投身公益事业,主动承担社会责任。李昶表示,作为一家优秀的寿险企业,不仅要业绩成长,为客户提供优质的产品与服务,更要建立具有社会责任、值得尊重与信赖的品牌形象,传递关爱与责任,为构建和谐社会发展做出积极贡献。7月25日,中航三星人寿通过“集善工程——(爱之翼)助残行动”,向广东地区的残障人士捐赠了150辆价值近90万元的优质电动轮椅,使得残障人士朋友切实享受到高科技辅助器具带来的便利。(慧文)

联想携手新华国际探索跨界合作新模式

近日,联想智能手机与新华社新华国际联合举行的战略合作签约仪式在京举行,双方将持久稳定地推进战略合作,在众多领域强强联手。双方将会采取“难易并行”的合作方式,突出重点产品和整体品牌,在各个阶段开展不同的亮点活动,实现“季度有亮点,全年有高潮”的最终效果。联想集团副总裁、MIDH中国业务部总经理冯幸以及新华国际负责人代表双方签署了本次协议。

强强联手 探索“合作+转型”新模式

此次合作是移动互联网领域与传媒领域的两大巨头强强联手,同时也是两家机构在发展转型过程中的全新尝试。

联想智能手机作为联想集团向PC+领域全面转型的先遣部队,近年来在移动互联网领域发展迅猛,通过联想智能手机业务已经积累了庞大的用户群体,市场占有率不断提升,同时品牌形象不断向高端化和国际化迈进。

根据IDC发布的最新统计数据,2013年第一季度,联想单季度销量突破了1300万台,占据了全球智能手机市场4.7%的份额,排名中国品牌第一,全球品牌第四;根据市场研究公司赛诺发布的数据显示,自2012年6月以来,联想智能手机已经连续13个月位居中国市场份额第二名。而随着联想研发技术的不断提升,体验操作的不断创新,联想智能手机必将取得更加显著的成绩。

而新华社作为国家通讯社,拥有巨大的全球影响力。目前,新华社正在推动新时期内的全面战略转型,加快由传统新闻产品生产为主向新时多媒体新闻信息生态拓展,由面向媒体为主向直接面向终端受众拓展,由立足国内为主向有重点地更大范围参与国际竞争拓展。新华国际正是新华社多媒体集成服务改革的排头兵。



从发展趋势来看,单纯依靠终端销售,很难帮助企业吸引庞大的用户群,形成持续高效的营收,必须依靠软件、服务,以及丰富的信息资源才能形成对用户的长期吸引力。拥有高价值内容创作和传播的软实力,则需要依靠用户认知度和产品普及度更高的平台加以展示,才能实现最为理想的信息传播效果。联想正是看中新华国际同时兼备“内容制造者”以及“海外公关使者”的双重身份。

从需求来看,合作双方均已在各自自有领域拥有绝对的话语权,同时也都需要寻求转型发展的理想模式,正因如此,双方迅速寻找到了合作的理想模式。谈及双方的合作,冯幸表示,联想在向PC+转型的初期就已经意识到,在移动互联网时代,新媒体展示平台与软件产品的结合,跨领域品牌间的合作将会成为潮流。通过与新华社新华国际的合作,联想能够进一步打通国际、国内和线上、线下的优势,在整合各类资源方面有着独特优势,为联想手机提升品牌价值,并在全球平台上为传播提供正向推动力。

各取所需 实现优势互补

根据双方签订的战略合作备忘录的具体要求,联想智能手机与新华社新华国际将开展品牌相互植入和

联合策划活动等一系列合作。一方面,“新华国际”客户端会植入联想高端智能手机平台,联想智能手机品牌也会进入到新华国际微博、客户端、工作界面等信息发布平台;而另一方面,联想将与新华社新华国际联合策划、参与国内外有影响力的大型活动,形式包括协助报道、支持刊、独家发布等。为此,双方将建立联合工作组,专门负责该战略合作备忘录所涉及合作项目的策划和执行。

在合作过程中,新华国际将在新闻报道和媒体活动等环节中,得到来自联想提供的通信设备和新媒体展示平台等形式的支持;通过与新华国际的合作,联想可以充分利用新华国际丰富的媒体资源,在媒体报道、媒体活动中抢占先机,提升影响力,扩大联想手机品牌传播范围。

据悉,新华国际将会发挥自身优势,以客户端应用为原点,不断更新新闻的展现形式和内容,持续优化移动应用的用户体验。“未来,联想将会举行一系列文化交流活动,除了将联想智能手机作为“国礼”馈赠各国使节之外,还将安排一系列国内外有影响力的大型行业展会等活动。”冯幸说。

业界专家表示,终端厂商与软件或者内容提供商进行深度合作,增加产品认知度和用户黏性的方式,在市场中已有成功经验。此前,就有国内智能终端厂商与搜狐视频建立了合作伙伴关系,通过硬件解码等优化视频播放体验,为消费者带来更好的视频享受;更不乏终端厂商选择通过社交媒体平台进行首发。从最终效果来看,这样的合作模式已经获得了非常明显的成功。

联想拥有强大的终端设备实力,新华国际能够提供丰富的信息服务,这样的合作模式最终实现了硬件厂商与内容服务提供商之间的优势互补。“硬件设备商与内容提供商的合作模式,很可能成为今后市场中广泛被借鉴的策略。”该专家表示。(段岩)

三星联合中移动发布TD-LTE智能手机

8月28日,三星电子联合中国移动在北京发布三星首款TD-LTE手机GALAXY Note II N7108D。该款手机是首批已经通过工信部测试的4G手机之一,也是中国移动终端公司首批代理销售的4G手机之一。

2012年三星力推的旗舰机型GALAXY Note II问世后,成为市场和媒体的宠儿。此次发布的GALAXY Note II N7108D,是三星专为中国TD-LTE市场所开发的升级版机型。GALAXY Note II N7108D可同时支持TD-LTE/FDD LTE/TD-SCDM/WCDMA/GSM五种模式,TD-LTE模式下可以支持单卡双待工作方式;GALAXY Note II的超大5.5英寸高清绚丽屏为用户带来更为观止的视觉效果;可拆卸式电池容量高达3100毫安时;800万像素的主摄像头和190万像素的前置摄像头充分满足用户对拍照的要求;Android 4.2.2果冻豆操作系统,以及更为快速的1.9GHz四核处理器,既能适应4G网络下的海量数据高速下载,又能满足大型应用的高性能需求。

目前,中国移动已经建立了较为完善的TD-LTE终端测试体系,重点关注TD-LTE终端产品质量、应用安全和客户体验,努力为用户快速提供更好更优的技术服务和支撑。GALAXY Note II N7108D经过了中国移动和三星联合在多个城市各种场景下的严格测试验证,整体功能、性能已趋成熟,在TD-LTE强覆盖、弱覆盖,以及TD-LTE与TD-SCDMA、GSM各种复杂网络环境下均能良好的工作,其峰值吞吐量达到60Mbps,现网实际通话成功率大于98%。整机稳定性通过验证可达400小时,电池续航能力可满足用户正常使用。

在中国这个最为重要的市场上,三星也一直在密切关注和努力推动4G通信的市场化进程。三星不仅在中国5大区域部署了上百名技术和市场专人负责4G业务的配合与支持,还努力攻克了中国TD-LTE手机特有的技术难题,在稳定性和功能性等关键指标上达到了和国外商用LTE机型同样的标准。三星电子中国通信研究院在推进4G布局的进程中承担了重要角色,该研究院是三星全球8大研发机构之一,主要从事3G及4G通信、数据多媒体通信领域以及云计算等高新技术的研究开发,为提高和促进三星世界级的技术储备在中国的本地化发挥了巨大的作用。

中国移动已在全国15个城市开展了TD-LTE大规模实验,并启动了大规模的TD-LTE友好客户测试,预计年内将建成20万个基站,网络覆盖100个城市,采购超过100万部终端。(陈和利)

浦发推出微信银行

电邮、短信、博客、MSN、QQ、微博、微信、Facebook、Twitter,从传统的讯到社交媒体,短短数年,我们的沟通方式一次次被颠覆,被改变。

微信的魅力在于能通过传递文字、图片、语音、视频等信息,构架私密性非常好的熟人之间的朋友社交圈。也正因为微信的脍炙人口,“微”成了时下的热词,“微电影”“微电台”“微调查”“微酒店”“微生活”“微金融”。

提起“微金融”,我们会立刻联想到“微信银行”。何为“微信银行”?浦发银行电子银行部总经理丁蔚女士给出的答案:在微信平台使用文字、视频、图片、语音等交互方式的金融服务,便可称之为“微信银行”。

8月16日,浦发“微信银行”推出“微理财”。签约浦发微信银行,不仅可以实时查询账户余额,交易明细、信用卡账单等,更可以在线购买银行理财产品。

与此同时,浦发银行还将LBS技术和语音技术应用到微信银行。向“微信银行”发送当前位置,即可获取附近网点信息,了解网点地址、排队人数等详细情况,更可一键式完成网点排队预约。

语音交互是“微信”的主要交互方式之一。现在,对着浦发微信银行发出语音指令,如“我的余额”、“活期明细”等,微信银行将根据用户指令迅速反应,完成指定服务。

一个个“细微”的金融服务,在“细微”中不断地改变和提升我们的生活,犹如“微博”“微信”那样,由“微理财”掀起的又一次“微革命”也将大众推入了全新的“微生活”时代。(向阳)

黑客“莫妮卡”瞄准跨国公司

黑客“莫妮卡”出动了,在对跨国医药集团凯莱英官网入侵挂马后,“莫妮卡”又将攻击目标瞄准照明设备行业的USHIO公司。据360安全卫士独家检测发现,USHIO公司中国分部官网近期出现木马,黑客使用的攻击代码和木马服务器与之前跨国医药公司凯莱英官网遭袭完全一致,木马服务器域名使用了莫妮卡·贝鲁奇等知名影星的名字。目前,360安全卫士已对此类挂马攻击实施拦截。

在以往出现的大型企业被黑客攻击事件中,对企业官网挂马是黑客渗透企业内网的常用途径,也是APT攻击(针对特定目标的高级持续性威胁)的主要手段之一,其目的是窃取高科技等领域的企业核心资料。

据360安全中心技术分析,此次USHIO中国分部网站被挂马,黑客利用了“劳动号水坑、暴雨”等六大漏洞组合攻击,其攻击代码也做了变形免杀,可以绕过绝大多数杀毒软件。如果USHIO公司的员工或客户电脑没有采取有效的安全防护措施,访问公司官网时电脑将会自动植入木马,从而受到黑客的远程控制。

迄今,攻击凯莱英、USHIO等公司的黑客“莫妮卡”真实身份仍然是一个谜,但根据其漏洞挖掘和利用代码判断,该黑客组织具有较强的技术实力。近期访问过USHIO中国分部官网的电脑用户,可通过检查名为NTLDR的开机启动项,验证电脑是否已经被黑客植入木马;也可下载使用360安全卫士或360杀毒,能够预防拦截并查杀该木马。(向阳)