

国产手机发力WCDMA

4英寸千元智能手机抢产业先机

随着智能终端的不断普及,消费者开始追求更优质的移动互联体验,于是智能手机市场上演群英会,酷派、中兴、华为、联想等国产品牌厂家成为国内智能手机的主角。另一方面,移动运营商们也不甘落后,中国联通持续发力千元终端市场,以硬件配置的全面升级,力求在2012年继续保持千元智能手机市场的领先地位。

酷派 WCDMA市场份额快速上升

2011年12月26日,酷派、中兴通讯等厂商联合中国联通再扔重磅“炸弹”,推出8款千元智能手机。这些机型在提升中国联通千元智能手机性价比的同时,将产品队列进一步丰富,推动国产智能手机的快速普及。

据统计,中国联通11月新增3G用户首次突破300万户,并自今年6月份以来连续第6个月净增用户数创出新高。分析人士表示,中国联通用户规模的快速增长,充分显示出千元智能手机的3G用户规模拓展效应。

酷派在2011年发力于WCDMA产业,投入巨资用于WCDMA产品的规划和研发,并且拥有超过1000人的WCDMA研发团队。酷派在2011年共推出了近10款Android智能手机,从千元智能手机到高端手机全线覆盖。此前与中国联通联合打造千元智能手机W706取得了良好的市场业绩,单款销量超过100万台。此次,中国联通再次携手酷派推出了WCDMA制式的4英寸大屏千元智能手机——酷派7260。该款机型具备强大的产品差异化特征和良好的互联网体验。它采用



▲ 酷派 7260
▼ 中兴 V889D

Android 2.35操作系统,屏幕尺寸达到4英寸,分辨率为800×480,CPU采用的是800MHz主频的高通芯片,同时,该款机型配备了酷云2.0的云计算技术,体现了7260强大的安全防护功能。

业界分析,酷派在WCDMA领域推出多款智能手机,将大大提升酷派在WCDMA领域的影响力和市场份额,预计2012年将进入WCDMA产业的前6名。

中兴 做大智能蛋糕 引发厂商跟进

今年6月,为迅速实现智能终端普及,中兴通讯联合中国联通率先推出了首款“沃3G新定义千元智能手机”Blade V880,随后又陆续推出了多款同类型终端产品。这批千元智能手机具有“3.5英寸以上电容屏,CPU处理能力在600MHz以上,价格在千元以下”的共同特性,高性价比受到了市场的欢迎。

据统计,截至11月底,短短半年时间联通千元智能机的销量已经突破了1000万部,3G用户的每月新增数量也因此持续攀高,其中中兴Blade V880凭借优秀的性能表现和联通的有力补贴,销量一路走高。今年12月12日,据原中国联通销售部总经理于英涛透露,中兴Blade V880销量已经突破300万台,占据整个细分市场近1/3的份额。这也引得后续其他厂商蜂拥进入这一蓝海市场。于英涛表示,包括三星、HTC在内的国际厂商也纷纷表示要发力中低端智能手机市场。

据了解,本次中国联通推出的千元智能手机均采用了Android 2.3操作系统、800MHz以上CPU,部分机型支持GSM/WCDMA双网双待、配备4英寸多点触控大屏幕。而中兴通讯本次推出的产品V889D是一款主频为1GHz的双卡双待智能手机。

中国联通 继续推出中等价位智能产品

回顾2011年,从5月第一场千元智能发布会上,中国联通携手中兴通讯重新定义千元智能标准,到12月岁末多家厂商扎堆加入“新千元终端俱乐部”,这一市场的培育已经渐入佳境。但随着千元智能终端的不断普及,消费者对移动互联体验有了更高的要求,但目前市场上以三星Galaxy、苹果iPhone为代表的高端智能手机却并非运营商用户增长的主力阵容。

要建造一个稳固的“金字塔”结构,只有中坚层级的扩大,才能形成一个真正健康的用户群体。中档智能手机用户的扩充,才是真正推动移动互联市场业务增值的关键。中国联通相关负责人表示中国联通在继续大力推动3G平民化战略的同时,也将推出体验更优的中等价位智能产品,向更高层次的1500元-2000元市场发力,而这也对国内终端厂商提出了更高的手机产品研发和定制经验。

昭琴



智能新品

BOSE 推出新一代贴耳式耳机

凭借领先科技,Bose新一代贴耳式耳机能提供更优异的音质,重现更深沉、清晰自然的音乐;轻薄小巧的全新耳罩设计,不仅佩戴贴合舒适,更彰显时尚不凡品味;首次提供黑、白两色选择,可搭配各类娱乐播放设备。

Bose OE2i贴耳式耳机专为Apple产品设计,其音频线内置



控制器和麦克风,可对iPhone、iPod、iPad、MacBook及MacBook Pro等大部分Apple产品进行控制,使用者不仅可调整音量、选曲及控制音频软件,而且能进行语音通话以及在音乐与来电间简单切换。Bose OE2贴耳式耳机则配备标准可拆卸式音频线,两款耳机都具有精确重现各种类型音乐的上佳音质。

全新设计的OE2及OE2i贴耳式耳机,外型更轻薄小巧,简约不失时尚;采用记忆棉的耳罩,更贴合人耳,结合全新可调节的头带设计,令长时间佩戴更舒适,无压迫感。

伊莱克斯“欧悦”对开门冰箱全新上市

伊莱克斯近日推出新款“欧悦”对开门冰箱,多项创新技术能够让食物的保鲜时间更长久,大大减少了人们在冬日频繁外出采购新鲜食物的痛苦。最重要的是,“欧悦”独特的独立双循环系统和动态除菌功效使人们在冬日的各种节日里,将各种食物还原出最新鲜的状态。

伊莱克斯“欧悦”对开门冰箱具有独立双循环系统,冷藏冷冻既可以同时运行,又可以独立温控,冷媒在冷藏室、冷冻室单



独循环,实现真正的双循环系统。“欧悦”具有独特的动态除菌功效,紫外光、专门性离子和活性炭起到除菌抑菌作用,同时可以强效除味,净化冰箱内部的空气。

“欧悦”同时满足了“节能低碳”的现代消费观念。其采用的加西贝拉高效压缩机可以动态调节温度的同时静音运作,达到高效节能的效果。除此之外,还解决了最令消费者担忧的由于冰箱门过度使用而关不紧,导致冷气外泄浪费电能的问题。

新讯速递

人人网社交营销 精准定向消费者

日前,2011人人网精准营销大会在上海举行。人人公司首席营销官江志强先生表示:“在社交网站上建立公共主页,投放社会化广告,通过新鲜事进行口碑传播将成为未来社交营销的新模式。”并展示了电子商务、留学教育、手工业制造、婚庆商城等客户在人人网上开展社交营销的成功案例。

不同于大品牌的展示需求,中小企业紧盯广告实效和回报。关于社交营销的投资回报率,可以从曝光度、参与度、产出率三个维度进行考察。为此,人人网准备了四款重磅营销工具:人人网公共主页、社会化广告、新鲜事以及自主广告,助力中小企业轻松便捷开展社交营销。

库巴岁末“来真的” 惊喜豪礼送不停

国美旗下的网购家电第一门户库巴购物网(www.coo8.com)宣布至2012年1月5日发动新一轮大型促销,并送出总价值百万元的实物奖品以及千万福利券。

库巴副总裁彭亮表示,此次促销主题为“想赢?!就要来真的”。活动中库巴采取人性化的方式,对于抽中实物大奖的消费者,在活动结束后将得到与奖品等价值的现金券,此现金券将直接发放到中奖ID,消费者也可使用现金券选购其他商品。此外,抽奖活动将及时在活动页面发布中奖名单,并随时更新,以确保公平公正,信息真实,同时库巴也将使用技术手段抵制频繁注册账号参加抽奖等不正当行为。

欧普照明启动 设计师价值共享项目

日前,由欧普照明主办的“光·点亮生活”主流设计师年度盛会在山东济南落幕。来自全国各地的知名专家学者、著名设计师和行业协会负责人,共同研讨了光及灯具在现代家居环境中的应用与创新、照明方案如何为设计师整体方案增光添彩,如何满足业主和消费者深层次需求等话题。作为欧普照明“为方案创价值,助推设计师成功——欧普照明设计师价值共享项目”的一部分,活动得到了中国建筑装饰协会的大力支持。

多年来,欧普照明一直重视与设计师之间的价值合作,2012年也将持续深化、推动设计师价值共享项目,用“光”创造价值,为家装公司及设计师提供更多的专业支持和价值分享。

三洋空调 2012雄心勃勃再提速

日前,从沈阳三洋空调新品发布会上传来消息,2012年沈阳三洋将有“大动作”——共推出10大系列53款产品的庞大阵容,包括21款家电下乡中标机型,并主打“变频牌”,2款旗舰级变频柜机和4款智能变频挂机将变频机占比一跃提升至30%。营业本部余海宏部长表示,此番新品升级意在深入挖掘国内市场潜力、全力扩大市场份额,为2012年市场攻略做足准备。

据了解,沈阳三洋与国美开展连锁独家合作以来,整体业绩呈现200%的迅猛增长,而传统渠道方面则借助多年精耕厚积的底蕴,保持增长。虽然时下各种局外声音不断,但沈阳三洋一心专于生产和经营,在中国市场的道路上依旧走得坚定、自信。