

# Hello, Moto 回来了

- 1987年 摩托罗拉进入中国市场,推出的寻呼机、大哥大及手机,在国内市场拥有大量的用户。
- 2012年 谷歌收购摩托罗拉之后,退出了包括中国在内的很多市场,并且进行了大规模的裁员。
- 2014年初 谷歌宣布以29亿美元的价格将摩托罗拉出售给联想集团。



“80后、90后不可不看的30张图”、“如果知道这是什么,证明你老了”。在微博或微信上,这样的怀旧段子每天都在不断上演,但总能引起不同人群的感触。如今,这个“情怀共鸣”出现在了手机发布会上。1月26日,联想集团下的摩托罗拉宣布回归中国市场,这个昔日的手机业巨头在淡出大众视线两三年之后,重新回归国内热闹的手机市场。

## 让消费者有更多选择权

这次摩托罗拉回归,带来的4款新品分别是全新Moto X、Moto X Pro、Moto G和Moto Hint,其中智能手机Moto X最受大众关注。重新回归的产品,很可能会引发昔日用户的共鸣,摩托罗拉也顺势让消费者获得更多互动。本月初,几万人通过在线投票,选择了最想买到的Moto X手机的颜色和材质,票数最高的6种款式已接受预约购买,其中,16GB Moto X的线上价格为3299元。为了回馈和感谢用户的参与,投票结果中最受欢迎的“绿松蓝”16GB Moto X以优惠价2999元发售。消费者的购买渠道也很多元化,摩托罗拉官网、京东商城、天猫商城、国美、苏宁等线上线下重要渠道均有销售。

今年上半年,中国消费者将成为亚洲地区首批可以体验到摩托罗拉在线定制平台Moto Maker的用户,个性定制专属于你自己的Moto X。届时,用户可以自由选择自己最喜欢的颜色、材质、壁纸、内存大小及其他项目。

## 昔日巨头都有杀手锏

诚然,外资手机品牌在中国市场的境况已经今非昔比,三星还处于领先地位,SONY、HTC、诺基亚、Moto这些曾经的“巨人”已经无法与小米、华为等抢人气。但曾经的行业领先者总有过人之处,在技术角度上,也有新晋人气品牌需要学习的地方。

不需要触碰手机就可以完成你的各种指令,这一独有的智能化是Moto X的一大看点。用户可以让手中的Moto X学会在什么时候该工作,什么时候该安静。Moto X通过“Moto语音”、“Moto助手”、“Moto显示”等多种有趣实用的功能,让手机应用变得更简单。

另一个巨头诺基亚被微软“收编”之后,Windows当中的有趣应用也可顺手拈来。目

前,多款Lumia手机融合了最新Windows Phone 8.1升级版功能、Cortana(微软小娜)以及Lumia智能手机独有体验的Lumia Denim更新,所有在中国内地上市、搭载Windows Phone 8/8.1的Lumia手机,都将会陆续收到这一更新,这是一次重大升级。Lumia Denim带来了一系列酷炫的新功能与易用性改进,包括中文版Cortana微软小娜、语音激活Cortana、动态文件夹、改进的IE移动浏览体验等。针对目前用户爱用手机拍照的需求,微软(诺基亚)还为用户带来了“Lumia相机”应用更新——通过升级后的Lumia专业拍摄的高速相机开启及拍摄功能,仅在毫秒级的时间内即可拍摄数张照片。(新快)

7450万部销量、180亿美元净利润、大中华区70%的营收增长……一个个抢眼的数据,宣告着苹果的强势归来。在被三星压制4年之久后,苹果在后乔布斯时代终于为自己正名,重返全球智能手机王座指日可待。

## 苹果——手机行业最赚钱的公司

苹果2015财年第一财季全球智能手机总销量约7450万部,这一数据直逼三星的7510万部。

可见,两家在数据上几乎平起平坐,但仔细观察会发现,背后的内容却有天壤之别。苹果出货量增幅达46%,而三星出货量同比下降11%。同时,苹果在新机iPhone 6/6 Plus的刺激下销量大增,而三星在不断缩水,苹果赶超三星,重返智能手机第一宝座指日可待。

IDC全球手机市场追踪项目组长Ryan Reith表示,苹果在2014年四季度的表现有几个出人意料的亮点:首先,在全球智能手机均价快速下跌的情况下,苹果推出了成本更高的新机型;第二,苹果手机的出货在美国和中国均有涨幅,而美国的手机市场已经饱和,中国市场上,苹果又面临很多低价品牌的竞争。

三星曾经以机海战术打入Android手机第一阵营,但是,近年来三星面临来自中小厂商的严重打击,而在iPhone推出大屏手机后,三星原本的卖点也失去了竞争力。三星曾表示,将精简产品,砍掉大约25%~30%的产品线,削减成本,以在中低端机领域和那些擅长控制手机价格的厂商对决。

180亿美元是苹果在第一财季里的净利润收入,同比增长了38%,这创下了该公司有史以来的

单季度创新高纪录。对于利润的暴增,有专家解读为苹果将16GB版作为入门级机型的策略起到了效果。

分析师布莱恩·克莱罗指出,苹果采取了一种很有趣的内存战术,16GB版无法提供足够的应用、照片、视频和操作系统存储空间,而对用户来说,多花100美元来换取64GB而非32GB内存,显然更具吸引力。“我们认为,苹果在吸引用户升级内存方面大获成功,当用户花钱购买更大内存时,就给苹果带来了更高的利润率,这对其净利润来说是很有利的。”

再来看看180亿美元的利润意味着什么。先拿三星来比,苹果的净利润达到了三星电子的3.7倍。实际上,净利润一直就不是三星电子的强项,不知道当销量被苹果追上后,三星是一个什么样的心态。

再看其他科技巨头,苹果利润是微软的3倍多,是谷歌的3.7倍多,是亚马逊的近90倍,这三家科技巨头的净利润总和都比不过苹果。而拿国内巨头华为相比,苹果单季度的净利润比华为消费者业务2014年全年122亿美元的收入还要高。可见,苹果依然是手机行业里最为赚钱的公司。

第一财季里,大中华区成为苹果营收增长最

快的地区,其营收为161.44亿美元,同比增长70%。

Canalys最新数据显示,苹果在去年四季度首次成为中国智能手机销量最高的公司,抢走了三星长期霸占的老大位置。

中国市场如此给力,证明库克频繁访华(拜会政府部门、运营商高管),为新品助阵的努力,并没有白费。虽然三星在全球市场上还略胜一筹,但在中国市场已被苹果抢得先机,预计库克今后来中国的走动还会更常态化。

去年,苹果与中国移动达成合作,这一合作也令苹果更加融入市场主流。要知道,苹果为了达到中国移动的技术标准做出了长时间的努力,并最终取得了回报。不仅如此,为了对中国消费者产生特殊的吸引力,苹果还做了其他方面的努力,中国消费者尤其钟爱大屏手机,苹果因此迎合其口味,推出了5.5英寸的iPhone 6 Plus。

相比之下,三星在中国市场的份额却快速流失,三星的机海战术在一定程度上稀释了其高端的形象,有些人认为,这一做法造成了产品质量和消费者服务水平的下降。

(北商)