

做手机
做手机
做手机

做手

手机

机

做手机

我们都要做手机

小米五岁了,中国智能手机市场又杀来一拨又一拨新人。他们被外界看作是门外汉、搅局者,在这个极度竞争、多少巨头折戟沉沙的智能手机市场,他们介入这个红海,为了什么?每个新入场者身处的行业不同,给出的理由也不同。

本报记者 王赟

愚人节,做手机不是玩笑

在商业气味弥漫的穹顶之下,4月1日愚人节,商家的玩笑变得有技术含量。“韩都首次跨界合作-iPhone发布”——韩都衣舍CEO赵迎光4月1日在其微博微信上发出的这则海报消息,更像是一个探测气球。

目前还处在概念中的“韩都款”手机喊出的口号是“做追求时尚潮流人士的贴身智能助手”。在韩都的构想中,这样一款手机带着明显的“韩都基因”——它不再像传统手机一样只是一个“没有感情”的电子设备,它可以解决服装搭配问题,在对个人的服装风格智能分析后进行专属推送,且能定制由自己日常穿搭风格智能排版编辑而成的时尚电子杂志,海报上的手机图片亦是“炫彩女性风”……

手机圈有这么好混吗?韩都的“探测气球”自有其商业逻辑:有一定规模用户基础的企业也可以做自己的手机,有那么一群潜在消费群,然后为其定制产品。这些推理对号称互联网女装第一品牌的韩都衣舍而言“合情合理”,外界猜测“做手机”会是韩都的又一个动作。

面对外界揣测,赵迎光笑了,“这确实是个有思考的玩笑,韩都首先是把衣服做好,手机,将来一定是一个多样终端。现在找一家硬件厂商合作不难,但贴个牌就能大卖吗?投入是巨大的,为什么一定要做手机呢?这个有思考的玩笑可以是一个软件。”

但愚人节这天,并不是所有人都在开手机的玩笑。

4月1日下午,乐视董事长贾跃亭的一条微博邀请函再次引起外界的关注。邀请函主题为“From 1984 to 2015”,地点在北京原五棵松体育馆,时间为4月14日下午14:00点。这条微博显示发自“乐视超级手机1”,这也为几天来媒体的猜测揭开了谜底:乐视超级手机发布已经进入倒计时。

4月1日这一天,国产手机队伍又多了一个名叫“葫芦”的“新人”,葫芦科技是由大唐电信新成立的子公司。葫芦科技在北京召开媒体见面会,大唐电信副总裁、葫芦科技CEO杨勇对外公布,今年年内将推出第一款“葫芦手机”。

公开资料显示,葫芦科技天使投资来

自大唐电信,去年已经完成A轮3050万人民币融资,北京文投基金领投、湾流资本跟投,目前大唐电信仍然是第一大股东。

给“做手机”一个理由:

关注特定群体

杨勇做手机的想法与韩都手机玩笑中的感情提法相似,“产品将围绕如何维系感情需求,回归到手机,是为了沟通感情的初衷价值。”

韩庚在国内大红大紫之时,专门为韩庚粉丝量身打造的“庚phone”手机就是杨勇的作品,随后又推出了面向国安球迷的“御Phone”手机,这便是大唐电信2013年启动的FansPhone项目,葫芦科技团队主要成员来自于此。事实上,大唐电信此前的终端部门也做过手机业务尝试,但并不成功。

“在传统的终端定义和模式下,发展空间有限,需要针对细分用户需求、结合云和移动互联网发展特征。”在杨勇的构想中,甚至可以为中国规模庞大的货车司机群体打造属于他们的手机,“我们跟踪调查发现,这类群体对智能手机有需求,但现在的智能手机远远满足不了他们的需求。”

关注特定群体的具体需求,这是杨勇做手机的要义。

“第一批上市手机定位为情侣的深度订制手机,注重为情侣用户做出更多软件和硬件上的订制,还会同步上线网络剧《一千零一个爱情故事》。一年结婚的人1300万对,假设25岁结婚,18岁谈恋爱,18岁到25岁有8年,8乘以1300万对,两到三个亿情侣的市场,年轻人,特别有激情的,冲动消费的,再往后结婚的更多,如果以这个来算这个市场是足够大的。后续将涉足教育、医疗、民政、统战、体育等领域,不同群体定位的手机还可以交叉订制,兼具多种特征。”

杨勇还特别强调是“订制”而非“定制”,“智能手机有1.0时代、2.0时代和3.0时代,1.0时代关键词是配置,主打性价比;2.0时代关键词是功能,主打软硬件体验;3.0时代关键词是服务,和前两个时代的大批量工业制造不一样,主打小批量订制,1.0和2.0追求的是出货量、份额和大批量工业订制。一定会造成整个的批量生产对细分市场用户体验的忽略,这是由于工业定制的生产线和工业链决定的结果,一定是这样。”

中国式“做手机”: 从任性到疯狂

最近说起做手机,最让人关注的便是格力老板董明珠的格力手机了。家电行业资深观察人士刘步尘对格力做手机的态度十分明确:“很大程度上,这是董明珠个人的任性之举。”

“格力做手机,分分钟超过你小米。”这是一年前,董明珠对雷军说的话。

近期,格力样机在网上曝光后,相关参数也公布于众。格力手机用的是高通处理器,摄像头是欧菲光的,前置摄像头500万像素,后置摄像头1300万像素,由卓翼代工,龙旗设计。

在博鳌论坛上,董明珠表示,格力从两年前就已经开始着手手机业务,不过,她始终没有刻意强调格力手机的技术含量。本报记者注意到,博鳌论坛上,董明珠手中拿的那个5英寸屏幕的手机,并不是传说中的格力手机。

“进入手机领域的市场门槛很低,一般贴牌、加个logo就可以卖了。但是手机的产业链非常完整,做得好非常困难。”手机中国联盟秘书长王艳辉的分析很实在,“一个空调今天卖不出去,明天还可以卖,今年卖不出去,明年依旧可以卖。但是手机这个月卖不出去,下个月就没人买了。”

不过,董明珠的任性也敌不过李阳的疯狂。

创造疯狂英语的李阳在刚过去的3月四处散播李阳牌“疯狂手机”。按照李阳的说法,这款手机“一年只充三次电;可以学英语;还可以当作强光手电筒、充电宝、汽车行驶记录仪,关键时刻还可防身”,以至于有网友惊呼,这岂不是老人机中的战斗机,计算机中的学习机,手电筒中的防狼器?

去年,相声演员王自健宣称进军手机业也曾引起热议。据说这款手机由HTC代工,但至今还没人看到是啥模样。

随便什么人都想做智能手机,是一种病,得治。

BAT不会做手机

奇虎360真的会做

话说同样是英语老师出身的罗永浩,因情怀而生、一直被口水战浸润的锤子手机最近有了新动静。

也是在3月,罗永浩与苏宁云商董事

长张近东会面,谈了手机合作事宜。据透露,张近东年初春都会规划,明确提到要充分运用大数据挖掘,通过C2B模式,打造百万级单品,而且苏宁可能伸手锤子C轮融资。

投资锤子手机将是苏宁与阿里、京东挑战的一个重要筹码。细想苏宁近年来所做的一切,就是想快速融入到整个社会销售大体系中,极力淡化身上的“电器”色彩,但进化之路走得异常蹒跚。

王艳辉透露,去年阿里一度想推出自己的手机品牌,不仅建了团队,手机也做出成品,但是在发布会的前一个月,宣布取消这项业务。

这已不是阿里第一次尝试进军手机业。后来阿里选择投资魅族。“BAT做手机很小心,他们会投资一些公司,但是不会自己去玩。至少目前来看,不会。”

不仅仅是BAT不会做手机,电子行业分析师潘九堂认为,未来不会有太多人进入这个市场,“未来可能会有各种借势炒作,但真正像奇虎360这样做手机的,微乎其微。”

同样还是在3月,360用户特供机官方微博“复活”了,查阅了360用户特供机的微博主页,发现其发布的最后第二条微博是在三个月前的2014年12月18日,内容是转发了兄弟微博“360手机助手”关于“AK47,你们还好吗?”的互动话题。

3个月前,周鸿祎刚刚宣布投资酷派并成立合资公司,双方将以互联网为主要渠道,聚焦于移动智能设备的打造,共同推出360自有品牌的新手机。早在2012年,周鸿祎就推360特供机,学生机夏新N820、海尔超级旗舰……后来,后来,一直就到了现在。

在“互联网+”时代,手机已经成为新的操作入口和媒介,未来的10年里,是“智能手机+”时代,互联网起家的奇虎360的市场有被BAT和智能手机厂商分割的危险,“如果每台手机都会装安全类App,不仅消费者不一定装360,自有系统的手机也不让你装。”王艳辉认为,互联网公司的不确定感来自企业自身,他们很多原本都是为PC服务的,但移动互联网来了之后,如果不做手机,必须依附其他载体,随之而来的就是生存空间变小。

记者从360了解到,目前可以确定的是,360新手机将搭载独立的360操作系统,但上市时间还暂未确定。

相关报道详见B02版