

# 智能手机链条上的掘金者

从12日到16日,接踵而至的联想、新浪开发者大会在北京举行,以及今年以来达10余场的各类移动互联网开发者集会,将开放平台和应用程序开发者这一对代表未来互联网发展方向的对档,推到了一个“元年”的高度。开发者们都寄希望于从移动互联网的上游产业中掘金。

从今年9月26日开售,iPhone 4惊艳亮相引来广大苹果粉丝的疯狂追逐,创造了数码市场上囤积居奇的奇迹。而由于苹果销售区域差异化的“饥渴营销”,iPhone4被爆炒的背后,一批苹果产业链的“寄生者”掺杂其中,形成一条地下供货渠道。

## 上游篇——

### 开发者的“春天”

本报记者 崔滨 北京报道

#### 草根开发者

12日的联想移动互联网应用开发者大会上,联想CEO杨元庆与千余名智能手机应用程序开发者分享了他的“八卦”：“我等飞机的时候最喜欢用手机玩斗地主,都从‘包身工’打到‘地主’了。”

就在今年,“开发者”一下成了炙手可热的“名词”。就算你没有见过他们,想必你也体验或者听说过在手机、平板电脑上查地图、收邮件、看视频、玩游戏、织围巾的乐趣。没错,这些植入人们生活的应用程序,都来自于创意十足的开发者。

给这些开发者提供舞台的,是诸如苹果app store,联想乐家园之类的平台。而根据下载、使用中的付费、广告推广情况,开发者就可以从应用平台运营方获得相应的利益分成。这种全新的产业模式,使得李开复16日在新浪微博

开发者大会上感慨,“中国开发者的历史机遇来了。”

根据联想首席技术官贺志强的调查,中国开发者中约四成是训练有素的软件工程师,但记者接触到的,更多是热爱时尚和生活的业余爱好者。比如16日的新浪微博开发者大会上,向记者侃侃而谈自己开发的微博客户端产品的吴莹,就是个大三学生。

今年4月份,她凭借兴趣爱好开发了一款名为Wing微博客户端的产品。目前,该产品已成为新浪微博上最热门的应用,占据新浪微博平台客户端下载量第一、总下载量第三的位置。

“我刚开始只是想看看能否开发一款客户端,不用每天刷网页这么麻烦。于是,自己就去找一些书籍来看,学习如何开发客户端产品。”吴莹说,“没想到后来能吸引

这么多的用户。”

这次无心插柳的开发也改变了吴莹的职业思路。吴莹告诉记者,原先只想如何做好一名程序员,但现在发现,不一定要开发高科技、最炫酷的产品才算是成功,如果能开发出用户真正接受、喜欢的应用产品,就很了不起。

尽管没有确切的官方机构统计开发者的数量,但数万甚至十几万的开发者数量已成为业界的共识。

数据显示,国内目前超过4.2亿网民中,用手机上网的人数已经达到了2.77亿。“基于手机、平板电脑的移动互联网应用是10倍于PC的市场。”尽管已经是传统电脑市场的全球第四,但联想集团CEO杨元庆还是把更多的精力放在乐phone和明年推出的乐pad上。

#### 付费?没这个习惯

16日下午1点半,新浪微博开发者大会进入论坛讨论环节,但包括台上演讲嘉宾在内的众多参会者,都在低头摆弄着自己的手机,或浏览股市午后开盘后的走势,或用自己的微博直播着自己的心情。如果说10年前的电脑时代是“鼠标主宰”,那么今天则真的是“拇指为王”。

2007年,苹果iPhone和谷歌Android的相继发布,揭开了移动互联网时代的序幕。随着智能手机应用的范围不断深入,到了2010年,“备战应用元年”已经成为众多互联网公司 and 手

机制造商的口号。

为了吸引开发者向用户提供各类应用程序,“开放平台”成为这个“元年”中的头等大事。其中既有苹果app store,联想乐家园等设备制造商的身影,也有联通沃商店、移动MM商场涉足。

除了技术层面上的混乱,如何从应用程序开发中得到收益则让开发者们陷入“更深的迷惘”。虽然说起“愤怒的小鸟”1年获利500万美元的故事,每个开发者都眼睛发亮仿佛自己就是下一个成功者。但一年多以来,别说没有诞生中国的“小鸟”,就

连李开复集万千宠爱的创新工厂,也未能走出真正看到回报的开发者。

“在日本,大家都接受苹果的app store模式,付费下载应用程序;但在中国,一说要收费很多用户就觉得不合理。如何在中国取得盈利,还要我们继续摸索。”在12日的联想开发者大会上,中国人在互联网时代培养出的免费情结,来自日本的开发者中尾贵光头疼不已。

#### 改良或许是种路径

事实上,看到问题所在的中国企业们已经行动起来,包括联通、移动、联想、新浪等应用平台,不约而同地将与开发者的分成比例定在了3:7,将70%的大头留给开发者。同时,12日,联想集团推出首批1亿元规模的“乐基金”,专向扶持基于乐phone的移动互联网应用开发团队者。16日,新浪联合5家风投也启动了第一期2亿元规模的微博应用者开发基金。

对于如何寻找中国开发者的盈利模式,新浪副总裁、微博事业部总经理彭少彬16日告诉记者,“互联网的盈利模式无非那么几种,广告、增值服务、游戏以及电子商务等。我们希望在广告支付和应用增

值服务两方面探索,帮助开发者实现盈利。”

但是在移动互联网应用开发企业掌上行商的总经理张国防看来,在讨论盈利模式之前,最重要的还是了解用户需求、抓住用户,“只有你的应用形成规模,才有基础讨论收费增值或广告分成的事情。”

目前中国用户需要的是什么样的应用呢?在许多年轻的开发者看来,最能吸引用户的当数“植物大战僵尸”、“愤怒的小鸟”这样的“杀手级”应用,但红杉资本中国合伙人沈南鹏告诉记者,目前国内外移动互联网应用最需要的,是搜索、分析管理等能对日常生活带来帮助的工具型应用。

在IT界浸淫多年的李开复也认为,像苹果、微软和谷歌所创造的革命性创新,在整个IT历史上都是可遇不可求的。中国开发者没有足够的资金和人力支持“无中生有”的创新,从事既有产品的改良,使其更富中国人的使用习惯,也许更符合实际也更容易市场化。

## 下游篇——

### iPhone的“寄生者”们

本报见习记者 张鹏飞

#### 供货渠道五花八门

“现在买iPhone4,可以拿到货了,港版和行货都有。”在济南赛博数码广场,张涛是众多iPhone4手机卖家中的一员。记者只是在赛博二楼转了一圈,就发现有不下10家铺位在售卖iPhone4。此前iPhone4一机难求的局面已悄然消失。

在另一家苹果产品专卖店,一名销售人员正在给刚到的iPhone4买主推荐一个外壳保护套。记者凑上前去问道:“现在iPhone4多少钱?”“港版的没32G的,16G的5700元,行货16G的5900元,32G的6650元。”销售人员随口报出了行情。

“能便宜点吗?”记者问。“价格没得商量,能拿到货就不错了。”销售人员表示,现在虽然仓库有供应,但是货源还是很紧。“货少,价格当

然高。”

记者随后又在山东通讯城和百脑汇等数码广场进行实地探访,发现iPhone4港版均有供应,价格都在5700元左右,仅比行货价格稍低100元-200元。

“港版iPhone4是无锁版,其水货大量上市后,价格便有所回落。”山东通讯城的手机经销商小宋告诉记者,此前的水货价格“高得有点离谱”,但是现在价格仍然很稳健,短时间内看不到大幅降价的迹象。

赛博数码的手机卖家李燕也表示,“降价是不可能的。很简单的道理,价格跟供货量有关系,有货价格就低,没货价格就高。而大多数情况iPhone4都处于没货的状态,货很少,价格能下来吗?”

#### 配件利润更诱人

随着iPhone4在国内的疯狂大卖,各种基于iPhone4的配件产品也跟着火爆。小到耳机、充电器、各种保护膜,大到彩壳保护套、支架、配套音箱等,围绕着苹果iPhone4,已经形成一条庞大的配件产业链。

“其实在整个通讯城,做iPhone手机的比较少,做配件的反而比较多,因为配件不比手机赚钱少。”山东通讯城的小宋告诉记者。他跟记者说,“一般一部手机的利润也就是在200-400块钱,而小的配件几十块钱进货,卖到好几百,利润高自然做配件的就很多。”

记者在一家

苹果产品经销商处看到,手机展柜里除了摆放着几个iPhone4包装盒外,其余大部分都是iPhone4的周边配件产品。“在这里购买iPhone4的用户,大都会为其再选购一个保护套和贴膜。”老板告诉记者,购买iPhone4的用户不会在乎配件的费用。

记者了解到,iPhone4保护套的材质有很多,包括硅胶套、金属彩壳盒以及皮套,一般售价在200元到500元不等。老板告诉记者,用iPhone4的客户大多追求时尚和潮流,很多顾客时常会换手机更换保护套,“跟换衣服一样,他们总是想把手中的iPhone4打扮漂亮,展示他们的个性。”

除了电子市场外,iPhone4配件产品的网上市场也很火爆。记者在淘宝上搜索“iPhone4配件”,出售相关产品的店铺有近600家。随机进入一家网店看到,一款热销的黑色皮套在一个月就卖出近百个。

记者在赛博数码广场的苹果产品卖家处还了解到,“虽然移动和联通的卡都可以用,但是用移动的SIM卡上不了3G网。”多家经销商表示,“移动用户可以提供剪卡服务,让SIM卡在iPhone4中正常使用,只是用不了3G服务。”

