

行情推荐

口袋里的较量:

互联网巨头开抢手机高地

根据中国互联网络信息中心最新报告,截至2012年6月底,中国手机网民规模首次超越台式电脑用户,达到3.88亿,手机网民比例上升到72.2%。整个互联网从PC端向手机端迁移的不可逆转的历史大趋势,让手机瞬间成为各大互联网巨头必须争夺的战略高地。

小米

产品力:在“小三大战”中品质遭质疑,从介入时间、出货量、竞争压力来看,业内估计品质已相对稳定,同时有米聊等软件支撑。

价格力:小米一开始1999的战略优势已经被后来群狼更狠的价格撕咬而成为劣势,但小米的巨额融资让其有底气打价格战。

渠道力:手握电信运营商的成熟线下渠道+“小米之家”,及“小米+凡客等雷军系+盟友”的线上渠道。

推销力:短短2年便打造了“小米粉丝经济”,这个记录目前有待打破。

360

产品力:在互联网服务方面,周鸿祎对中国普通用户的理解和产品功力业界公认。

价格力:目前999元系列是具备优势的,通过弹窗节省的巨额营销费能够为产品让利。

渠道力:奇虎本身有极其强势的360卫士,弹窗卖手机也是一大创举。

推销力:论互联网口水战,360如自认第二,无人敢称第一,但是卖手机拼的不只是线上。

百度

产品力:目前看百度手机只是与戴尔等伙伴的浅层定制,内置了百度的云服务。

价格力:百度有足够的现金可以砸向手机,但多年来“保证90%的资源投给搜索”的习惯让赌本大打折扣。

渠道力:作为流量之王,百度只需在首页推送或者用户搜索手机时导入结果,便可获得惊人的效果。

推销力:如同百度的基因一般稳健。

阿里巴巴

产品力:与天宇合作的“阿里云手机”反响一般,但其豪赌的阿里OS如果与支付宝淘宝等强势应用深度打通则威力极其惊人。

价格力:目前阿里集团本身正筹措巨资回购股份,豪赌手机的资金受到一定限制。

渠道力:淘宝本身的用户量便不容小觑。

推销力:多年来打造过中国公关标杆案例的阿里营销团队,一旦配上好产品足以呼风唤雨。

盛大

产品力:盛大一直缺乏强势产品基因,盒子和电子书便是例子,但盛大内容链足够庞大。

价格力:盛大也正在私有化,能向手机砸多少钱委实不好说,就看为“网络迪斯尼”的手机之路能砸多少了。

渠道力:有盛大系的线上覆盖及地推队伍。

推销力:盛大还需要证明自己在硬件推广中的能力。



网易

产品力:网易的产品基因和多达25款APP让人略微高看一线。

价格力:丁磊已宣称售价将低于一千元。

渠道力:网易邮箱及APP集群具备相当强大的推送能力。

推销力:从门户、网游到APP,丁磊营销不弱于人。

腾讯

产品力:不做硬件做软件。同时微信是迄今为止唯一真正在手机上站稳脚跟的产品。

价格力:企鹅雄踞中国互联网网头把交椅多年,以其体量打得起价格战。

渠道力:腾讯产品对用户的垄断性占有让所有人深感忌惮,连中国移动都畏惧三分。

推销力:因为有无与伦比的渠道,推销不算特别重要。

搜狗(搜狐)

产品力:目前安卓手机上搜狗输入法仅次于微信、微博排在第三;“号码通”的通讯管理、搜狗地图的位置服务、及“有制空权”的秘密新产品都极具潜力。

价格力:“专注做好软件和服务,不打价格战。”

渠道力:搜狗输入法是中国第三大客户端,搜狗搜索流量排在第二,搜狗高速浏览器用户数突破1.1亿。

推销力:业界认为搜狗的营销执行力稳中上涨。

新浪

产品力:无人否认新浪微博已成气候,特别是占据了大量移动互联网的碎片时间。

价格力:目前最大的问题是微博商业化进展缓慢。

渠道力:门户+微博足以成为有效通路。至于麦考林就算了。

推销力:作为媒体门户和微博平台,新浪的推销能力无需怀疑。

科技前沿

模仿动力学

诺基亚推出不倒翁手机



诺基亚手机推出了一款结合动力学理念的手机,它整个机身可以自己支撑“站立”起来,所以它命名为诺基亚不倒翁手机。这是一款概念手机,所以我们明白这是一部还不是很现实的手机,但是,它代表了我们的追求。

英国设计师Jeremy Hopkins为我们展示了诺基亚Kinetic(诺基亚不倒翁手机),它采用了动力学设计,机身背部下方有一个很大的凸起可用来装电池,这个凸起还会将其他部件集中到该部分,以保证整个手机的重心转移至手机下方,那么手机在平放时就可以保持平衡状态,像不倒翁一样可以水平横置。

视听墨镜



哇,这也是手机?从外形上看,这款手机就是一款流行的墨镜。这款手机如果能生产出来,估计会成为追求炫酷的年轻人最佳选择了,但是价格肯定也不会便宜。

在墨镜的左边有一个橡胶式的东西,应该是耳塞式的耳机。在手机右侧还有一个外置的金属天线,设计的倒是很全面呢!但是手机键盘呢?又是一款没有键盘的手机。不过这么先进的手机,是不是可以想到谁就能自动拨打谁的电话呢?

一周资讯

iPhone 5/iPad mini

发布时间曝光

看来苹果已经做好了准备。近日美国媒体再次传出消息称,他们将会在今年的秋季新品发布会上带来新一代iPhone、iPad mini以及iPod系列。

消息称,苹果已经将新一代iPhone、iPad mini以及iPod系列新品发布会的日期定在了9月12日,或许9月12日苹果真的要带来新一代iPhone手机,因为之前美国和法国苹果零售店的高层人士均爆料称,iPhone 5正由富士康小范围量产中,而它将会在9月21日正式开卖。

从目前的传闻来看,新一代iPhone将会配备4寸屏幕,除了拥有1GB RAM和超大容量电池外,它还具备nano-SIM卡和19针Dock接口,同时搭载了A6四核处理器。

二季度三星智能机

出货量为iPhone两倍

调研公司Juniper Research最新数据显示,今年第二季度,三星智能手机出货量达到了苹果的近2倍,即今年第二季度三星智能手机出货量为5200万部,而苹果iPhone出货量仅为2600万部。

RIM第二季度智能手机出货量为740万部,诺基亚为1020万部。Juniper Research分析师丹尼尔·阿什道恩(Daniel Ashdown)称:“索尼应该做得更好,与三星一样,索尼拥有全球品牌,以及Xperia(网购最低价1289.0元)品牌,只是当前的营销和产品还令人失望。”

果粉俱乐部

减震利器:

手机拍照再不发抖



许多摄影爱好者在拍摄很专业的照片时会使用三脚架来稳定相机,以减小相机的抖动。手机拍摄那就更容易产生抖动了,重量轻,而且体积小。所以在拍摄时难免会产品抖动。现在就有国外某硬件供应商决定生产类似斯坦尼康那样的减震器。这款减震器直接针对的则是目前最流行的iPhone。

这个减震器从图中看着好像挺大,其实并不大,完全可以装在口袋中。设计者称,这个设备与iPhone相比增加了5%的长度,15%的宽度以及55%的厚度,重量约增加了1/3。

摄像助手:

手机拍摄更稳定



这家伙采用阳极氧化铝外壳,整合了一个外接的镜头和一个可自由转动的麦克风。里面包含一个硅胶保护套,标准的37mm镜头螺纹,以及一个0.45的广角/低倍微距镜头,4个脚上都留有螺孔确保可以在需要的时候安装在三脚架上。

使得拍摄更加的稳定,改进了录像和拍照质量。手持式拍摄设备的实用性远远超过期望值,配备有27mm标准镜头环,需要的话还可以再外接镜头。把iPhone装在上面就能用!

实用软件

为中国队加油 手机奥运精品应用推荐

Olympic Game Results

应用提供了最详细的比赛日程,用户可以很方便地知道在哪个时段会有哪几场比赛,或是已结束比赛的详细结果。应用在这里为你设计了提醒功能,只要在要看的比赛前点亮闹铃图标,应用就会在比赛开始时闹铃提醒。

当然,很多人看奥运是很有针对性的,Olympic Game Results同样可以满足这个需要。在Sports里有本届奥运会的所有项目,用户可以关注任何自己感兴趣的体育项目。此外还提供了大量的相关新闻、图片甚至视频信息。

London 2012

London 2012是奥运会唯一指定的手机游戏,到不了现场咱就在那里过瘾吧。

不同于一般的运动游戏,这款游戏还有类似于经营的元素。首次进入游戏,我们需要创建一个新的运动队,我们可以为其选择性别、外貌、国家和核心优势,比如力量型或是速度型,最后再起个名字就完成创建了。

最后,这款游戏还支持联网互动,在注册后就可以看到排名等情况,还能添加好友。此外,只有注册了才能开启成就系统,因此建议大家试一试。

新品评测

保时捷定制奢华机

黑莓P9981



黑莓P9981是RIM与保时捷联手推出的一款时尚奢华智能机。这款手机虽然采用了黑莓手机传统的造型,但是机身线条更加刚毅。水晶触屏与手工皮质后盖的采用使得手机更显档次。目前这款手机售价高达12900元。

黑莓P9981延续了其一贯的商务风格,整体机身依旧采用了全键盘直板造型,手机四周棱角分明,线条流畅,看起来极富动感。机身正面配备了一块2.8英寸电容触控屏,分辨率为640×480像素,显示效果极为清晰。其背部内置了一枚500万像素摄像头,完全可以满足日常拍照需求。

硬件配置方面,P9981在众多黑莓手机当中也属于佼佼者,机身搭载了一颗主频为1.2GHz的处理器,8GB ROM+1GB RAM的内存组合有效地保障了手机的流畅运行。系统方面,该机采用了最新的BlackBerry OS 7操作系统,界面极为华丽。