2007年IT通讯盘点系列报道手机篇

音乐、照相、游戏……

指尖生活,一切皆有可能

时光飞逝,已经过去的2007年是手机通讯业发展迅猛的一年。

在这一年里,手机从外观到功能都越发成熟、完善,个性化的市场定位日趋明显。外观样式上,直板和滑盖开始占据主流,轻薄的机身成为各大品牌热衷的卖点,音乐功能完全取代MP3播放器,而拍照功能则日益朝高像素发展,几大知名品牌推出的主力机型已经上升到500万像素的配置。此外,伴随着手机通讯业的发展,黑手机的横行、环保手机概念的倡导等,也让我们对2007年手机业有了更加深刻的认识。

市场篇

2007年全国手机用户达5.2亿

“盘点2007年手机通讯业,最明显的变化就是手机的普及趋势更加明显了。”一位手机通讯业专家表示,回想多年前,仅极少数人拥有的阔绰“大哥大”,到目前全国有1/3强的人拥有手机的高普及率,手机已成为IT通讯行业最普及、最大众性的产品代表。来自信息产业部的数据统计,2006年底,全国手机用户数超过4.6亿部,2007年的手机用户数已达到5.2亿部左右。

“目前约有超过1.3亿中国用户在使用诺基亚的手机,2007年诺基亚在大中国地区共推出超过30款手机产品。”诺基亚全球副总裁邓元□日前向记者透露,截至第三季度诺基亚已在中国售出了5050万部手机,同比去年增长了38%。除了诺基亚作为全球第一大手机品牌在2007年收获颇丰外,摩托罗拉、三星、LG、联想、PHILIPS等品牌也均在2007年销售呈现了明显的增长趋势,其中一重要因素就是得益于其巨大的潜在消费能力。

一位设想家曾作了这样的假设,在未来若全国每一位公民都拥有一部手机,届时手机作为传递信息的第一工具,就像每人拥有的一身份ID一样,可以彻底取代任何一种通讯方式,同时,也将会成为最直接、最便捷的上网工具。

此外,据市场研究机构赛诺公布的统计数据显示,2007年国内手机市场增长率最高的品牌依然是诺基亚,从去年同期的32.99%提升至37.41%;排在次席的则是三星,市场份额由8.23%上升到12.4%。另据悉,目前以联想为首的国产手机市场份额约为31%,比去年同期增长了3个百分点。

趋势篇

占据80%份额 直板和滑盖2007年成主流

手机的造型经过多年的发展,已经形成了直板、滑盖、折叠三分天下的局面。在2007年,直板和滑盖造型几乎占据了市场上近80%的份额。在诺基亚07年推出的30款新品手机中,直板和滑盖机型就占据到了85%左右的比例。诺基亚方面表示,形成这一现状的主要因素就是调查后消费者的实际喜好。

在三大造型中,直板手机一直拔得头筹,但在2007年曾一时风头无两的折叠造型最终被后起之秀的滑盖全面超越。由于消费者对滑盖手机的喜爱,滑盖手机成为了今年诸多厂商们设计的重点。滑盖手机的市场份额也一举超过了翻盖成为仅次于直板手机的设计。许多业内人士表示,如果要评选2007年的滑盖机王,却无人敢与诺基亚的N95叫板,无论是性能还是造型,N95无疑都是2007年最具风头的明星人物。

与此同时,我们看到伴随着滑盖产品的推广,超薄概念总是如影随形。只是产品越做越薄的同时,对于生产工艺的要求也越来越高,出现质量问题的几率便要随之上升。

多媒体更多样 智能化更突出

在2007年,随着消费者对手机多媒体功能的不断提高,各大手机厂商也在寻求着改变,无论从造型还是功能上都有了很大的改观。前卫的机身设计、搭配时尚的音乐等多媒体功能让诸多手机品牌焕发出了青春的活力。

虽然音乐手机这个名词直到2005年末才被人们所熟悉,但其却已迅雷不及掩耳之势席卷整个手机市场,成为主宰整个市场的中坚力量。我们看看2007年推出的多款新品手机,诺基亚的5系列、摩托的新机Z6、索爱的Walkman系列等,无一不与音乐多媒体挂钩,随身携带一款音乐手机俨然成为了许多年轻、时尚人士的首选。

“作为手机行业变革中的产物,音乐手机所具有的音乐功能已可以完全取代MP3播放器。”业内人士表示,2007年音乐手机的发展,不但预示了手机已全面进军低端音乐随身听领域,而且还证明了手机集成多媒体功能是大势所趋。

此外,我们再以联想最近已发布的新品“乐”系列为例,14款新品“乐”手机涵盖了影像、音乐、GPS、数字电视四大品类。充分展示了联想手机在专业多媒体娱乐领域的野心与志向,也充分考虑了不同人群的多媒体娱乐需求。

拍摄像素达500万 手机拍摄能力更突出

在整个2007年中,还特别值得一提的,就是500万像素拍照手机的诞生。年初,先是全球最知名品牌诺基亚发布了N95,其500万像素的高拍摄能力,给诸多消费者带来了强大的震撼。

与去年上半年市场上500万像素拍照手机寥寥无几相比,下半年500万像素拍照手机的阵营扩张的事态则更加明显。诺基亚在发布了N95之后,又接连推出了N95 8GB版、N82,使得500万像素拍照手机的机型扩充到了3款;三星在沉寂了2年多之后(注:三星在2005年推出了一款500万像素CDMA手机,型号为M509),再次推出500万像素顶级拍照手机,除了顺理成章推出滑盖手机新旗舰G608以外,还震撼推出了支持3倍光学变焦功能的500万像素滑盖手机G800;而索尼爱立信似乎对自己Cyber-Shot拍照手机更是信心十足,欲靠推出的K850i、SO905iCS打天下;此外,另一个韩系手机主导品牌LG也没有闲着,继C960、KG928之后,又推出了KU990,超大的屏幕是这款手机区别于其他500万像素顶级拍照手机的一大亮点。

总体来看,诺基亚、三星、索尼爱立信、LG共同撑起了当前500万像素顶级拍照手机的大旗,也成为了2007年手机行业最明显的一个亮点。

热点篇

黑手机横行 给2007年手机业抹黑

与2007年手机的音乐功能、拍照功能等不断得到强化,给整个手机业带来一片欣欣向荣景象不同,黑手机的横行给2007年的手机业抹上了一层乌压压的色彩。以2007年大约2亿部的手机总量为例,黑手机大概占到了三成左右,这也就是说有总量大约六七千万部手机在充斥着市场。

分析一下部分黑手机的现状,NOKTA、Anycall、SunyErissom等别字模仿的黑手机,机型多为诺基亚、摩托罗拉、索尼爱立信的最新款式,不过其做工、材质、功能等细节与大品牌珍品有相当大的差距。这些黑手机都是未经入网许可,没有质量保证、电池安全性、辐射强度等可能危及人身的细节均未经检测的,对使用者来说,存在着极大的隐患。

“目前黑手机的销量已接近市场份额的30%-40%,如果任其泛滥,正规品牌手机的生存空间将受到严重威胁。”诺基亚华东区负责人徐路菁表示,黑手机横行于市,不仅严重扰乱了正常的市场竞争秩序,更加严重的是,严重危害着中国通信市场的健康发展,造成了国家每年数以十亿计的税收损失,并严重侵害了消费者的正当权益。

“绿箱子环保计划”推行 环保手机亮相2007

“据介绍,目前诺基亚生产的手机中,65%-80%的材料可以被利用。”在2007年,手机的环保性工程被再次向前推进,在这其中最值得一提的,莫过于年初全球第一大手机品牌诺基亚进一步扩展的三年的废弃手机及配件回收计划——“绿箱子环保计划”,诺基亚方面表示,已经打造了一个由500多个服务网点共同构建的手机回收网络,这些手机经回收后,将被有效地重新利用,全面减少对环境的影响。

除了诺基亚推出环保计划外,在新品手机的推出方面也可以将手机做得更加环保。比如近日诺基亚3110 Ev0lve环保手机的发布,就是让环保工作做得更加充分的重要表现。业内人士呼吁,在即将到来的08年,希望有更多的厂商加大并推进环保的进程。“让一个到处充满精彩手机的世界,不会因手机而影响到我们地球的健康。”

快报记者 徐勇