



9月5日,小米召开新品发布会,与米3和小米首款电视一同亮相的,还有谷歌前全球副总雨果·巴拉。此前,小米公司创始人、CEO雷军表示,雨果·巴拉将于10月加盟小米。新品发布、继腾讯阿里百度之后成为第四家估值超百亿美元的互联网公司,以及谷歌前全球副总加盟,一时间小米风光无限。这让以72亿美元卖掉手机业务的昔日巨头诺基亚更显落寞。

挖走谷歌副总,小米发布首款电视

估值百亿美元的逻辑背后,看国产丑小鸭们如何变身白天鹅

动态

小米发布新款手机和智能电视

9月5日,小米在北京召开新品发布会,搭载当下IT界最高端配置的米3售价1999元,小米第一款电视产品——47吋3D小米电视售价2999元。雷军表示,小米电视是定位于年轻人的第一台电视机,并且在操作体验上颠覆了传统电视机的用户交互方式,整个遥控器只有

11个按钮,能够实现盲操作。

而小米的新品发售总能吸引无数粉丝。8月12日,红米手机首轮抢购,预约用户达745万人,首批10万台红米手机在1分30秒内销售一空。

2013年上半年,小米营收就超过2012年全年的126亿,达到132.7亿人民币。

市场

国产手机的开山之路?

目前只在中国、香港和台湾销售的小米机到底有什么魔力,为什么能在成立3年内身价猛涨,并获得国际人才的青睐?

雷军说,小米的成功秘诀就是“粉丝经济”。在小米内部调研,不管是产品、技术、营销、运营,都把“米粉”当做第一原动力。

“小米是先有粉丝,后有产品,粉丝不仅是产品的消费者,而且是下一个新产品的制造者。同时,产品的超高性价比也为品牌培养了粉丝。”国内营销大师李光斗介绍,采取网上订购、“饥饿营销”的操作手

法,让产品受到了更高的关注度。

家电资深专家刘步尘认为,小米在智能手机快速成长时进入了这个领域;将购买力不强但追求时尚的年轻消费群体作为目标人群,与苹果错开细分市场;选择电商销售渠道,降低成本的同时,也迎合了年轻人的购买方式。

仔细观察发现,小米手机快速兴起在全球手机产业巨变的时代。手机终端智能化大潮将摩托罗拉、诺基亚等行业大佬迅速边缘化,取而代之的是苹果和一批新兴的国产手机品牌。

突破

与运营商的合作之旅

一份全球品牌手机厂商销售数据报告显示,今年第二季度三星仍以27%的市场份额稳居全球第一大手机厂商,诺基亚以15%的份额位列第二,苹果份额为7%,国产厂商中兴、华为、TCL、联想、宇龙酷派分列第五到第九名,小米以1%的市场份额斩获13名,超过摩托罗拉。

国内手机品牌能取得不错名次,业内人士杨肖鸣认为,除了产品本身优势,与市场上势头正盛的苹果、三星错开目标消费人群外,还有一个重要的因素,即有效地与运营商政策捆绑。

中兴、华为、酷派是国内最大的三大电信设备制造商,这就不难猜测为何他们会在运营商的定制机里拔得头筹。而运营商手里拥有10亿手机用户群,正是他们的主力消费人群。

宏图三胞湖南区负责人卞海

翔认为,手机品牌商与运营商捆绑,这样不仅降低了渠道铺设成本,同时节省了品牌宣传费用。虽然华为、中兴等品牌在运营商渠道铺设的产品线远远多于终端零售商,但苹果、三星等利润空间低,也让终端零售商乐意推广国产品牌。

而联想、TCL则凭借广泛的智能手机产品组合以及健全的销售渠道,使得他们在国内市场份额远远高于其他国产手机品牌。

值得一提的是,虽然OPPO、魅族、朵唯、金立等手机品牌没有入榜,但其在国内市场也占有一席之地。原因在于他们的定位和目标人群很清晰,同时铺天盖地的宣传,也让他们博出位。OPPO主打音乐手机、朵唯专注女性手机,魅族、金立走二三级市场渠道。

差异化定位和营销,让这些国产手机品牌找到了生存的土壤。



谷歌前全球副总裁Hugo Barra亮相小米年度发布会现场,将在今年10月份加入小米。

观察

创新,是互联网时代生存的法则

长沙新宝南商城二楼,做手机有10年的店主李老板介绍,店内主要销售三星和苹果的产品,其他品牌产品都很少。“诺基亚、摩托罗拉都快下架了。”

三十年河东三十年河西,这句话用来形容通讯品牌商们的处境恰到好处。9月3日,微软以72亿美元收购诺基亚手机业务。而摩托罗拉则早在2012年就被谷歌收购。两者落败的原因有种种,但绝对有一个是必定会提及的:缺乏创新。

从iPod到iPod Touch,从iPhone到iPhone 4s,从iPad到iPad4,苹果公司每一次产品升级,都大大提升了消费者的用户体验。即使在产品非常畅销的时候也依然推陈出新。这让苹果取代诺基亚成为全球通讯市场的老大。

不过,成也萧何败也萧何,iPhone 5在万众瞩目中发布,由于其换汤不换药,苹果的智能市场份额下降到三年来的最低水平。它的对手三星凭借大屏流行趋势快速上位。

曾经,诺基亚与摩托罗拉、爱立信并称为世界通信三巨头。如今手机行业的三个,不断更迭,从苹果、三星、HTC,到三星、诺基亚、苹果,只经历了短短2年时间。可以这样说,这个市场没有常胜将军,没有创新思维和创新能力,就会被市场遗忘,换句话说,就是谁能拿出让人惊艳的产品,谁就能坐上这个市场的头把交椅。就如苹果取代诺基亚,三星取代苹果,未来可能三星也会取代,谁说得定呢?一切皆有可能。

■三湘华声全媒体记者 杨迪

交行举办中小微企业金融服务专场信息发布会

8月30日下午,在第七届上海中小微企业金融服务洽谈会现场,作为上海金融联合会理事单位,交通银行举办了中小微企业金融服务专场信息发布会。会上,交行发布了最新中小微企业金融服务框架——通过融资服务、投资服务和资金管理服务等全面打造交通银行中小微企业财富管理品牌。

交行相关负责人表示,为切实解决中小微企业融资难题,该行在金融产品、金融工具和金融制度领域不断探索创新,形成了产品覆盖全面、科技手段先进的服务体系。尤其在融资服务领域,围绕商圈、供应

链和园区等中小微企业聚集领域,交行创新推出了一系列差异化和综合化的产品和服务方案,最大限度盘活企业自身资产,着力解决中小微企业融资难题,切实满足中小微企业融资需求。

近年来,交行设立了300多家直接为小企业客户提供各种金融服务的小企业专营机构。与此同时,持续创新,推出一系列小企业信贷产品。比如,将“创业一站通”打造成500万元小(微)企业专属产品,扩展试点范围,形成长三角、珠三角地区全覆盖;优化小企业“e贷在线”,实现1分钟快速申请贷款;上线

“小企业展业e贷”,实现小企业网银自助提款、还款;创新“科技支行”模式,在苏州、上海、北京等分行设立为科技型小微企业提供专属服务的科技支行。

据悉,今年上半年,交行成功发行100亿元金融债券,所募集资金将全部专项用于发放小微企业贷款。截至2013年6月末,交行中小微企业贷款余额达人民币12106.51亿元,较年初增长8.79%,增量占全部贷款增量的38.51%,余额占比较年初提高0.61个百分点。

■通讯员 蒋浩 三湘华声全媒体记者 肖志芳

经济信息

快男巅峰对决 苏宁全品出击战9月

——9月6日-9月15日苏宁全品类感恩出奇制胜

即将迎来巅峰对决的《快乐男声》激战正酣,苏宁作为其线下唯一战略合作伙伴,为响应此次《快乐男声》的巅峰对决,苏宁将在9月开启全品感恩,直击《快乐

男声》巅峰对决。全品出击 快男门票等你拿

《快乐男声》节目中展示的积极向上、追逐梦想的定位,与苏宁关注自身发展、关注用户体验、不

断提升服务含金量的品牌定位十分吻合。目前,苏宁在9月6日至9月15日将以“全品决战”为主线,推出苏宁变频空调、智能彩电、洗衣机、厨卫家装节等系列活动,挑战行业促销极限,秀出苏宁决战9月的态度。预存20倍翻、满千返百、大牌团购、价格直降等各类优惠方式将层出不穷。

据悉,“全品感恩”系列活动开

学特卖专场将对数码、相机、通讯等3C品类进行全线“放价”,全场低至6折,消费者来店即送170元现金抵用券;厨卫家装节将主推高性价比的厨电套餐,净水设备对折、海量特惠商品全线回馈;空调专场将主推变频节能空调,再掀节能风暴,合资1.25P变频空调仅售2999元;彩电方面主打全智能、超大屏的4K彩电,联合国内外顶级品牌推出专场团购、新品首

发、满千返200等活动;洗衣机节将采用满就返、买就送、买就加等优惠方式,保证商品的价格竞争力。

据苏宁相关负责人表示,即日起,来苏宁门店参与预存活动或@长沙苏宁官方微博参与互动,就有机会赢取2013快乐男声总决赛门票,更有机会获得2013快乐男声长沙见面会现场VIP特权,与你喜爱的快乐男声进行现场互动。