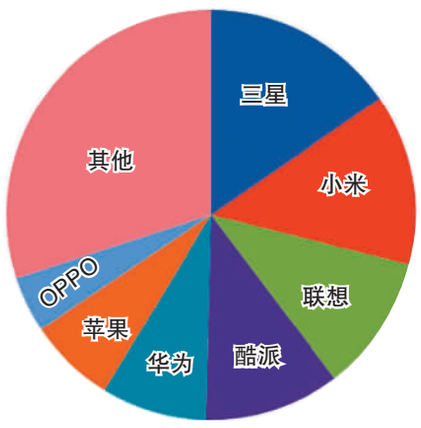
# 国产手机『逆袭』惊世界

刘少华 申孟哲 金晓萌

装潢时尚的会场中，背景是超大屏幕，中间站着魅力四射的公司负责人，手里拿着全球技术领先的手机，台下是热情高涨、不时欢呼的粉丝，发布会随时在视频网站微博上直播，“千呼万唤始出来”的新款手机一经发布就引来抢购潮……这些由苹果手机开创的传统，如今正在多家中国本土手机品牌身上上演。

曾经“山寨”的帽子正在被摘掉，取而代之的是物美价廉，标准向国际看齐的一批新国产手机。它们获得了口碑，也在赢得市场——今年第二季度，国内手机市场有近八成被国产手机占据。

从2G时代诺基亚的风行，到3G时代苹果专卖店门前的疯狂，到了4G时代，会是国产手机的风光无限吗？国产手机会趁机走向世界吗？




2014年第二季度中国手机市场份额
数据来源：易观国际

制图：金晓萌

## 自主技术 才有安全

申孟哲

技术从来都是一把双刃剑。

比如，社交网站在带给人们便利、解决用户需求的同时，也带来用户信息泄露、个人隐私“公之于众”的隐患；互联网在使地球越来越小、交流越来越容易的同时，也使面对面的交流变得越来越奢侈。

而手机，这个在十几年的时间中越来越小、越来越轻盈的物件，也深刻地改变了我们的生活。这个以前只能打电话、发短信的东西，突然间成了一部强大无比的终端，一切日常事务都可以在上面完成：社交沟通、上网、购物、出行、阅读、拍照，甚至是健身、科研……

双刃剑的刀锋指向“不便利”的时候，就会成为解决问题的利器；指向“信息安全”的时候，就会成为人们的隐忧。如果说“棱镜门”事件暴露的是国家事务上的“隐私”问题，那么手机一旦出现隐私泄露问题，指向的就不只是作为集合概念的抽象国家，而且指向我们每一个人。

今天的手机，带来了某种程度上的“异化”——一方面，它让我们10分钟不动手机就浑身不自在；另一方面，爆出“隐私门”的手机厂商，又像“上帝”一样知晓一切，读取我们的数据，获知我们的信息，在实现“精准推送”、“精准营销”的同时，也在技术上有了实现“精准监控”的可能。

个人不安全，可能带来国家的不安全。因此有学者呼吁，国家公职人员应该禁用有安全隐患的手机，一些敏锐的商家也看到了“加密手机”在国内的广阔前景。

但同时，这也折射出国内手机的痛处——经历了漫长的“代工年代”，我们的核心技术依然受制于人。没有芯片技术的厂家，受制于国际品牌的供货量和供货期，往往在市场上失去先机；有芯片技术的厂家，也受制于生产量和制造工艺，依然需要“仰人鼻息”。一方面是国际品牌存在的安全隐患，一方面是国产手机的替代能力不足，两者相加，就是中国这个制造大国的尴尬。

有数据显示，长期以来，全球手机市场上，99%的利润被几个国际品牌占有，而国内林林总总的厂商，只能去和其他国家的厂商拼争剩下的1%的利润——这是中国的尴尬，更是缺乏核心技术、核心竞争力的尴尬。类似的尴尬，在其他领域也不少见。如何解决？靠天靠地、靠等靠要、靠施舍，都不靠谱，只有靠自主研发、靠自主创新。

一如“饭碗要端在自己手里”才能放心，手机这样和每个人息息相关，又事关国家安全、产业兴衰的东西，其安全性，也是“端在自己手里”才能放心。

## ①国产手机赶超洋品牌

“我挺喜欢国产手机的。我现在用的是华为，配置很高，用起来比我之前那款贵了一倍多的某国际大品牌流畅多了。”在北京工作的白领小李告诉本报记者。

类似的用户体验，正在成为中国这片“手机热土”上越来越多人的心理。2014年第二季度的统计数据显示，在苹果、三星国际智能手机巨头的阴影笼罩下，国产手机正在强势“逆袭”。

8月14日，联想援引第三方数据公司IDC的数据称，第二季度联想在中国市场智能手机出货1302万台，占据了12.5%的市场份额，位居国内第一位；排名第二的是小米，出货量为1294万台。而此前长期占据我国手机市场霸主地位的三星，市场份额则由19.9%跌落至9.8%。

此前，小米公司也援引第三方Canalys的数据称，自己以二季度1499万台的出货量，占据了14%的份额，其后才是占据12%份额的三星，联想排在第三。

而易观国际的统计数据显示，第二季度，三星依然以15.4%的份额位居市场第一，其后是占有13.5%份额的小米和占据10.8%的联想。

虽然具体数据有所不同，但大多数观点认为，三星依然占据国内最大份额，不过优势已相当有限。

8月19日，央视公布的数据显示，第二季度，国内排名前十位的智能手机，就占据了国内市场近八成的市场份额。其中，洋品牌只有三星和苹果两个，三星以15.4%的市场份额排名第一，苹果排名第六，份额为6.9%。而小米、联想、酷派、华为等8个国产品牌，加起来占据了国内市场56.1%的份额。

国产手机各厂商都形成了独特的粉丝文化

在海外市场，国产手机的脚步也没有停歇。

8月初，在印度市场，初步试水的小米公司，创下了2.3秒钟售出2万部手机的业绩。而在此前，他们已经在新加坡市场占据了4%的市场份额，排名第三。同样是在印度，华为投资3000万美元，联想也推出了6款智能手机。在俄罗斯，4月，OPPO发布了新的机型，魅族则已将俄罗斯列入同步上市新机型的国家。在欧洲，天珑移动亦在该国占据第三位的市场份额，仅次于苹果、三星。

“我昨天给妻子买的魅族MX3，16GB版本，才320美元，还带两年质保。我本来以为这玩意儿会是个大块头，没想到设计轻盈简洁，质量不错。”在Youtube上，一位外国用户如此评价道。

而在社交网站Facebook上，也有海外用户对小米手机评价颇高：“就操作系统而言，我觉得小米比iOS、安卓和Windows都好用！”“我现在用的是小米3，很期待小米6啊！”

## ②多因素助力弯道超车

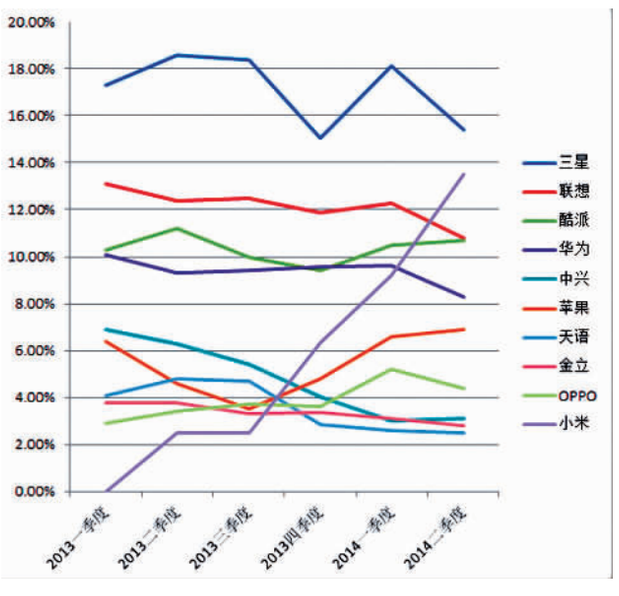
是什么造就了以往以“山寨”形象出现的国产手机的“逆袭”？

在分析人士看来，这种“逆袭”首先要归功于中国市场巨大的潜力。数据显示，2013年，中国智能手机的增幅达到87%，到2014年，中国智能手机市场规模将超过4亿部，占全球销量的30%左右。我国自主品牌推出的手机机型已达到700款，数量上位居世界第一。但同时，相比于发达国家和地区，我国的智能手机普及率潜力依然巨大。

在此背景下，国产手机“物美价廉”的优势就凸显出来了。数据显示，2014年上半年，2000元以下的国产智能机，关注度超过75%——这一价格，还不到苹果、三星等国际品牌的一半。

这同样是国产手机在海外受到青睐的原因。2012年，亚太地区的发展中国家，拥有智能手机的人群占比仅为11%；在非洲，这一数字则是4%，都与发达国家和地区接近50%的比例相去甚远。而这些国家和地区的消费水平较低，因此主打中低端市场的国产手机，就可以为他们提供相应的产品。

华为手机的发布会开到了伦敦




数据来源：易观国际

而在制造门槛不断降低的今天，液晶屏幕、集成电路、芯片制造等手机制造的核心技术，也越来越多地为中国企业所掌握。相比于三星、苹果等品牌，国产手机同样，甚至是更高的配置，却能在成本控制方面做得更好，从而在价格上有更大的优势。“国内手机产业链非常成熟，全球70%的手机制造都在中国。”酷派集团副总裁曹景升说。

同时，4G在国内的推出，也为国产手机带来了前所未有的机遇期。当TD-LTE的4G牌照下发给三大运营商时，首批推出4G手机的，几乎都是国产品牌。诸如华为、中兴这样的国内厂商，凭借在这一技术标准上的研发和技术储备，可以说在4G市场的角逐中，“先天”地占据了市场优势。到现在，华为的LTE网络已进入全球100多个首都城市，中兴的4G技术的LTE专利持有率也已位居全球前列。

可以说，4G为国内手机厂商提供的，是一个“弯道超车”的机会。

## ③指尖上的安全让人忧

在冯小刚的电影《手机》中，关于手机中的秘密，有一句经典台词：“再这样子下去，你们的手机就不是手机了。是什么呀？手雷。”这句台词最近重新火了起来，被一些网友用来形容最近处在风口浪尖上的苹果手机。在美国，早在几年前就不断有技术人员发现，苹果在秘密跟踪并储存用户的位置信息。近来，系统安全专家乔纳森·扎德尔斯基更是发现，苹果手机系统中的后门，可在用户不知情的情况下提取短信、通讯录和照片等。

苹果公司的承认姗姗来迟，尽管仍然声称是“诊断功能”，并且“需要用户解锁设备，以及获得该解锁电脑的授信”，但苹果还是承认“该功能向企业的IT部门、开发者和苹果维修人员提供所需信息”。

消息一出，多方都做出了反应。在俄罗斯，通信部长尼克拉·尼基甫洛夫提出，苹果应当提交源代码，以证明其产品不具备对俄罗斯机构展开间谍活动的“未公开能力”，并直言“对国外的软件和硬件产生了严重的信任危机”。

科技评论人、浙江传媒学院互联网与社会研究中心主任方兴东明确表态，智能手机安全问题比传统个人电脑更严重，并建议“党政军以及重要关键基础设施的人员禁止使用苹果”。

事实上，近期频频爆出的手机信息漏洞，已经开始催生加密手机的繁荣。

在上海，从上个月开始，部分公务员就已经开始使用国产加密手机，曾经逐渐寥落甚至退市的加密手机，在对信息安全关注的大背景下，开始重获新生。使用加密功能时，会与中国电信内部信息中心连接，需要将SIM卡号、手机号码和唯一的机身验证码均核实后，才会发送“密钥”，并进行通话。

据悉，目前酷派、华为等几大国产手机品牌，都有具备加密功能的手机产品，目前仍在市场上的加密手机，最近开始频繁获得政府与企业的订单。

方兴东告诉本报记者，由于国产手机主要使用谷歌的安卓系统，是相对开放的，所以可以在安全性上实施二次开发，相对比较安全。但是，“推进中国自主可控的国产手机操作系统，才是长治久安的对策”。

目前这一形势并不乐观，方兴东表示，国内除了华为有芯片外，其他的都没有，“手机安全问题基础性的东西不在我们这里”。所以他建议，在芯片和操作系统上国家要继续发力。

核心技术的缺乏，不仅制约产业发展，也带来安全方面的隐患。计算机专家倪光南指出，大量使用国外芯片，可能会让国际企业通过大数据分析技术，实时监控中国经济社会运行的情况和用户隐私。

正是看到这方面的隐忧，国家的扶持力度也一直在加强。今年6月24日，国家出台国家集成发展产业推进发展纲要，扶持基金总额度1020亿元。这是迄今我国集成电路最大的扶持基金，超过了这个行业过去10年研发投入总额。

## ④国产货如何赚世界钱

便宜，好用，成为国产手机的突出特点。如今，国产手机希望走出去，赚世界的钱。

“在一两年内，我们将更加努力转向开发本质上全球性的产品。”小米全球副总裁雨果·巴拉对这款中国手机走向世界有着充分的自信。“这里很多人都在谷歌或者硅谷工作过，我们具有全球思维。”

雨果·巴拉曾是谷歌Android业务的高管，而目前大部分国产手机正是在这一操作系统基础上改造而来。像这样的高端人才，正越来越多的被中国手机厂商“挖”来。

在发布手机时，国产手机也在努力向世界一流靠拢。2012年和2013年，魅族手机都在水立方举办新品发布会，在有着梦幻色彩的水立方，台上的高管展示手机时，台下总是伴随着尖叫声。而今年，魅族的发布会仍选在租价不菲的水立方。

小米手机则干脆每年办一次“米粉节”，这个只用了4年时间就在中国手机市场占比达到13.5%的国产智能手机，通过“发烧友手机”的定位，去山寨化，培养了一大批忠实的粉丝。今年的“米粉节”，粉丝们在12小时的活动中，下了226万个订单，经统计，共有130万部手机被售出，销售额超过15亿元。

TCL集团副总裁王激扬认为，在十几年前，国产手机与国际品牌的差距在“五年以上”，而山寨机的泛滥，对“中国制造”的形象冲击，都使得国产手机形象好不起来。

小米发布会，许多粉丝会提早前来排队。

每年魅族都在水立方发布新品

同时，缺乏核心技术、溢价能力不足的缺陷，也一直困扰着国产智能手机。

比如，最核心的芯片技术，目前国内只有极少数厂商可以自主生产芯片，在市场规模、技术能力上都落后于国际巨头。

华为荣耀业务部总裁刘江峰就表示，虽然我们具备了设计能力，但是在制造工艺上，依然依赖于国外的厂家。而在缺乏芯片研制能力的企业，这样的问题就更为突出。虽然国产手机的配置很高，选择的元器件都属于全球领先行列，但是这些核心器件，都由国际品牌提供，在供货量和供货周期上都受制于人，往往错过最佳的市场时机。

一加手机负责人刘作虎直言，在许多检测标准上，他们甚至比国际品牌更为严格。但是性能相当的国际品牌手机，有时甚至比他们的产品贵一倍不止。

直接购买成熟品牌，是全球最大个人电脑生产商的联想已有的经验，其收购的Thinkpad电脑，如今依然是全球笔记本电脑的高端品牌。如今，联想正在将这一经验移植到手机上。在去年春节的除夕，联想公司以29亿美元的价格，收购了摩托罗拉的手机业务。

“智能手机市场的重心正从高端产品转向主流和入门级产品。之前我们在PC市场已经看到过这种转变，对于这种转变，我们拥有大量经验。”联想集团董事长杨元庆说。

广告处 电话 65369288 传真：(8610) 65003109 总编室 65369316 经营部门 65369405 发行部 65369319 零售周一至周四1元/份 周五1.5元/份 周六1元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066 广告许可证：京朝工商广字0153号