

网上中国

国产智能手机 海外拓展需深谋远虑

海外网 孙蒙

尽管在过去的一年间,智能手机行业麻烦不断,相较于全球市场,2016年却算得上是中国智能手机企业全面爆发、实现整体崛起的一年。

市场调研机构Counterpoint针对全球手机市场的最新调研显示,中国品牌手机在2016年的出货量达到4.65亿部的历史新高,环比增长6%,远远高于全球市场的增长水平——2.3%。

国产手机异军突起

在苹果深陷“疲软”泥潭、三星“自爆”丑闻的情况下,中国手机厂商却一路高歌,2016年10月在印度最主要的30个城市拿下了40%的市场份额。

与此同时,在欧洲市场,以华为为代表的国产厂商也在不断推进。来自全球五大市场研究公司之一的G&A数据显示,华为目前在全球33个国家的市场份额超过15%,而在另外18个国家的市场份额超过20%。这50多个国家,近半数位于欧洲。

虽然竞争对手麻烦缠身凸显了国内手机品牌的光鲜,但众所周知,他人的短处并不会让自己真正变得优秀。实际上,令中国手机厂商

异军突起的根本原因是这些企业在科技研发方面的不俗表现。

如今的国产手机都带有自己鲜明的品牌标签,展现出越来越多的技术与品质上的独到之处。例如华为的通信技术、魅族的交互设计、OPPO的快充技术、vivo的音质等。

国家知识产权局发布的2016年主要工作统计及相关情况显示,专利申请前十名之中,有6家被手机品牌占据。从数据可以看出,2016年,我国发明专利申请受理量排名前十名的国内(不含港澳台)企业依次为:华为技术有限公司(4906件)、中国石油化工股份有限公司(4405件)、乐视控股(北京)有限公司(4197件)、中兴通讯股份有限公司(3941件)、广东欧珀移动通信有限公司(3778件)、京东方科技集团股份有限公司(3569件)、珠海格力电器股份有限公司(3299件)、北京小米移动软件有限公司(3280件)、努比亚技术有限公司(2912件)、国家电网公司(2784件)。

以华为为例,在智能手机领域,华为每年投入三四十亿美元用于研发。2016年10月份,华为宣布其海思麒麟芯片用户数已突破1亿大关,麒麟960芯片整体性能指标已和高通骁龙821、苹果A10芯片不相上下。

生态环境日趋严峻

即便如此,在为过去一年取得的成绩欣喜之余,我们仍然不得不正视中国手机厂商未来所要面对的营收困境。

日前,苹果2016年Q4财报已显示,虽然相较于中国本土华为、OPPO和vivo品牌的一路狂飙,其销量在大中华区下滑,但总体上苹果的利润篮子却一直保持稳定。尤其需要注意的一个数据是,苹果Q4的服务业务获得72亿美元的总收入,同比增长18%,在所有产品板

块中增速排名第一。2016年第三季度,中国IOS收入(即苹果线上商店在中国地区的收入)交出了总额为17亿美元的成绩单。

与苹果高速增长的服务业务收入相比,中国手机厂商过于依赖一次性销售的硬件营收。而以往诸多国内厂商在千元机等低端市场争得热火朝天,大打价格战,更是使得原本获利空间就不大的利润进一步压缩,还挤压了高端手机的市场空间,损害了品牌建设。

当苹果在推动自身服务业务增长,最大程度增加用户黏性的时候,中国厂商却始终未拿出有效可持续发展的软件服务生态模式。虽然目前各手机厂商都有自己的应用商店,但是糟糕的用户体验、单一的服务模式导致自身从软件服务营收中所获寥寥。

另一方面,中国手机厂商在非洲及印度等东南亚国家销售的机型以低端机为主,不可避免陷入价格战。就连从不参与价格战的苹果也在反思在印度的定价策略,iPhone6S和iPhone6S Plus两款机型上市两个月后,价格下调了15%。

破局关键深植本地

业内分析人士指出,中国手机品牌想要国际化,最难攻克的是欧美地区,而当下最关键的则是印度市场。印度人口仅次于中国,正处于智能手机普及阶段,相当于5年前的中国,市场前景广阔,同时对价格敏感度却要远超中国。而与苹果和三星等企业相比,在保证降低成本的情况下做出极致智能手机,正是中国企业的拿手绝活。

有业内人士评价,中国拥有全球独一无二的完整成熟供应链,大大小小数千家企业组成一个完备的智能手机硬件服务系统。无论是一家什么样的公司,都可以凭借自己的一个想法,或者一个社会爆点迅速推出一个手机品牌。

而在软件营收业务板块,苹果也并非毫无短板。除了App Store的营收占据核心之外,其他例如Apple Care、Apple Music等软件营收不值一提,Apple Pay业务在中国更是难见成效。如何在销售硬件的同时,绑定并创新自身的应用商店、移动支付、电影、图书、音乐等业务,落地本地生活,将是中国企业撬动被动营收增长僵局的关键。

技术变革市场变幻

三星手机爆炸事件发生之后,品质与安全再次成为大众热议话题;而苹果手机由于气温高低原因“花式”自动关机被投诉,也让众多中国企业更为深刻地感受到,品牌能否牢固地树立将成为维系消费者的关键一环。

不过对智能手机用户来说,2017年有很多值得期待的东西,比如5G、AI(人工智能)、虚拟现实、裸眼3D等技术的应用。鉴于苹果将推出10周年纪念版iPhone,无疑会让这场创新技术鏖战变得更加激烈莫测。

在全球范围内,华为等中国品牌将进一步挑战苹果三星的霸主地位。中高端市场鹿死谁手,仍需拭目以待。



图为布达佩斯的华为广告牌。孙蒙摄



图片来源于网络

逛北京庙会 品舌尖年味

张霓

在北京过春节,逛庙会可以说是许多家庭的保留项目。在我看来,北京的庙会活动大致可划为四部分:一是看表演,像是地坛惯例的仿清祭地表演或是朝阳公园邀请多国艺术家参与的国际风情节演出,都深得长辈或是小朋友的喜爱;二是玩游艺,从传统的套圈、打气球,到新兴的挂满各种毛绒玩具的大型设施,这些地方往往颇受年轻人以及情侣们的追捧;三是买一些新奇、有趣的小物件,从灯笼、玻璃花、幸运石,到了西年颇受人们喜爱的小鸡发夹,都是抢手货;第四项也是最后一项可以说是重头戏,因为粉丝涵盖了各个年龄段,甚至不分地区和国家,这就是品尝庙会上的小吃。

古语有云“民以食为天”,考虑到庙会的举办时间大都是天寒地冻的1、2月,无论多么精力充沛的人,在逛了几个小时后也都会有些疲惫,需要休息“进补”一下。这时,您就会发现可解胃部“燃眉之急”的正是各式热闹的小吃摊。在这里,您可以一饱口福,品尝到正宗的北京年味。

如果偏好甜口,那么有着老北京十三绝称号的奶油炸糕绝对是个不错的选择。热乎乎的奶油炸糕外皮金黄焦脆,上面还会细细撒上一层如同白雪般蓬松绵软的白糖,第一口感受到的是表皮的脆和白糖的甜,第二口咬到馅则能品味到其软嫩的口感,而浓浓的奶香也会在舌尖蔓延开来。此外,色泽棕黄油亮、看着就甜又糯的糖耳朵(又叫蜜麻花),用糯米粉、豆馅和黄豆粉等制成的驴打滚也都颇受欢迎。如果还不够满足,您可以再来一串糖葫芦。“糖葫芦好看它竹签儿穿,象征幸福和团圆”,就像这句脍炙人口的歌词一样,一串串红彤彤的糖葫芦也寓意着新一年的红红火火。山楂和海棠果的酸和糯,糖稀变硬后的脆和甜,除了消除疲劳,还有助开胃来让您准备品尝接下来的小吃。



(欲知各地名胜、小吃,请扫描二维码,下载海客客户端,看“海客游”,更多精彩等您来。)

假如吃不惯甜食,在北京庙会上也有其他选择。除了广受推崇的各种羊肉串、鸡肉串,另一种我想着重推荐的小吃就是炸灌肠。初见时可能觉得其外观色泽不是特别讨喜,但是尝一口就能明白它何以如此受推崇,甚至记录在《故都食物百咏》里了。虽然名字带个“肠”字,但现在庙会中的灌肠大多由淀粉制成。炸灌肠儿讲究的是薄的地方口感焦脆,厚的地方吃起来软糯,最后别忘了蘸上盐大蒜汁来让灌肠入味。热乎的炸灌肠配上抗菌驱寒的蒜汁,无疑可以在冬日温暖您的脾胃。

吃了这么多甜的咸的,您就会觉得口干舌燥。这时不妨试试老北京的“四大茶”——油茶、面茶、茶汤,还有《红楼梦》中贾母所钟意的杏仁茶。这“四大茶”吃的时候都是用滚开的水现冲开,最后再依据个人喜好撒上山楂块、青红丝、瓜子仁等果料。热乎乎的一碗下肚,就算迎着北风也能让人立刻暖和起来。

庙会上出现的小吃,其实多半也是北京街头巷尾常见的食品,不过考虑到逛庙会本来就是图个热闹图个乐,一家人聚在一起热乎乎地分享着地道美味的小吃,其乐无穷。



图片来源于网络

莫让“抢红包”冷落了亲情

海外网 刘琼

火爆的“红包经济”

如果说“端着板凳与家人一起看春晚”是上世纪的过年方式,2017年的春节则是以“红包”为主旋律的一年。无论是微信的“摇一摇抢红包”、支付宝的“集五福送红包”,还是各商家红包、游戏红包,电子红包让春节的“互联网味道”越来越浓。

然而,从消遣的“伴奏”演变为春节的“主题曲”,有关“抢红包”的争议声却越来越大。本该更多回归家庭与亲情的春节,却在低头抢红包中度过,连与家人的互动交流也被大多数人忽略。

4年前,腾讯、阿里巴巴等互联网企业展开的“手机红包”营销造成了一股“全民抢红包”的旋风。现如今,其爆发式发展的速度更是惊人。据微信近日发布的《2017微信春节数据报告》显示,除夕至初五,微信红包收发总量达到460亿个,平均全国每人发35个有余。而除夕零点前后,微信红包祝福达到峰值,每秒收发达到76万个。

不少人感叹:年夜饭桌上,一手拿筷子,一手抢红包,已成为不少年轻人的常态。家住大连湾的陈林(化名)这个春节过得有些愧疚。因在微信里“疯狂”抢红包,忽略与家人谈心,父亲一气之下把一叠百元现金甩在她面前。事后,陈林立即认错道歉,几经安抚,父亲才消了气。

但实际上,抢红包并非年轻人的专利。笔者在采访中发现,不少父母辈也加入了

“红包大战”,热烈程度完全不亚于子女。

“我爸妈玩得比我还痴迷,没抢到还会怪我打扰呢。”在北京工作的湖南妹子张艳告诉笔者,过年那阵子,不知道怎么回事突然都来请教她怎么用微信、QQ玩红包,教会之后简直可以用“沉迷红包无法自拔”来形容。

传统文化新内涵

互联网改变了人们的思维方式,也重塑着人们的亲情和文化。

在年过50、家住贵阳的陈阿姨的记忆里,小时候每到过年、守岁,长辈都会给他们压岁钱,然后在枕头下放一晚。“那时爸妈一个月工资水平才三五十块,打开红包,拿到两角钱,我们这帮小孩子就已经很开心了。”现在,只要动动手指就能把祝福和心意传达出去。这几年,无论过节与否,陈阿姨总会给她在澳大利亚留学的女儿发几个“网络红包”互动下,增进感情。

如今,传统意义上的压岁钱变成“抢红包”,不仅脱离了传统概念,更延伸出了文化新内涵。

“其实这是一种大众文化的延伸。红包本身是春节的象征,而微信等工具则强化了网络空间的交往。”南京航空航天大学人文与社会科学学院教授邱建新认为,技术平台的便利催生了网络抢红包的现象,“网络抢红包看似是为了争抢金钱,其实更为注重营造新年的喜庆气氛、加强人与人之间的交流。”邱建新说,即使相隔万里,也可以通过这种活动进行联系,增加年味。

回归初衷亲情浓

游子千里回家,依旧没有跳出方寸屏幕,拿着手机抢得不亦乐乎,把满怀期待的父母晾在一边;老同学的微信群里,旧友说话无人应答,丢个红包立刻“炸锅”。“世界上最遥远的距离,是我俩坐在一起,你却在抢红包。”作为新年俗,“抢红

包”只是生活的调剂品,无论多么抢眼,也难换来亲人温馨的笑脸。

邱建新直言不讳地指出抢红包所引发的负面效应。他认为,过年与家人团聚,亲情互动才是最主要的。“大多数年轻人常年在外工作,一年可能就回家一次,然而即便是回家了,也是埋头盯着手机,把父母晾在一边,这样的春节便失去了最本真的意义。”

北京师范大学民俗学与文化人类学研究所所长万建中表示,互联网只是给人们提供了一个新的沟通平台,但不能让其喧宾夺主。“互联网可以打破时间和地域的限制,实现快捷便利的沟通,但它替代不了亲情友情,也不该主宰人们的现实生活。”

自古春节亲情绕,放下手机尽孝道。不管过年的方式怎么变,过年的核心价值和文化理念并不会改变,那就是“团聚”。

所以过年的时候,应该帮帮亲友对联、包饺子,教教长辈用微信、抢红包,围坐一起,听他们讲过去的事,谈你在互联网上的见闻。如此,“年味”才更有“好滋味”。