

中国能否统一手机充电器标准?

□ 时报记者 陈堂安 杨章玉

日本手机运营商和制造商日前向其主管部门日本经济产业省提交了一份旨在统一手机充电器规格的计划,希望到2010年在第四代手机发展成熟时实现这一目标。据共同社报道,日本经济产业省表示将批准这一计划。这一消息引发了业界的强烈关注。

众所周知,该计划如果实施将给消费者带来诸多好处。比如,购买新手机时不再需要更换充电器,而使用不同手机的家庭成员也可以共用一个充电器。由此引发人们思考的是:在日本手机充电器规格标准统一后,作为世界最大的手机销售地的中国,有可能实现手机充电器规格的统一吗?何时能够实现?

充电器规格不一造成浪费

对此,波导股份有限公司董事长徐立华表示,在中国实现充电器规格统一是完全可能的。只要政府有关部门强制规定所有的手机厂家必须遵守即可。他同时认为,目前国内手机用户超过4个亿,平均每个家庭都有几个充电器,由此带来了巨大的浪费,最关键的是对环境的污染。

赛迪顾问消费电子咨询事业部副总经理蒋利峰认为,统一手机充电器规格对厂商来说有一定的好处,至少可以节约一定的成本。

TCL移动通信有限公司总经理黄万全认为,充电器规格统一对国家、手机制造商和消费者而言都是好事,但要想统一,必须要有一个

比较长的过程。仅技术平台统一一项需要一个时间。而说服厂家改变也需要一个过程。

统一标准将影响厂商利润

有分析师认为,尽管有些手机制造商愿意统一手机充电器的规格,但是也有一些厂家并不认可。比如诺基亚、摩托罗拉、三星、索尼爱

立信是全球统一标准的,他们很可能不愿意专门生产中国的标准。此外,还有一个非常重要的原因,就是自己标准的充电器可以带来销售利润。如果统一了充电器规格,则消费者可以买别人生产的,这样当然会减少了自己的利润来源。

京瓷振华通信有限公司副总经理孙有安也表示,统一手机充电器规格看起来不是件很大的事,但是却很麻烦。要统一手机充电器的障碍在于:其一,要打破厂家充电器标准各自为政的现状。其二,归结到国家标准,不仅限于信息产业部,还有涉及到国家其他部门。那么,谁来做这个事还没有明确的规定。



目前市场上的手机充电器有各种不同规格。(资料图片)

业界观点

统一规格无太大意义

赛迪顾问消费电子咨询事业部副总经理蒋利峰认为,统一手机充电器规格并没有太大的意义,消费者更关心的是手机的质量和功

能,对手机充电器的关心则相对少得多。而且,目前市场上已经有不少品牌的万能充电器可兼容

多种品牌的手机电池。因此即使充电器坏了,消费者也能很方便地购买到相应的充电器,价格也不贵。

资讯

联想广州举办 i750 体验会



联想在广州举办了 i750 手机体验会。陈堂安 摄

上周,联想在广州举办“超人归来 联想超娱乐手机 i750 手机体验会”,邀请媒体感受“超人归来+超娱乐手机 i750”的魅力。据了解,联想 i750 的外观设计继承了联想特有的“无规则”风格。去年夏季推出的联想 i717 手机,曾以其不对称外观造型和不规则键盘设计在 05 年度获得了巨大的成功,并荣获众多设计大奖。作为联想第二款同样拥有“D”字外观设计的手机新品——联想超娱乐手机 i750,采用了更薄的机身和具有磨砂质感

的材质,使得整体手感更好。

这款定位年轻时尚人群的手机最受关注的则是它的“超娱乐”功能。176×220 分辨率的高清晰屏幕和 30 帧/秒的视频播放速度,能够完美的呈现《超人归来》的精彩画面。联想 i750 的 TV-out 电视输出功能,让更多的人可以随时和你分享手机中的精彩图片和录像。联想 i750 还内置了超人的铃声、图片、以及《超人归来》的预告片,让你抢“鲜”体验超一般的魅力。

时报记者 陈堂安

中国移动—索尼爱立信春蕾小学在穗挂牌



索尼爱立信中国区总裁古尼拉出席了春蕾小学挂牌仪式。陈堂安 摄

上周五,广东地区第一所中国移动—索尼爱立信“春蕾小学”在广州市荔湾区立贤小学举行了挂牌仪式,标志着中国移动和索尼爱立信全力支持旨在帮助中国教育事业发展的“春蕾计划”在广州第一次落地。

在挂牌仪式上,索尼爱立信中国区总裁古尼拉对春蕾学校的学生表示,非常欢迎他们长大后加入索尼爱立信,成为这个大家庭的一员。

中国移动广东公司高志兴副总经理在仪式上表示,“正德厚生 臻于至善”是中国移动的社会责任宣言。中国移动事业的发展,是建立在社会总体经济发展的基础上。中国移动广东公司将秉

承高度的社会责任感,关怀社会民生,关注民众福祉,通过各种实际行动回报社会。

据了解,作为本次活动的一部分,中国移动广州公司特别向立贤小学免费提供的“校讯通”系统是针对教育行业量身定做的“家校互动”信息化解决方案,将为学校实现“家校互动”、“移动考勤报安”和“移动校务管理”等三大功能,可使家长与学校加强沟通。据介绍,这所“春蕾小学”的学生多为民工子弟。中国移动广东公司和索尼爱立信的捐助将可以在帮助他们在学习用具和学费方面缓解困境。

时报记者 陈堂安

诺基亚爱立信发布第二季度财报

第二季度,诺基亚净销售额为 132 亿美元,爱立信净利润为 7.8 亿美元

近日,通信巨头诺基亚和爱立信均发布了 2006 财年第二季度财报。

诺基亚:净销售额同比增长 22%

诺基亚发布的财报显示,今年第二季度,其净销售额为 98 亿欧元(约合 132 亿美元),与 2005 年第二季度的 81 亿欧元相比,2006 年第

二季度诺基亚净销售额增长 22%;销量为 7840 万部,比上一季度增长了 4%,比去年同期增长了 29%;本季度所占的市场份额为 34%,比 2006 年第一季度的 35%有所下降,比 2005 年第二季度的 33%有所增长;平均销售价格为 102 欧元,比 2006 年第一季度的 103 欧元有所下降;除权后的每股收益为 0.23 欧元。

诺基亚首席执行官康培

凯表示,第二季度诺基亚在净销售额、经营利润以及每股收益方面都比去年同期取得了强劲增长。从整个行业的水平来看,移动终端以及移动基础设施这两个市场都表现出良好的持续增长态势。

诺基亚预计 2006 年移动终端的市场销量将在 2005 年移动终端销量 7.95 亿部的基础上继续增长 15%甚至更

多,但平均销售价格将有所下降。

爱立信:净销售额同比增长 15%

爱立信发布的财报显示,在截至 6 月 30 日的这一财季,爱立信的净利润为 57 亿瑞典克朗(约合 7.8 亿美元),每股收益 0.36 瑞典克朗,这一业绩较去年同期的

58.4 亿瑞典克朗有所下降;第二季度运营利润为 83 亿瑞典克朗,与去年同期基本持平;净销售额为 442 亿瑞典克朗,比去年同期的 384 亿瑞典克朗增长 15%;运营利率从上季度的 16.9%增至本季度的 18.7%。

爱立信总裁兼首席执行官思文凯表示,在不断变化的行业环境中,爱立信的规模、技术领导地位和遍及全

球的业务,强化了了在移动系统和电信专业服务领域的领导地位。在第二季度,爱立信赢得了大量关键合同,进一步增加了爱立信强劲的业务发展势头。

爱立信预计全球移动网络的业务量有望持续增长,与 2005 年相比较,爱立信相信 GSM/WCDMA 在 2006 年全球移动系统市场的份额将会有适度增长。时报记者 杨章玉