

农村手机市场潜力巨大。  
(资料图片)



# 厂商可借运营商 开拓农村手机市场

业内人士认为,农村手机市场潜力巨大,借力运营商开拓农村手机市场是最佳途径。

□时报记者 杨章玉

近日,中国移动董事长王建宙表示,中国移动上半年新增用户2578万,其中50%来自农村地区。对此,业内分析人士认为,信息产业部发起的“村村通工程”建设使农村手机市场逐步扩大,农村手机市场潜力巨大,在中国移动等运营商采取措施大力拓展农村市场的同时,手机厂商可借运营商之力进军农村手机市场,在农村市场树立自己良好的品牌形象。

## 农村手机市场正逐步扩大

一位不愿具名的电信分析师表示,随着信息产业部发起的“村村通工程”建设的逐步深入,我国农村手机市场也在逐步扩大。据了解,由信息产业部发起的“村村

通工程”建设于2004年1月启动,按照“分片包干”原则由中国移动、中国电信、中国网通、中国联通、中国卫通、中国铁通6家运营商具体负责实施。根据信息产业部的部署,2006年度,16个尚没有实现所有行政村电话的省、自治区、直辖市,继续在无电话行政村实施村通项目。

该分析师表示,在“村村通工程”建设中,各大运营商在一些偏远的农村建立了自己的基站,这在某种程度上加速了农村手机市场的发展壮大。据悉,中国移动正在想尽各种办法吸引农村用户,开发农村市场。据了解,目前中国移动农村项目累计投资近90亿元,帮助25862个行政村结束了不通电话的历史。

该分析师称,仅从村村通工程一项就可以看出农村

手机市场具有巨大的潜力。与此同时,随着国家“三农”政策的逐步深入落实以及社会主义新农村建设的开始,我国农民的收入必将较大幅度的提高,购买能力也将增强,购买手机对他们来说将不再是遥远的梦想。我国有近9亿农民,这个庞大的基数足以令所有的手机厂商心动不已。因而如何来更有效地开拓这个巨大的市场,便成了各大手机厂商关注的焦点。

## 可借运营商 发力农村市场

一位业内人士认为,手机厂商要想开拓正在逐步壮大的农村手机市场,快速有效的方法是借力运营商。他表示,如今运营商定制手机已成潮流,定制手机的数量正在逐年上升。如果手机厂商生产的手机产品能入围运营商的定

制,就能快速占领新开发的农村市场,并在消费者心目中树立自己的品牌形象。

据易观国际发布的《中国运营商手机定制年度综合报告2006》报告显示,2005年中国手机市场的总体销量达到7896万部,其中运营商定制手机销量占15.8%,达到1250万部。其中中国移动GSM定制手机销量达980万部;中国联通CDMA定制手机销量达到270万部。易观预测,2006年定制手机的市场规模将占总体手机市场销量的18.1%,达到1600万部,其中中国移动GSM定制手机销量将达到1338万部,而中国联通CDMA定制手机销量将达到262万部。

由此可见,在运营商的推动下,手机定制已经成为手机厂商销售中越来越重要的一环。各大手机厂商相继成立专门的移动业务部或是

联通业务部是一个例证。而来自部分手机厂商销售业绩的增长也说明了这一点。据易观国际《2006年第一季度移动终端季度监测报告》称,2006年第一季度,国内手机市场销量稳步增长,在GSM领域,摩托罗拉良好的市场表现主要得益于与运营商的定制合作。而在CDMA市场中同样中兴也由于联通的手机定制,使其销量成上升趋势。

另据调查显示,手机厂商主要对主要城市的核心卖场与连锁店直供。除诺基亚、摩托罗拉、波导等个别厂商外,多数厂商很难直接掌控三四线城市与郊县的零售终端,而运营商捆绑销售在此类区域影响最大。

对此,该业内人士认为,利用运营商的优势开拓当前正在逐步壮大的农村手机市场是最佳途径。

## 一周短讯

### LG 广州举办 KG338 体验活动

上周, LG 在广州举办“乐趣蓝牙 挑战无线” KG338 体验活动。据介绍, KG338 是为年轻的享乐一族推出的娱乐手机。KG338 内置 130 万像素 CMOS 摄像头, 支持 4 倍数码变焦、多种特殊效果、色调和白平衡选择等拍摄模式以及视频摄录功能。它内置媒体播放器, 能够以优质的音效播放 MP3、AAC 等格式的歌曲。值得一提的是, 其可随意更换的播放界面及音效均衡器显示模式。此外, KG338 还能够回放 MPEG4 及 H.263 格式的视频, 配合 32MB 内存及 micro-SD 卡扩展。

### 09 年移动视频服务收入将达 56 亿美元

近日, 来自调查公司 In-fonetics Research 报告称, 如果移动视频提供商能够解决一系列质量和内容相关的问题, 全球移动视频服务收入将从 2005 年的 4620 万美元飙升至 2009 年的 56 亿美元。该公司认为, 移动视频将代表未来的趋势, 但只有在厂商和提供商解决了众多难度很大但终将克服的难题之后, 此趋势才会显露其顶峰景象。该公司负责宽带及 IPTV 的分析师 Jeff Heynen 说: “移动视频取胜的关键取决于一系列因素, 包括推出低耗电手机、为用户的投入带来价值、易用性、多媒体手机的可承受价位。”

### 摩托罗拉诺基亚分列中国前两大外企

最近的一份报告显示, 中国三分之二的规模最大的制造商是外资企业, 其中最大的全球第二大手机厂商摩托罗拉公司, 摩托罗拉也是中国第六大制造厂商。据外电报道称, 中国国家统计局发布的报告显示, 2005 年摩托罗拉在中国的销售量为 740 亿人民币, 远远超过了竞争对手诺基亚的 490 亿人民币, 诺基亚是中国第二大外资企业, 也是第十二大制造商。

时报记者 杨章玉 整理

## 可信赖的随身数码相机 索尼爱立信首款 Cyber-shot 拍照手机 K790c

今夏, 手机业界发生了新一轮影像革命, 全球领先的移动通信厂商索尼爱立信旗下首款 Cyber-shot 拍照手机重磅上市, Cyber-shot 应用于拍照手机, 是拍照手机发展的分水岭, Cyber-shot 拍照手机首次将手机拍照功能从简单的附属功能推进到真正能满足普通大众高品质影像的专业水平, 成为广大消费者可信赖的随身数码相机, 让用户随时体验品质影像生活的精彩与时尚。最近, 首款 Cyber-shot 拍照手机 K790c 还被媒体评为“优秀产品奖”, “中国消费电子年度创新大奖”。

### Cyber-shot 传奇——强调外观与功能完美融合

提起 Cyber-shot, 想必爱好摄影的朋友都会怦然心

动, 因为它来自大名鼎鼎的索尼公司, 是与 Walkman 并驾齐驱的索尼金字招牌, 它代表着索尼影像产品中的整个数码相机家族。作为知名的数码相机品牌, Cyber-shot 已经在历练中形成了独特的品牌精髓, 即始终坚持外观设计与功能应用的完美融合。它的产品都趋于轻巧、超薄, 这正符合现代人简约的生活理念。如今, Cyber-shot 已经超越了传统意义上的摄影概念, 它不仅代表一个数码相机产品的品牌, 而且逐渐形成了一种全新的影像文化, 更重要的是这种文化将继续流行着。

### 流行——取代数码相机, 拍照手机随 Cyber-shot 舞动

索尼爱立信 K790c 是首

款 Cyber-shot 拍照手机, 它具备 Cyber-shot 的专业拍照功能。作为将 Cyber-shot 品牌引入到手机产品中的先行者, 索尼爱立信秉承了 Cyber-shot 一贯的设计风格, 让 K790c 全身上下都散发着时尚和专业的味道, 也着实让它的倾慕者们激动了一把。对于手机玩家来说, 它是至尊的宝贝; 对于摄影爱好者来说, 它是拍照的利器; 对于时尚的你来说, 它则是品位的象征。

那么是什么让 K790c 披上 Cyber-shot 的金字招牌呢? 320 万像素、自动对焦、16 倍数码变焦仅仅是 Cyber-shot 的第一步, 而仅凭这些 K790c 无论如何是不足以和专业的数码相机媲美的。关键在于, K790c 本身就是 Cyber-shot 完美融合理念的很好诠释。它配备了与

Cyber-shot 数码相机相同的摄像头和带有防红眼功能的氙气闪光灯, 内置的图像平衡器补偿了手臂抖动带来的些许缺憾, 这些功能的融合保证你在任何环境、任何拍照模式下都能捕捉到最清晰、真实的画面。一切的一切让 K790c 更加趋于完美, 当然重中之重还是它的 BestPic 功能, 也是索尼爱立信针对 K790c 新开发的功能, BestPic (优拍) 功能可一次按下快门键, 就能在快门按下前获得四张、快门按下时获得一张、快门按下后获得四张图像, 共获得 9 张高质量 320 万像素图片。9 张图片都可以以图标形式显示, 用户只需从中选出和存储最想要的一张或几张图片保存, 而不必保留所有图片而占据内存空间。BestPic (优拍) 功能在快门按下 1 秒钟后让 K790c 帮你



索尼爱立信 K790c。(资料图片)

记录的无疑是最理想、最精彩的瞬间。

### 品质影像生活从 Cyber-shot 拍照手机开始

随着索尼爱立信第一款 Cyber-shot 拍照手机 K790c 的全国热销, 新一轮 Cy-

ber-shot 风潮将迅即席卷全国。众所周知, 时下最能代表生活品质的非数码产品莫属, 而拥有一款 Cyber-shot 拍照手机将带你进入丰富多彩的品质影像生活, 那么还等什么, 从今天开始, 让我们和 K790c 一起去 Cyber-shot 吧!