

EMBA案例研讨：黑莓能否在中国生根 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/266/2021_2022_EMBA_E6_A1_88_E4_BE_8B_c71_266502.htm “非主流用户”的广泛应用将有利于增强“黑莓”在中国的品牌影响力 经过8年的努力，加拿大RIM公司的黑莓(BlackBerry)智能手机终于得以进军中国这个全球最大的手机市场。7月27日，中国移动在上海正式启动“BlackBerry(黑莓)”业务，并开始大规模全国推介活动。接下来，黑莓手机服务将在上海、北京等主要城市面向商业集团客户推出。1998年RIM公司开发出基于双向寻呼技术的“黑莓”移动邮件系统，随后的“911”事件使“黑莓”获得了传奇般的增长。当时美国通信几乎全线瘫痪，但美国副总统切尼用一部具有“黑莓”功能的手机可随时随地收到关于灾难现场的即时信息。之后，美国掀起“黑莓”普及热潮，由于几乎可在全球任何地方通信，支持点遍布60多个国家和地区的150多个移动通讯网络，“黑莓”已经成为欧美工商界人士的重要配置。目前“黑莓”的全球用户数量已达500万人，占据了无线电邮业务将近一半的市场。以“黑莓”为代表的移动办公设备的普及正在改变整个世界商务人士的工作方式。据统计，在国外大约有28%的员工采用弹性工作制，对这些人群，“黑莓”可以在任何情况下无阻碍地处理商务邮件。更重要的是，通过“黑莓”，企业员工可以在远程提供对客户的支持。可口可乐公司在全球几十个国家有着近4000套“黑莓”产品和大量手持用户。自1999年首次将“黑莓”引入公司，目前可口可乐的客户关系管理(CRM)就是通过移动方式处理的。“黑莓”对企业传统的管理流程也产

生了深刻的影响。员工应用“黑莓”后必将对传统的管理流程和绩效考核方式提出不同意见，因此，业务流程再造将随着“黑莓”的普及成为企业的迫切要求。另一方面，“黑莓”的出现无形中打破了传统的8小时工作制，潜移默化地通过手机将工作带入了生活。在欧美，一个“黑莓”用户平均每天要处理2030份电子邮件，“黑莓”随时随地接收邮件的便利性已经在某种程度上影响到了使用者的私人空间，这种“捆绑”式的工作方式使“黑莓”用户有了新的苦恼。在CNN的一个节目中，美国众多“黑莓”使用者都患有“莓瘾”，随处可见的“Bbers”（黑莓使用者）表情狰狞，运指如飞，深深陶醉其中。当“黑莓”因技术故障中断服务时，疯狂、焦躁的举动使他们的“莓瘾”暴露无遗。虽然刚刚正式登陆中国，但此前众多跨国公司管理人员即通过国外代理服务器成为了“Bbers”和受害者。一位不愿透露身份的德国机械设备公司高层向《商务周刊》介绍，工作性质使他每个月穿梭于不同国家，由于经常要和公司与客户频繁联系，每晚不停的邮件以及无时无刻的工作已经让他成为“不能停止旋转的陀螺”。在回国休假期间，他关闭了“黑莓”但仍然不能控制自己，还是时常查看是否有新的邮件。当然，对大多数中国人来说，“黑莓”焦虑症还很遥远。根据调查结果，目前国内知道黑莓手机的消费者仅占20%，有63%的消费者从没听说过“黑莓”这个名字，而且知道“黑莓”的消费者中大部分认为“黑莓”只是一种“贵族”奢侈品。有意思的是，中国市场最期待“黑莓”的是那些追随时尚的年轻人。他们从《越狱》里的主角们，以及章子怡、贝克汉姆的手中认识了这款黑实敦厚的大手机。他们中一些人已经通过黑市购买

了1000元左右的水货“黑莓”手机。但是，销售“黑莓”手机并不是RIM公司利润的主要来源。“RIM公司的70%客户来自于集团用户。”赛迪分析师蒋利峰对《商务周刊》表示，“黑莓”的运作是典型的B2B模式，即选择优质的运营商进行业务推广，RIM公司负责提供终端和配套软件及一系列面对企业的服务，并通过增值服务产生巨额的利润。尽管如此，“非主流用户”的广泛应用将有利于增强“黑莓”在中国的品牌影响力。据统计，目前国内大中型企业中约有23%的员工需要在移动状态下办公，“黑莓”的应用将加速把其在互联网上的沟通手段转化到随时随地都能完成的移动办公。RIM还需面临中国市场内外部对手的竞争。此前中国联通(7.48,0.07,0.94%)推出了同样具备收发邮件功能的“红莓”手机，中移动也同时推出了自主品牌的“手机邮箱”业务，“手机邮箱”与“黑莓”一样，可同步收发企业各种数据信息。目前，RIM正在紧张地进行“黑莓”平台的本土化。该公司表示，希望尽快推出“黑莓”无线电子邮件设备的中文版，开发拥有3亿移动设备用户的这个巨大市场。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com