

MBA案例：诺基亚慢悠悠：能在中国翻身吗？ PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_MBA_E6_A1_88_E4_BE_8B_EF_c70_646601.htm 诺基亚慢悠悠：能在中国翻身吗？

“ 我比以往任何时候都希望在中国市场获得成功。” 昨天中午12点，诺基亚正式宣布在华发售WindowsPhone3小时前，其CEO史蒂芬艾洛普对《第一财经日报》说。这距离它发布全球首款WindowsPhone已过去5个多月，如今才到中国，已是姗姗来迟，苹果、三星的产品早已登场。中国可能决定着诺基亚智能机的未来。早在2005年，中国就成了它全球最大市场。IDC报告更称，2012年中国将超越美国，成为全球最大的智能手机市场。艾洛普说，还需要更多时间去不断创新。但在苹果和Android冲击下，留给诺基亚的时间似乎不多。慢悠悠的巨头 去年2月与微软结盟，到10月推出首款WP手机，诺基亚的速度慢悠悠。Gartner去年第四季度报告显示，WindowsPhone占全球智能机市场份额仅1.9%。此前Lumia在欧洲确实让人看到希望。市调机构KantarWorldPanel说，因Lumia800热销，WindowsPhone2011年在伦敦市场份额从前年0.4%增至2.2%。欧洲向来是诺基亚的强势地盘，但中国市场不妙。易观数据称，去年诺基亚在中国智能机市场前三季度占比分别为43.7%、30.4%和18%。艾媒数据显示，2011年诺基亚在中国手机市场品牌关注度为33.4%，仍居第一位，但同比下降13.4%。上周，微软在中国发布WindowsPhone7.5，诺基亚、三星、HTC、中兴等都迎合发布了WindowsPhone产品。HTC中国区总裁任伟光对本报说，目前HTC在中国以外的市场已有三款WindowsPhone，可以说是在“押宝”。艾洛普

说，除中国电信外，接下来会与国内其他电信运营商合作，诺基亚智能机在中国的策略仍是高中低端通吃。今年3月初，他曾到上海、广州等多个城市为员工和经销商打气。他透露，北京已有研发Lumia智能机与低价智能机的队伍。易观分析师王颖认为，诺基亚在中国的优势在于渠道和品牌，但其他品牌借Android获得成长后，诺基亚一家独大局面不可能重现。艾媒咨询董事长张毅有些乐观。他说，Android在中国已发展两年，但版本混乱，用户开始出现审美疲劳，开发者在平台上也赚不到钱，诺基亚新品上市仍有机会。决战开发者，微软和诺基亚试图从苹果和Android口中夺食，第三方开发者的支持至关重要。微软全球资深副总裁、大中华区董事长兼CEO梁念坚认为，WindowsPhone优势在于跨平台，无论手机、平板还是电脑都会使用统一界面。“它们一个系统是封闭的，除了它自己，别人都赚不到钱；另外一个系统版本太多，每一款应用要针对不同版本，不同厂商的不同产品分别适配，而WindowsPhone不会面临这个问题。”他说。不过，最新数据显示，苹果AppStore应用数量超过50万个，而AndroidPlayStore应用数也达45万个，WindowsPlace目前仅7万多个。IDC和Appcelerator联合调查数据也很悲观：仅37%的开发者表示希望开发WindowsPhone应用。而iPhone和Android手机平台的数字分别为89%、79%。微软和诺基亚正通过各种手段激励开发者。今年3月，诺基亚展开名为“春Phone”的激励计划。开发者如将其他平台热门应用转入WP平台、针对WP开发全新应用都能得到Lumia手机作为奖励。微软大中华区开发工具及平台事业部总经理谢恩伟透露，开发者或新创企业可通过在商城发布应用参

与WindowsPhoneBeTop计划。微软除提供免费技术支持和应用推广外，还将给予3万美元奖励，每季度还有机会获得50万元大奖。大部分应用开发者目前仍在观望。昨日，触宝输入开发者张瞰说，开发者主要关注微软和诺基亚的WP手机有两点：一是手机市场保有量。这是前提和基础；二是生态系统。开发者能否赚到钱。“苹果虽然封闭但是用户体验好，Android的优势在于全面开放但版本混乱参差不齐，微软系统比较折中，整体用户体验不错。”张瞰评价称。他说，目前WP手机厂商不多，仍要看它中长期的投入，短期内并不指望盈利。触控科技CEO陈昊芝持类似观点。他说微软和诺基亚一年前就开始向中国开发者抛出绣球，但大部分开发者仍在观望。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