

质量过硬 价位合理 设计出彩

# 中国智能手机拓展印度市场

本报驻印度记者 苑基荣



近年来,中国品牌智能手机在印度销量不断上升。图为在印度哈里亚纳邦古尔冈市一家vivo手机专卖店,店员向顾客介绍vivo手机。  
本报记者 苑基荣摄

机同比增长21.6%,欧珀手机飙升602.5%。辛格表示,原本150美元以下的手机市场以印度本土品牌为主,但现在中国品牌因高性价比而不断抢占这块市场。不仅低端领域强势抬头,300美元以上的高端市场也被中国厂商拿下了33%的市场份额,而一年前的市场份额仅为9%。小米红米Note3还成为印度第二季度线上销售冠军。

## 精耕细作,中国厂商加快市场布局

中国品牌智能手机在印度市场之所以短期内取得不俗的成绩,既得益于中国手机厂商的精耕细作,也是因为中国企业不断推出新产品。同时,中国手机厂商成熟的市场运作和全商业生态渗透布局也至关重要。首先,中国企业在印度手机市场的培育和拓展中讲求章法,运营理念和实践都非常成熟。当地消费者偏爱金色、喜欢金属材质、酷爱音乐,而且使用语言种类较多,对于数码产品,印度消费者更看重售后服务。为此,vivo

在产品中融入了大量的本土元素,内置9种印度常用语言包,外观颜色主打金色,这使得vivo在印度科技媒体圈和消费者中迅速破局。张良说,在本地化上,vivo主打“爱印度,爱vivo”主题。在品牌营销方面,vivo立足当地,以印度消费者最关注的媒体、媒介为切入点,争取更高效、更广覆盖面的沟通。结合印度消费者喜爱的板球和影视,公司去年下半年拿到印度板球超级联赛2016、2017两个赛季的冠名权,聘请印度宝莱坞当红影星作为代言人,同时冠名数个电视节目,包括印度人喜欢的明星访谈类节目和“印度好声音”等娱乐节目。

其次,中国品牌手机在印度受青睐还得益于他们在设计上不断推陈出新。华为的P9、小米红米Note3、联想K5 Note、vivo的V3和V3Max……中国手机厂商不断推出新机型、新设计,赚足了印度消费者的眼球。与之相反,苹果在印度仅推出了iPhoneSE,型号单一,价格偏贵,最终导致销量下滑。

第三,中国手机厂商在印度的投资持续上升。近日,华为在印度举行P9发布会时宣

布,该公司很快将在印度生产智能手机。近期,小米公司将联合富士康在印度再建两座制造工厂,加上去年8月已经建完的工厂,小米即将在印度拥有3家富士康专属工厂。张良表示,vivo在印度设有装配工厂,预计到今年底月产100万台,为当地创造2000多个就业岗位。中国手机厂商加速在印度市场全面布局,从硬件到软件、再到营销,全商业生态渗透,力度空前。

国际分析机构战略分析公司最新研究报告称,用户总是在考虑将手机升级换代,一些中国品牌手机因具备明显优势赢得了印度消费者的青睐,目前印度市场排名第二的Micromax面临着严峻的挑战。战略分析公司中国本地高级终端分析师吴怡雯认为,印度市场智能手机的普及率仅为45%,市场潜力巨大。随着中国内市场的日渐成熟,对寄望冲进全球前五的中国手机厂商来说,印度市场至关重要。

(本报新德里8月23日电)



扫描二维码 看更多内容

## 经济透视

“工业4.0是一个概念,它向德国所有的企业发出一个信号——新的工业时代已经来临,你必须有所行动。而这个行动,就是将传统生产模式与互联网联结起来,即‘工业+互联网’。”德国“工业4.0教父”、德国国家科学和工程院院士长海宁·卡格曼教授表示,“它是工业的未来。”

工业总是在不断变化发展的,但不不变的是工业在人们生活中的地位。例如,未来人们还会驾车出行吗?当然。只不过,人们对交通工具的要求更多元了,要有更优质的材料,更优越的性能,更清洁的能源……

中欧商学院院长佩德罗·雷诺认为,工业的未来将要求生产商及时跟上快速变化的需求,且用尽可能少的成本去更新相应的生产设备,以适应生产新的产品。如今的工业生产车间与20年前相比,更加自动化,有更多的工业机器人参与。同时,自动化并没有如人们所担心的那样取代人的位置,相反,如今参与工业的人员数量,也比20年前要多得多。这是为什么呢?因为,生产能力提高了、方式不同了,人们的想法也更多了,产品也更丰富了——消费者需要更多的产品。

在生产线上愈加自动化的今天,工业产能急剧上升,全球产能过剩早已不是一个新鲜话题。谁能从根本上解决产能过剩的问题,谁就能够在未来的工业中占有重要的地位。抛开“数字经济”“物联网”“云计算”等技术表象,就会发现德国工业4.0的根本目的,正在于此——需求引导生产,进一步提升创造价值,将成本与损耗降至最低。对此,德国工业4.0对生产企业提出了5点要求——动态弹性生产、人机生产互动、资源消费最优化、工厂高效使用以及生产过程全透明。最关键的一点,莫过于建立弹性生产线,从批量生产转向产品值更高的私人订制,以订制方式达到零库存,以更加智能的工业机器人生产方式将废品率降至最低。

所谓“弹性生产线”,是指一条生产线不需要更换设备,就可以根据用户的不同需求,随时更换各环节的关键参数,生产出有差异性的产品。在今年4月的汉堡工业博览会上,已经有不少德国展商拿出了弹性生产线的模型。在德国传感器家族制造企业西克(SICK)的展台前,机械手臂前端的智能摄像传感器可以识别汽车前网关键部位的各个编码,来获得客户的个性化定制要求,并直接对手臂下达命令,切割出不同的汽车前网,动态弹性生产随即实现。

德国总理默克尔表示,工业是德国经济的引擎。德国著名管理大师赫尔曼·西蒙指出,真正撑起德国工业的,是德国的中小型企业,数以百计能够做到世界行业领先却不为人知的“隐形冠军”。因此,这些中小型企业是否能够及时根据上下游企业产品的改变做出生产调整,对整个德国工业体而言至关重要。虽然目前来看,中小型企业升级弹性生产线周期长,成本高,但若果真实现向工业4.0的转型,这些覆盖各个工业领域的世界“隐形冠军”,将帮助德国在全球范围内率先制定一套“未来工业标准”。

# 何为德国人眼中的工业未来

冯雪璐

## 《麻省理工学院技术评论》公布创新者榜单 6名中国杰出青年入选

本报华盛顿8月23日电(记者高石)23日,美国《麻省理工学院技术评论》在其官方网站上公布了第十六届全球35岁以下创新者榜单,其中6名中国人入选。

该榜单旨在表彰正在成为各自领域领军人物的杰出青年创新人士,并将这些人分为远见者、发明者、创业者、科技先锋和人文关怀者五大类别。35名上榜者在医学、能源、材料、计算机等不同领域从事研发和创新,涵盖初创公司创始人、学术机构研究者等。

6名上榜的中国人分别是发明者类别中的加利福尼亚大学伯克利分校博士后高伟、前百度深度学习实验室主任研发架构师和首席设计顾问顾嘉唯、科技先锋类别中的IBM公司研究中心研究员曹庆、伊利诺伊大学助理教授刁莹、清华大学副教授张一慧以及南京大学教授朱嘉。

## 中国驻印尼使馆与印尼大学 签署小额物资援助交接证书

本报雅加达8月23日电(记者席来旺)23日下午,中国驻印度尼西亚大使馆与印尼大学在印尼大学社会与政治学院举行小额物资援助交接证书签署仪式。中国驻印度尼西亚大使馆商务公参王立平与印尼大学社会与政治学院院长苏西洛博士出席仪式并签字。

根据中国与印尼政府商定的安排,中国政府承诺向印尼大学捐赠包括35台一体机电脑和20台笔记本电脑等教学设备在内的共计50万元人民币的小额物资。近日,中方提供的物资抵达雅加达,移交印尼大学。

## 工行万象分行成为老挝最大商业银行

本报曼谷8月23日电(记者张志文)万象消息:中国工商银行23日表示,截至上半年底,该行万象分行的总资产规模已超过老挝外贸银行,成为老挝资产规模最大的商业银行。中国工商银行万象分行于2011年11月开业,努力推动资产业务的本土化发展,加大在老挝的信贷投放力度,通过项目贷款方式直接支持一批当地重点基础设施项目,为促进老挝经济发展和中老两国间的经贸投资领域合作做出贡献。

2012年6月,工行万象分行获得老挝央行批准,成为老挝唯一人民币清算行,是工行境外机构中首家获得所在国监管机构授予人民币清算行业务牌照的分行。工行万象分行还与中国出口信用保险公司合作,成功办理老挝首笔非主权担保的“信保+银行”融资,探索出一条解决企业融资难问题的新路径,开创了中金融海外融资服务的新模式。

# 普华永道遭巨额审计诉讼

本报驻美国记者 王如君

永道不仅要付出55亿美元的高昂代价,而且诚信大损。

被告方律师认为,首先,普华永道没有为TBW提供过任何审计服务;其次,对于殖民银行,普华永道按照专业审计的标准履行了职责,但即使是合理设计和执行的审计都有可能无法发现风险欺诈行为,更何况存在伪造文件和蓄意共谋等行时。

TBW破产前曾是美国第十二大抵押贷款公司,其倒闭主要是创始人李·法卡斯与殖民银行高管串通账务造假,自2002年至金融危机期间,累计从殖民银行挪用了14亿美元。随着金融危机袭来,TBW出现巨额亏

空,不得不宣布破产。TBW破产案是美国历史上第六大银行破产倒闭案件,有5名TBW高管因此入狱。作为TBW最大的客户,殖民银行在TBW倒闭后不久,也破产倒闭。

此次普华永道遭遇的审计诉讼案让人再次想起了安达信的悲剧。安达信曾是世界五大会计师事务所之一,2001年因美国能源巨头安然公司弄虚作假,安达信为其审计而受到拖累,最后遭遇了破产的命运。安然事件之后,美国对会计师事务所业务加强了监管,推出了《萨班斯—奥克斯利法案》,正式禁止会计公司向其审计客户提供任何非审计服务。有专家认为,尽管《萨班斯—奥

快递费”的大礼包。以一桶重5千克的蛋白粉为例,从河内市快递到胡志明市,需要8万越南盾(1美元约合2.2万越南盾),我们补贴5万越南盾后,消费者只需承担3万越南盾的费用。”

越南人口逾9000万,截至2015年底,越南互联网用户占总人口的52%。在亿贝等国际电子商务巨头开拓越南市场的同时,“银燕”等越南本土电商如雨后春笋,后来居上。

越南政府看到了发展电子商务的巨大潜力,近日批准了2016—2020年电子商务发展计划。根据该计划,到2020年越南将建成覆

盖各省市的电子商务和物流网络;全国30%的人口有望加入网购的行列,人均网购支出350美元;80%的企业将通过各大电商平台,提供网购商品或服务。

“图片很丰满,实物很骨感。网购虽然方便,但我的网购经历喜忧参半。一些衣服、鞋子的图片与实物差别很大,没有网站描述的那样完美。”经常网购的越南在校大学生陈秋霞这样向记者吐槽。据越南国家电视台等媒体报道,一些消费者在社交网站上购物,有收到假冒伪劣商品的,还有花了钱却收不到货的。

# 网购在越南日益流行

到2020年30%人口有望加入其中

本报驻越南记者 刘刚

“现在越来越多的人选择网购,这种便捷的购物方式正在改变越南消费者特别是年轻消费者的购物习惯。”越南首都河内市一家体育保健品公司的销售经理阮俊兴告诉记者。日前,记者体验了一次越南网购,网上下单一小时后,阮俊兴骑着摩托车,将记者选好的蛋白粉送到楼下。

“你们实体店销售和网上销售的比例大概为多少?”记者问。“各占一半吧。我们的网购用户并不局限在北方河内市及周边,南方胡志明市也有很多人下单。”阮俊兴回答“为抢占先机,我公司还推出‘你网购,我倒贴

针对网购存在的种种问题,越南政府在电子商务发展计划中指出,将结合电子商务的具体模式和实际操作,全面调整和完善相关法律法规,为电子商务的健康发展提供保障。此外,围绕广大网民关心的支付安全问题,越南政府将建设国家电子商务结算系统,推出安全、便捷的支付方式。

为让更多的消费者参与网购,越南还全力打造一年一度的全民“网购日”活动。2015年12月4日,越南全民“网购日”的总营业额突破2500万美元,网站点击量突破250万次,促销商品信息浏览量达1688万次。

越南将今年的全民“网购日”定为12月2日。据组委会介绍,今年“网购日”期间,3000多家企业将推出20万种优惠商品,其中,组委会还将隆重推介5万款优质特惠商品。越南官方表示,今年“网购日”期间,将加大力度,对网购商品质量进行全程追踪,一旦发现质量问题,将立即取消相关企业参与“网购日”的资格,让网购更安心。

(本报河内8月23日电)