

为了换取急需的现金，2012年的诺基亚的主题就是“出售”和“裁员”：出售纽约大楼甚至芬兰总部大楼，出售智能手机相关专利，出售Qt软件业务和奢侈手机品牌Vertu；关闭全球数家工厂，在明年年底前全球裁员1万人，总计节省21亿美元的支出。

让埃洛普更加难堪的是，他选择的战略伙伴微软并不是那么配合。今年第二季度，Lumia销量刚见起色，微软宣布新系统WP 8不支持现有WP 7手机，导致Lumia第三季度销量明显下滑；HTC与诺基亚一道进入WP 8市场，同样得到了微软的推广帮助。而微软要推自主品牌手机的消息更是让诺基亚感到了压力。

面对着外界的责难，埃洛普依旧保持着笑容，回应对各种直接批评：WP 8不支持WP 7，但新系统更有竞争力；HTC推WP 8手机，说明WP系统有吸引力；微软推自己手机，有利于WP生态系统。在第三财季发布后，埃洛普面临着前所未有的质疑。

重燃新希望

WP 8新品成为了决定诺基亚命运的产品，幸运的是，埃洛普在最黑暗的时刻看到了希望。Lumia 920的几大技术创新几乎获得了业内和用户的一致好评：PureView拍照功能以及超灵敏触摸屏是这款手机的最大卖点。随着WP 8系统的逐渐成熟，这款硬件出众的手机开始得到了市场的接受。

Lumia 920在美国、法国、德国、意大利等市场上市不久就告售罄，在美国亚马逊销售榜上排名第二，成为AT&T历史上的第四畅销机，美国地区各大门店均一机难求，预定时间甚至长达2周。而在法国，920的销量甚至超过了苹果iPhone 5。

诺基亚对Lumia 920的定价起到了关键作用，这

款32GB的高配置旗舰手机定价在中端价位。美国AT&T无合约机价格仅为450美元，而两年合约机价格更是从原来的100美元降低到50美元，相比16GB版iPhone 5的200美元价格，诺基亚920具有明显的性价比。

除了高端手机Lumia 920良好销量带来的提振，诺基亚还通过820和620主推中端和低端手机市场。此外，埃洛普也在不断寻求新的自救手段。在诺基亚用户量最大的中国市场，诺基亚还与中国用户量最大的运营商中国移动合作推出了TD-SCDMA版的Lumia 920。在这一举措的提振下，诺基亚的股价明显走高。

在地图这一诺基亚优质资产上，埃洛普也开辟出了跨平台的新思路，新地图应用Here进军苹果和谷歌手机。在苹果地图疲弱的情况下，诺基亚地图受到了iPhone用户的欢迎。或许正是受到诺基亚地图进军iPhone的推动，谷歌才抓紧发布了iPhone版地图应用。除了发布地图应用，诺基亚还与甲骨文、亚马逊等公司合作，将地图服务提供给这两大公司的诸多企业用户和消费者。除了单纯的手机销量，埃洛普努力利用诺基亚现有的资源，为公司争取到新的营收可能性。

埃洛普性格温和，即便承受着业界最大的压力，他也始终面带笑容。他和诺基亚的2012，从满怀希望到失望低落再到重燃希望，或许这是诺基亚从低谷翻身的一年。同样是面对质疑，他也许可以借鉴下乔布斯当年的态度。

乔布斯在97年回归苹果时，曾有用户写信认为他不可能挽救苹果，乔布斯回了一封简单的邮件，“可能你说的是对的，但如果我成功挽救了苹果，记得照照镜子，替我叫你自己一声‘混蛋’。”

（来源：新浪科技）

（上接33页）

三星的非洲市场计划也雄心勃勃。在非洲智能手机市场上，三星目前所占的份额为10%左右，并且计划在明年把这一数字增加到20%以上，为此，三星为非洲地区专门定制一款智能机-GalaxyPocket。GalaxyPocket是三星最近推出的一款非洲智能手机，售价约118美元，之前其他三星机型占据了非洲6%-8%的智能手机份额，三星准备用类似GalaxyPocket的智能机在2015年前达到100亿的销售额。

由于非洲市场对于廉价智能手机的需求越来越大，黑莓手机制造商RIM正准备依靠价格更低廉的黑莓智能手机来提高其在非洲市场上的份额。

虽然低端智能手机是非洲市场的主角，但是也应该看到随着非洲中产阶级的兴起，以苹果为代表的高端智能手机的市场也在增长。多哥出口加工免税区的高级顾问MmeTchimsiAtchabao女士谈起国内的智能手机时特别提到苹果。“我自己用的就是苹果手机，我的很多朋友也在用这个牌子的手机。现在中产阶级的群体正在逐渐壮大。”她说道。但是，由于苹果在非洲很多国家没有经销商，很多人通过国外采购的方式取得。

（来源：国际商报）