

>>>>...

英特尔手机疑云：加大力度布局移动互联终端

[导读]手机中国联盟秘书长王艳辉认为，英特尔是对高通最有威胁的企业，在等一个机会与高通抗衡。

英特尔、微软都在开足马力争夺移动互联终端市场。

微软直接蹦出来弄出自己品牌的Surface平板电脑叫板苹果iPad，开拓出“微软路径”。而在市场传出英特尔要推自己品牌的智能手机之时，英特尔却表示不走“微软路径”，“不会做英特尔品牌的手机。”虽然都是国际大佬，当年起家战略如出一辙，而如今却“剑法”有异。

手机中国联盟秘书长王艳辉认为，英特尔是对高通最有威胁的企业，在等一个机会与高通抗衡。

Lexington悬疑

12月13日，一则来自国外科技网站UnwiredView的消息引起业内高度关注。该消息称，英特尔可能也计划自主开发智能手机，并有可能将其命名为Lexington或Zeeya Beach，而且根据这款产品图片文件名包含的肯尼亚运营商Safaricom的名字推测，该手机可能面向非洲市场推出。

众所周知，如今的全球移动终端市场，苹果以其手机iPhone、平板电脑iPad独步天下，而由于苹果产品无论是芯片还是操作系统皆非英特尔、微软“制造”，因此这两家巨头在苹果的狂欢中一无所获。

这其中微软的表现更为焦急。就在今年6月份，微软一改往日与OEM厂商合作的形象亲自上阵推出了自有品牌平板电脑Surface，开拓“微软路径”亲临战场与苹果作战。

而与微软不同的是，英特尔在移动互联终端的竞争中，此前一直采用与其他厂商合作的模式，还是原来的OEM路径。不过如今却传出英特尔亲自披挂上阵的消息，难道英特尔也要走“微软路径”？

“这不太可能！”王艳辉12月13日接受《华夏时报》记者采访时的第一反应是，“我听说英特尔有开发整机的团队，但没听说推自有品牌手机，除非英特尔可以达到三星那样的规模。”

“英特尔官方没有这种说法！”12月13日晚间，针对英特尔推自有品牌手机的说法，英特尔中国公司公关经理孟轶嘉接受《华夏时报》记者采访时明确表示，“在智能手机领域，英特尔现在主要是与手机厂

商、运营商合作。”

“Lexington 是我们一个平台的代号，确实是面向经济型手机的平台。”孟轶嘉进一步对本报记者解释称，但“我们会面向OEM出货，不会做英特尔品牌的手机。”

“英特尔在等一个机会”

市场研究公司Strategy Analytics的数据显示，2012年上半年，英特尔在全球智能手机芯片出货量中仅占0.2%的份额，高通取得了48%的市场份额。

在智能手机市场，英特尔的步伐被普遍认为略逊一筹。“英特尔认为智能手机只是移动互联网的开端，不会是一两年的事，在移动互联网的开端，英特尔现在主要做的是战略布局与贮备。”孟轶嘉对此解释称。

资料显示，英特尔在手机市场曾出现波折。2006年6月，为了解决业绩压力，以6亿美元将手机芯片业务出售给了Marvell公司。2008年又重新杀回手机芯片产业，推出的第一款产品就是凌动品牌处理器。

2010年，英特尔在移动布局加大力度。当年8月先是以创纪录的高达77亿美元收购杀毒软件公司McAfee，紧接着又以14亿美元收购了德国芯片制造商英飞凌旗下的无线部门。前者的收购，被认为可以帮助英特尔解决个人终端安全问题，而后者被认为可以带来手机基带和射频技术，而这些是英特尔以前所缺的。

“英特尔是对高通最有威胁的企业。”王艳辉分析称，英特尔不缺资金，如不做在资本市场会受到影响。他认为，“英特尔在手机行业有一个完善的策略，慢慢做，说不定优势就会出来，英特尔在等一个机会与高通抗衡。”

英特尔最新消息显示，其近日在国际电子元件大会推出了下一代22纳米“SoC”片上系统技术。据悉，SoC技术能将一款设备的大部分核心功能集成在一片硅片上，通常用于移动设备。

22纳米“SoC”会是英特尔的机会吗？王艳辉没有说。或许如今谁也不知道英特尔在智能手机这个市场的机会在哪里出现，正如谁也没有料到平板电脑会突然风靡起来一样。

(来源：华夏时报)