



方法。面向众多终端厂商广发“英雄帖”，但最终中标的只有几个厂商的数款手机，大部分厂商都是“陪太子读书”。

但中国移动方面给出的解释则是，只有通过作大标准配置的产品，才能不断提高性价比，保持产品性价比的领先优势。按照既定计划，争取三季度4吋产品降到900元以内，3.5吋产品降低到600元以内。

在上次的集采中，终端厂商出现了惨烈的价格战，甚至是被视为国产手机招牌的“中华酷联”只有中兴的一款手机入围（TD终端招标揭晓：完美理性人导演黑马时代）；对于此次招标，相信同样的事情仍将上演。此次集采还有一个重大变化就是将双核、四核手机纳入了集采范畴。有业内人士指出，“中国移动也开始紧跟时代潮流了，特别是四核产品，一直是终端市场和消费者热议的话题。”

## 明年冲击1亿部销量

截止今年前10个月，中国整体手机市场销量达2.23亿，预计年底达2.8亿，增长率超10%。2013年手机市场将超过3.1亿，3G手机占比将进一步提升，但整体增速将放缓，预计2013智能机占比将进一步增加，整体占比达84%左右。

根据唐剑锋介绍，截至2012年11月30日，今年TD终端入网送测数达387款；今年前十月，TD手机销量已超过5000万部，其中10月份上市的机型中智能机占比超过75%；预计2013年TD终端销量突破1亿。

但是要冲击1亿部的手机销量，仅仅依靠中国移动一家的集采推动显然是不现实的。之前，业内就有声音，希望中国移动放弃对于TD终端的大规模集采。由于历史上中国移动一直有集采行动，导致TD手机厂商对中国移动的集采依赖度较高，反观中国联通和中国电信，就很少举行大规模的手机集中招标采购，而是由社会渠道商一起参与单款机型的谈判采购。

因此，中国移动实际上进退两难，采购量过多，不利于产业链成长，采购量小，手机厂商又觉得没积极性。不过，中国移动已经开始有意压缩集采量，开始走公开市场与自有渠道相结合的道路，而且越来越偏向于公开渠道。从目前公开的消息来看，中国移动今年的大规模集采量也就在1000万部左右。

（来源：C114中国通信网 岳明\文）