

手机业四季报摆开战局：三星守王座 七雄抢季军

在Gartner近日发布的2012年第四季度全球手机销量排行榜上，三星蝉联第一。该季，三星整体手机销量为6450万部，同比增长85.3%。

值得注意的是，在销量上夺取冠军后的三星，近期直捣苹果后院，在硅谷大量建立研发性机构，欲发动一场自我角色革命，从而摆脱身上追随者的标签。

《每日经济新闻》记者注意到，除双雄争冠外，时下手机业的季军战更显激烈与混乱，惊现诺基亚、华为、中兴、HTC、LG、索尼、黑莓等七雄抢位的格局，而季军宝座花落谁家，目前仍是一场只有逗号的战争。

三星：摆脱角色追随

市场研究公司CanaccordGenuity于去年10月底发布的一份报告内容显示，苹果和三星的智能手机业务利润在行业整体中所占比例已达106%，世界手机业正式步入双雄争霸阶段。不过一直以来，在双雄格局中，苹果以创新者形象引领行业发展，而三星的角色则是追随者。

然而现在，三星正欲将自己打造成一个行业创新者，而这一步，也是坐在销量龙座上的三星必须要走的路。

三星正在从事的最大胆的事业则是建造一个庞大的最新半导体园区，这个园区拥有与众不同的独特设计，目的是要与苹果计划建设的外观像宇宙飞船一样的园区展开竞争，争夺硅谷最有特色的建筑地标这一头衔。对此，中传互动营销研究院副院长于刚对《每日经济新闻》记者表示，“这次可以说是三星针对与苹果专利之争的一个回应，进入硅谷是想让外界看到三星的一种进步”。

据Gartner最新统计数据显示，苹果和三星在全球智能手机市场的份额总和由第三季度的46.4%上升到52%。三星以6450万部的成绩，遥遥领先苹果4350万部的销量。

在过去的一年中，三星借助Android平台的优势，同时用“机海战术”和“精品路线”战略，逐步稳固了其在手机市场的霸主位置。然而，这一角色的转变让业内开始担忧。他们认为，这样很可能让惯于做“跟随者”的三星在成为“领跑者”之后迷失方向。

三星把下一步战略瞄向了硅谷。“三星必须进入硅谷，原因是(科技领域中的)所有事情都在此发生。”市场研究公司Gartner的消费者技术和市场研究副总裁卡罗琳娜·米兰内斯(CarolinaMilanesi)说道。“你必须出现在所有竞争对手都集结在一起的地方。”

“这里是破坏性力量的‘震中’。”三星驻硅谷的首席战略官孙英权(YoungSohn)对媒体表示，“我们想要确保自己将会成为这种破坏性力量的一部分。”

“智能手机市场开始出现同质化现象，这也是现在消费者为何对苹果手机的热情开始有所下降的原因。”于刚认为，三星在这个时间点进入硅谷，是让大家更多地了解这家亚洲企业，毕竟硅谷是一个科技最前沿的圣地。

值得注意的是，长期以来，三星一直都是苹果主要的部件供应商之一。随着三星推出一系列新的智能手机，三星与苹果的关系变得越来越复杂。事实上，经过多年的积累，三星已经从最初的只做电子周边标准产品比如存储器芯片，逐步建立起了属于自己的生态体系和商业模式。

“三星的优势从一定程度上讲，是自己生产原配件，大大降低了生产成本，比如设计制造手机芯片、内存、闪存、屏幕甚至手机外壳，价格上就比其他厂商便宜，所以三星可以迅速占领市场。”于刚表示。

如果说苹果对于三星而言，最大的优势在软件应用方面的先人一步的话，那么三星今年1月份的举动，足以让苹果担忧。三星已在最近向位于加利福尼亚州帕萨迪纳市(Pasadena)的数字广告交易所OpenX提供了支持。在今年1月份，OpenX宣布该公司已经在由SamsungVentures牵头的一个融资回合中筹集了2250万美元资金。这项投资表明，以硬件著称的三星正试图更加深入地打入软件和服务领域。

七雄：硝烟弥漫的探花之争

与此同时，智能手机业的季军争夺战更加激烈，出现了诺基亚、华为、中兴、HTC、LG、索尼、黑莓等七雄抢位的格局。正如华为终端董事长余承东所言，全球可能只有三家手机公司能够活下来。