

手机教父赵科林投奔华为 或任华为终端董事长

澳大利亚人赵科林(Colin Giles)，一度被奉为中国手机行业的教父级人物，他曾经在诺基亚的全盛时期，把中国区业绩提升到了更鼎盛的境界。昨日有消息称，这位从诺基亚离职近一年的传奇职业经理人将加入华为，主抓B2C渠道工作。

“华为一直保持开放心态，积极引进全球精英人才加盟华为，共同致力于把华为打造成全球领先的智能终端品牌。”对此，华为官方在给予南都记者的回复中并未明确表态，只强调如有进一步的消息(赵科林加盟)，会第一时间进行通报。不过南都记者从华为内部获悉，赵科林加入华为基本“板上钉钉”。另有接近诺基亚人士告诉南都记者，之前已有耳闻，此事非常靠谱。

频引外援“补课”

华为内部人士向南都记者透露，内部传闻赵科林将担任高级副总裁，主抓B2C渠道工作。赵科林加盟华为基本上“板上钉钉”。

在华为内部人士看来，引入赵科林，意在为华为注入更多“B2C血液”，“之前从传统B2B业务转岗而来的华为员工，虽然忠诚度高、极为敬业，但很难从根本上进行自我革命。华为需要从品牌、渠道、产品等方面进行B2C改造。”

华为终端早年靠发售中低端手机、走运营商“集采路线”获得成长，但终端当时只是作为配角出现——运营商们需要华为为他们提供系统设备的同时，生产定制手机：举个例子来说，2006年，华为为沃达丰提供的3G手机V 710，甚至没有打上华为的LOGO。

华为总裁任正非一度寻求出售终端部门，但2008年全球金融危机，最终因“卖不上好价钱”告吹。直到2010年，华为终端才确认从B 2B(企业对企业)向B 2C(企业对消费者)转型，向个人消费者平台延展。

然而，两年多时间的改造未能让华为终端脱胎换骨。公开资料显示，目前华为终端的社会渠道销售占比仅为15%。为了淡化自身的B2B烙印，华为近来从三星、摩托罗拉、诺基亚等挖来了一拨业务骨干，从品

牌、产品、软件、渠道、销售等各方面进行优化。如华为中国区终端市场部品牌执行部部长胡红莲，便新近从三星跳槽到了华为。

一位从外资手机厂商加盟华为的人士向南都记者透露，他之前一直在帮外企做国内的市场销售，“华为的职位吸引我的重要原因是，我想帮助本土企业获得成功”。

瞄准智能手机头把交椅

按照华为的计划，未来几年内，其终端产品的社会渠道销售占比提升至50%。华为手机给自己的定位是，“用5年的时间，取代苹果和三星，坐上智能手机业界第一把交椅。”

在目前中国市场上，华为终端已是“坐二望一”——据市场研究机构Strategy Analytics的最新智能手机销量报告，三星电子第一季度在中国的智能手机销量达1250万台，高居榜首；紧随其后的便是华为，第一季度销量为810万台，联想则以790万台的销量排名第三。排名第四、第五的是酷派和中兴，苹果排名第六，销量为610万台。

“苹果把‘简单易用’做到了极致，但乔布斯去世后，他们没有朝更高的境界去发展。三星垂直整合能力比较好，从屏到芯片，供应链从上到下的整合能力强；但三星的用户体验比较、工艺设计都没有什么惊艳的感觉，软件能力其实也并不强。”华为终端董事长余承东向南都记者表示，华为希望用超越别人的境界，来缩短和对手的差距，“单纯模仿永远不可能赶上。我们要用短跑的速度长跑。”

10天后，华为将要在伦敦发布被称为“极致标杆”的手机：P6。这款号称全球最薄的手机，被打上了“惊艳”的标志：华为期望它的发布，不仅能为自己正名，更能突破自己第二阵营的市场定位，打破苹果三星的利润价值链圈。不过赵科林未必会亮相发布会，因为按照有效期一年的同业竞争协议，赵科林离开诺基亚后一年不能加盟同类行业任职。也就是说，他是否加入华为最快也要到7月才会有官方结果。