

连连科技转战国际漫游谋生

否认退出虚拟运营商市场

因解散线下团队引发业界诸多猜测的虚拟运营商连连科技，日前通过媒体发声，公开回应称正在根据自身情况进行业务上的收缩调整，同时向国际漫游业务发力，欲借此实现差异化，打破虚拟运营商的生存困局。

据了解，早在年初，连连科技就推出了UU伴旅产品，该产品面向国际漫游用户对移动上网的需求，连连科技试图通过出境、入境双向的网络漫游服务挖掘移动转售业务的细分领域。由此，放弃国内省公司运营，可以说是连连科技经历了“试错”阶段后重新寻找出路的举措之一。

数据显示，2014年中国出境旅游人数达到1.17亿人次，出境游人数持续增长的同时，漫游用户对数据流量的需求也在与日俱增。

值得一提的是，中国移动、中国联通、中国电信三大基础运营商近年来也加紧步伐与国外运营商洽谈合作，多次下调国际漫游资费，尤其是数据流量的资费，这既是基础运营商向流量经营转型的重要内容，也是为满足用户对国际漫游上网日益增长的需求。

对于连连科技的重新调头，通信行业资深分析师马继华分析指出，虚



拟运营商瞄准国际漫游业务应该说“是有前途的”。目前，虚拟运营商发展的用户数量还比较少，这样就比较容易与国外运营商谈合作，可以一地一地地解决漫游，没有像基础运营商那样庞大用户体量的包袱。

连连科技高管在接受媒体采访时称，该公司目前已经与中国香港地区的几家运营商完成了业务对接，与此同时，还在与韩国、日本、东南亚、欧洲、美洲等地区的电信运营商接洽合作。

需要指出的是，连连科技方面认为，国际漫游业务最佳合作对象是国外的虚拟运营商。数据统计，截至去年底，全球已有接近1000家虚拟运营商，覆盖56个国家和地区。受中国出境游人数急剧增长驱动，不少海外电信运营商也开始将目光投向中国市场，实际上这也给虚拟运营商“走

出去”提供了有利的机会。

观察人士指出，从国内虚拟运营商发展一年多来的表现看，显然很多厂商尚未走出“试错期”，还没有找到有效的差异化服务卖点，按照市场的一般规律，已获牌的40多家虚拟运营商将不可避免地迎来优胜劣汰的选择，而谁能最后活下来主要取决于产品服务的差异化、建立有效的商业运营模式。不过，参照国外虚拟运营商的发展经验，大多数在3-5年在市场占据一席之地很难。由此，虚拟运营商还有很长一段路要走。

虚拟运营商联盟秘书长邹学勇在接受北京商报记者采访时指出，虚拟运营商的差异化服务，将是如何将通信能力整合至既有业务中，找到细分市场或增量市场中的机会。

北京商报记者 吴辰光 曲忠芳

· 谁有话说 ·

高德副总裁董振宁： 做竞争对手做不到的

“专业的语音导航应该具备四个要素：精确化、智能化、人性化和娱乐化，在具备了前三个条件后，高德也开始大打娱乐牌。”在日前的高德地图欢笑版发布会上，高德副总裁董振宁如是说。在他看来，高德在语音导航领域具备的娱乐化元素是竞争对手做不到的。

此次高德地图欢笑版最大特色是加强了其中的语音导航模块，除了能够常规地播报“减速、拐弯、到达目的地”等基本导航动作之外，还能根据实时场景，以国内著名相声演员郭德纲特有的调侃式语言，进一步提示实时交通信息。

这是继去年底郭德纲语音首次出现在高德地图中以来，双方的进一步深化合作。去年12月双方宣布合作以来，高德地图的产品活跃度持续走高，其中，新增用户速率提升了230%，每日活跃用户数提升幅度达到36%，近期在苹果App Store榜单上的最高排名是第二。

“能取得这样的成绩，根本原因是我们双方真正做到了各自核心能力的专业融合。”董振宁认为，“互联网与娱乐圈的跨界融合绝不仅仅是单纯的广告代言，还必须落地到实打实的产品和服务上，才能给用户带来体验上的飞跃，进而提升合作双方的口碑和价值。高德地图与郭老师就找到了一个非常好的结合点，专业地图+专业相声=快乐导航。”

董振宁表示，专业的语音导航应该具备四个要素：精确化、智能化、人性化和娱乐化。这几个特点之间是层层递进的关系：精确化指的是，支撑导航模块的底层数据必须完备准确，这是产品的立身之本，高德在这个领域拥有近13年的专业经验；而在数据准确的基础上，就能利用大数据技术实现“智能化”，提供躲避拥堵和路线择优规划等痛点功能；人性化则是追求体验方面的极致，例如语音提示时机恰到好处、用户理解门槛低；“最后的娱乐化，就是导入明星趣味语音等各种元素，让用户在享受专业服务的同时，也能发自内心地感受到快乐。”

在高德看来，该公司是截至目前国内首家也是唯一一家能够提供明星语音导航功能的互联网地图厂商。而竞争对手则由于缺少地图数据、语音功能落后，导致体验不佳。

北京商报记者 吴辰光

产品面面观

华而不实的手机功能

本期盘点：智能手机发展七八年，制造工艺几近成熟，手机厂商火拼不断升温，为了标新立异，厂商也曾试图“不走寻常路”，打出差异化的卖点，但事实证明这些卖点中不乏华而不实者。本期介绍手机厂商打出的几个实用性欠佳的功能。

轻薄

代表机型：OPPO R5



4.85毫米的薄度，OPPO R5甫一面市就刷新了市场底线，不过因摄像头凸起的缘故，OPPO并未申请吉尼斯纪录。从配置来看，OPPO R5配备高通八核处理器，微弧金属中框设计，同时还支持VOOC闪充技术。清晰的轻薄主打卖点，使OPPO有底气喊出了2999元的首发市场售价。

点评：轻薄、时尚是用户对智能手机的刚性需求。OPPO R5虽然手感不错，是款用心的作品，但却牺牲了耳机接口以及电池续航能力。作为移动设备，没有耳机接口并不方便，若接蓝牙耳机则会耗电。机身轻薄限制了锂电池的容量，在用户本就对充电频繁无比烦恼的情况下，OPPO为薄而薄，是否得不偿失呢？

眼球追踪

代表机型：三星 S4



在经历S2、S3两款Galaxy S系列旗舰机的大火后，三星电子对S4也曾寄予厚望，欲打造一款性能强大的机型，其中的重要动作就是为S4添加了眼球追踪技术，用户通过眼球转动进行上下翻页等操作，然而当S4真正投入市场后，这个三星颇下心思的技术却并未收获好评，不少用户反馈并不好用。

点评：可以说，三星电子告别智能手机高增长的黄金时代实际就是从S4开始的，S4功能创新缺乏亮点，诸如眼球追踪、悬浮操作等新技术尚不成熟。三星电子随后也意识到了这些新技术的问题所在，因此在之后的S、Note旗舰机型中放弃了这些实用性较差的功能，对三星电子来说，这也算是一次在智能手机领域尝鲜和试错的经历。

语音识别

代表机型：中兴星星2号



中兴星星2号是一部主打语音功能的手机，与苹果Siri、微软小娜等不同，该款手机将语音操控植入硬件平台底层，实现全语音控制，并且是系统级的语音控制，可以让语音交互贯穿所有应用和操控。从硬件配置来看，第三代大猩猩玻璃、5英寸高清显示屏、1300万摄像头等都是主流配置，而且结合最新的价格，性价比较高。

点评：中兴通讯这款星星2号手机，可以说很适合用户自娱自乐。语音识别，是包括谷歌、微软等国际巨头以及国内大小厂商抢滩的热门领域，不过因语音识别技术以及精准度、智能化尚有待提升，用户普遍并未养成语音控制的使用习惯，因此语音识别这一主打卖点似乎吸引力也并不是很强。

NFC

代表机型：荣耀6 Plus



NFC近距离通信技术，并不是新概念，最早可追溯至功能手机时代，如今更成为智能手机的标配，包括苹果iPhone 6/6 Plus也添加了NFC功能支持。就国内市场而言，选取了华为荣耀6 Plus作为代表机型，是由于其在众多安卓产品中具备代表性，而且该机型采用了业界领先的eSE方案，可实现刷手机直接付款消费。

点评：NFC已成为智能机的标配，然而大多用户发现不常用或根本不用，NFC实际是一个鸡肋功能，NFC意义只存在于厂商的宣传海报中。NFC是当下主流的支付方式，但NFC支付需整合的产业链各利益方过于复杂，这也是这么多年以来NFC支付始终难以普及的主要原因。