

·看台·

联想乐檬携京东制订千万销量目标

北京商报讯(记者 吴辰光)联想集团近日发布新的手机品牌“乐檬”，新品乐檬K3 Note同步上市。同时，联想与京东达成战略合作，双方将针对千元机市场资源互补，预计年内将实现1000万部手机销售。

京东集团副总裁、通讯采销事业部总经理王笑松表示，京东将为联想乐檬提供从售前的营销支持、售中的站内资源大幅倾斜及售后的大数据分析等方面全力支持，并提供211个城市12小时到货、7天无理由上门换新等服务，无论从市场还是服务方面，都会投入最大的力度。

作为“乐檬当家人”，联想集团高级总监Lenovo手机电商业务总经理杨峻表示，青年在手机的选择方面，不仅希望得到领先的基础配置和极具竞争力的价格，更希望手机能够具备有个性、有特色的优势功能，乐檬K3 Note正是这样一款“既有料又有范儿”的产品，相信联想乐檬一定能成为年轻人的购机首选。

极路由打造别墅级智能路由器

北京商报讯(记者 吴辰光)新一代智能路由器极路由3于日前在京东商城预约首发，官方报价299元。

在硬件配置上，极路由3将无线提升至1167M(300M+867M)的同时，特别增加了对有线千兆网络的支持，解决高端用户内网传输问题。在路由器的核心诉求“信号问题”上，极路由3采用顶级射频元件Skyworks方案，四路信号放大，信号超强。极路由3的信号还可以通过手机App进行四级调整，最强状况下可以完美覆盖双层独栋别墅。

极路由于2013年3月发布旗下第一款产品极壹，正式开启了智能路由器这个全新的产业，随后业界巨头纷纷涌入。截止到2014年底，极路由总销量已经突破150万台，连接终端数突破2000万台。占据了智能路由器行业68%的市场份额。

就在此前不久，极路由正式宣布加入海尔U+智能家居产业联盟，与此同时极路由也参与到中国联通的智慧沃家产业联盟中。通过与家电厂商和运营商的合作，极路由希望其产品真正成为智能家居的核心。

首款4GB内存手机ZenFone 2上市

北京商报讯(记者 吴辰光 曲忠芳)昨日，华硕ZenFone 2智能手机正式登陆国内市场，这是全球首款4GB大内存的高性能智能手机，售价1299元起，具有较高的性价比。在中国这个全球最大的智能手机市场上，作为PC厂商的华硕欲借ZenFone 2提升其在移动领域的话语权。

从配置来看，华硕ZenFone 2搭载最新的安卓5.0操作系统和英特尔64位处理器，主频率高达2.3GHz，甚至超过了部分笔记本电脑；配备5.5英寸1080P屏幕以及1300万像素主摄像头，尤其强化了弱光夜拍的能力，机身厚度仅3.99mm，支持双4G网络制式。

华硕方面认为，从市场份额分析，目前国内4G智能手机市场格局尚未落定，即使是占有率第一的品牌，市场占有率也没有超过16%，可以说洗牌效应仍在持续作用，尤其是第二、三阵营变动可能会较大，甚至有机会冲击第一阵营。华硕在手机上拥有规模性的技术和知识产权积累，因此有机会实现弯道超车。

大数据助力女性移动健康管理

北京商报讯(记者 吴辰光 曲忠芳)日前，女性健康管理应用软件“大姨吗”联合北京大学医学部临床研究所发布《2015中国女性生理健康白皮书》，这是在大数据背景下，以持续移动客户端数据为基础进行样本分析的女性健康管理领域研究成果。

大姨吗App目前已有超过8000万注册用户，日活跃用户数超过420万。拥有强大的健康管理功能，包括经期记录和预测，量身定制的健康、美容、美体贴士，健康测试、8杯水提醒、魔瘦食谱推送等自定义功能。而在平台的背后，大姨吗构建的动静态算法结合的数据分析系统，也在不断地发挥着大数据的作用。

随着移动互联网更加细分和垂直，女性健康管理类App火热发展。据不完全统计，国内各大应用市场中的女性健康管理类App总数大约在200余款。在这些软件中，大姨吗的下载量远高于其他App，在几大市场中合计下载量甚至都超过了上亿次。

数·读

近日，三大运营商2014年的财报陆续出炉。外受OTT冲击，内受营改增、网间结算调整等政策拖累，处于内忧外患的运营商在营收和利润方面都开始严重萎缩，高增长时代已一去不回。

运营商挥别高增长时代

营收 12505亿元

2014年度三大运营商收入情况(单位:亿元)

中国电信	3243.94
中国移动	6414.48
中国联通	2846.81

据工信部统计数据，2014年电信业务收入完成11541.1亿元，2013年为11689.1亿元，按可比口径测算同比增长3.6%。其中，“按可比口径测算”即剔除“营改增”因素后的数据对比。如不剔除该因素，2014

年我国电信业务收入实际同比下降1.3%。

具体业绩方面，中国移动去年营收6414.48亿元，同比增长1.8%；中国联通去年营收2846.81亿元，同比下滑3.5%；中国电信去年营收3243.94亿元，同比增长0.9%。

三家总营收约为12505亿元，与2013年相比，2014年三大运营商营收增幅放缓，中国联通甚至出现营收负增长。而这

或只是开始，工信部的最新报告显示，2月，三大运营商收入增长继续呈下滑趋势。

对于这样的成绩单，三家运营商均将原因归结于2014年的营改增、网间结算等政策以及营销费用压降等影响。另一方面，受到OTT的激烈竞争，运营商也逐渐被管道化。整个2014年，对三家运营商可以说是内忧外患的一年。

净利润 1391亿元

2014年度三大运营商净利润情况(单位:亿元)

中国电信	176.8
中国移动	1094.05
中国联通	120.6

到完善。从行业方面看：4G商用，导致运营商业务结构进一步改变，重心愈

加向流量经营转移。以上种种是导致利润增幅骤减的最大原因。

非语音业务 58.2%

近五年语音业务和非语音业务收入占比(%)



去年，行业发展对语音业务的依赖大幅减弱，非语音业务收入占比由上

年的53.2%提高至58.2%。在移动电话用户增速明显放缓和互联网应用对语音和

短信业务的替代双重影响下，全国移动电话去话通话时长29270.1亿分钟，同比增长仅1%，比上年增速下降4个百分点。移动短信业务量和收入降幅均超过10%。去年，全国移动短信业务量7630.5亿条，同比下降14.4%。

具体到三家运营商方面，中国电信语音业务收入占比不到30%；中国联通语音业务占比不到40%。实

际上，从2011年开始，移动业务中非语音业务收入占比已高达48.7%，2012年非语音业务已经超过了50%；中国移动到2014年语音收入仍近50%，但同比下降13.1%。从收入构成、用户规模以及ARPU值来看都还停留在2G时代。中国移动还处于语音向数据业务转型的阵痛中。

北京商报记者 吴辰光/文
胡潇/制表

应用宝助推腾讯移动互联网业务变现能力

在腾讯日前公布的2014年财报中，应用宝成为了关注焦点之一。

在安卓应用商店领域取得的突破不仅得到腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾的肯定，同时也在腾讯财报策略摘要中被重点提及。财报称，2014年，腾讯专注于“连接”策略，初步推进了移动互联网业务的变现能力。在应用商店领域取得稳健市场份额增长，应用宝已成为中国领先的安卓应用商店之一。

实际上，应用宝在腾讯内部的战略地位蹿升明显，在2014年三季度财报中就被提及。在2014年全年，应用宝成为市场份额增长最快的安卓应用商店，从行业前五开外，跃居三甲，已具备争夺该领域头把交椅的强力竞争优势。据荷兰市场研究

与咨询公司Newzoo发布的报告显示，在2014年10月数据中，应用宝市场覆盖率甚至占据第一。

对腾讯来说，应用宝无疑已成为其在移动互联网时代“连接一切”的最重要环节。应用商店在移动互联网具有战略入口级地位，是手机应用触达用户的第一落点。

在移动互联网告别初期进入深入发展、手机App创业风起云涌的时候，应用宝肩负起腾讯在移动互联网上“连接一切”的重任，不仅连接手机应用与用户，更成为在移动互联网全领域连接人与人、人与服务的桥梁，并为开发者提供移动流量变现。在2014年，腾讯应用宝形成了自己的核心竞争门槛。应用宝5.0社交版独创的“社交分发”，推动应用

商店帮助开发者解决触达用户难、转化率低、用户留存率低三大难题。应用宝打造了集“扫红码”、校园分发、电视分发于一体的多场景分发体系。最新数据显示，应用宝日分发量已突破1.1亿，而随着应用宝分发能力的提升，未来应用分发为腾讯所带来的收益也将非常可观。

显然，应用宝在腾讯搭建的生态系统中正扮演着关键性角色，它不仅是腾讯抢占移动互联网流量入口的重要武器，更是连接移动互联网用户、移动互联网开发者以及腾讯内部产品和服务的关键节点。通过应用宝和开放平台，腾讯可以将更多移动互联网应用链接进入自己的生态体系，在移动互联网甚至智能硬件领域开疆拓土。

北京商报记者 吴辰光