



学生、女性、摄影爱好者、音乐爱好者等成为手机细分市场的热点

# 总有一款属于你

暑期又一轮毕业生浪潮来袭,小米手机年度“微电影”以青春为主题,面向百万毕业季学生进行招募。这一举动,被业界解读为进一步强力争取年轻活跃人群用户,小米手机的市场细分营销新思路也再次给手机业界带来话题。市场细分是企业战略营销中的一个重要环节。手机的营销也从最初的比配置、比低价转向更为注重以人为本的市场细分,学生、女性、摄影爱好者、音乐爱好者等人群都成为手机细分市场的热点,“以人为本”俨然成为手机开发的战略指导思想。

## 微电影助阵,小米发烧友飙升

据悉,小米公司近日发布 2013 小米年度微电影《1699》预告片,并启动了“招募百万人监制”的计划,让百万网友共同参与,每个愿意报名的网友皆可成为此部年度微电影的监制。据小米负责人透露,自活动启动以来,已有近两百万人参与监制。微电影《1699》以创业、骑行为主线,寄托青春的梦想和追求,引起了广大青年朋友强烈的共鸣和反响。自7月5日发布预告片至今,播放量一路飙升,在众多外网也频繁出现。

移动互联网时代的到来和高速发展,使手机市场充满了无限商机。各大厂商纷纷强势出击,力求最大限度地抢占市场。小米以精准的市场洞察力,将消费群锁定在朝气蓬勃的青年群体,以“青春”为主题的微电影为索引,用户活跃度又创新高,创造了细分市场的又一成功案例。据小米有关负责人透露,小米还在继续培育其更为年轻的用户基础。记者了解到,日前一份调研报告显示,90后人群有更强的表现欲和喜爱被关注、乐于分享的特质,这正是他们追捧小米品牌文化的原因。没有做不到,只有想不到,手机市场的发展为细分市场提供了广阔的舞台。

## 设计越发人性化,市场出现细分热

前不久,联想最新款女性智能手机 S820 正式发布。此前,联想曾相继推出几款女性智能手机:A360、A520、A550。女性手机包含时尚的气息、靓丽的外观以及深度的内涵,更容易满足女性的心理需求。女性手机的“美丽”战火,此前曾在功能机时代出现过。诺基亚公司

的 5630XM、E71, LG 的巧克力手机、冰激凌手机,摩托罗拉的 A1210 JEWEL 均主打女性牌,国产品牌天语、步步高、朵唯均围绕女性手机做过文章。

同样,随着人口老龄化加剧,老年人也成为手机厂商关注的对象,很多专为老年人群特制的手机也相继出现。诸如 Daxian 大显、诺基亚 1010、飞利浦 X2560 等手机都是为老年人定制的。这类手机的共同特点是超长待机、超大音量、超大字体和超大按键功能。现在,语音功能手机的出现,让很多操作和内容用语言表达出来,简化了老年朋友的操作。

而“爱贝通”早在 2004 年就开启了儿童手机的细分先河,其他手机厂商相继追随,推出了不同题材的儿童手机。与普通手机相比,儿童手机的设计比较卡通化,功能比较定制化。有些儿童手机还配有短信跟踪功能,这种以人为本的需求出发点,让这些早早抓住市场细分的商家,满满地赚了第一桶金。

## 手机厂商争先恐后加入细分热潮

“OPPO real 音乐手机”这句经典台词,大家早已耳熟能详,OPPO 于 2008 年正式推出音乐手机产品,“OPPO 倾听你的心声”已被众人所熟知。实际上,OPPO 音乐手机在音乐方面确实有过深入研究,其旗下的 OPPO A201、PPO A520、PPO A90 等音乐手机得到了音乐发烧友的一致好评和喜爱。

老牌康佳也于今年 5 月 21 日正式发布了凡高 V981 手机,主打高清拍照以及出色的屏幕显示效果,并搭载康佳自己开发的基于 Android 4.2.1 的 MUSE UI 3.0 操作界面。大打摄影牌的 V981 凡高手机,是康佳近期的主力产品。凡高手机搭配上康佳自己开发的 Muse UI,加上不错的硬件配置,被誉为康佳新一代的智能旗舰产品。

据英国最新出炉的调查显示,在该国的智能手机用户中,女性占据 58%。美国网络流量监测机构 Compete 的数据透露,智能手机女性用户比例达 53%,女性消费者的比例已占优势。日本调研机构 Nielsen 公布,今年 3 月,日本女性的智能手机月均使用时间为男性的 1.4 倍。很显然,越来越精确的数据分析,将为手机市场的细分提供更多的布局指引。

(深晚)

## 旅游小家电被忽视的小惊喜

7月已过半,炎热而又漫长的暑期,闲在家的弟弟妹妹们肯定坐不住了。详细的暑假计划中,肯定有利用暑期这一大好时机进行一次外出旅行的打算。

有旅游经历的朋友肯定了解出游前的纠结感受。想带的东西太多可又拿不了,只能是纠结再纠结,最后痛苦地把一些东西舍弃在家不带。其实出去旅行本身就是为能够放松心情,一些可以不带的东西带上了反而是一种累赘,那就违背最初旅游的心愿了。

打开你的行李包,除了换洗衣物,电脑、平板 PC、相机、手机、随身听等电子产品占据了大半空间,这些都是旅行者常见的装备。但有一些装备是我们不太会去关注的,那就是我们出去旅游时所需准备的小家电产品。有人会很疑惑:只是旅游而已,带什么小家电产品啊?



电动牙刷

出门在外,不管是旅游还是工作出差,抑或是走访亲戚,牙刷可以说是随身必带物品。牙刷不是家电产品,但电动牙刷是。

外出带个牙刷不是很占地方,但是使用普通的牙刷刷牙,并不能很好地清洁牙齿,而且力度掌握不好,还会造成牙龈出血等现象。刷牙后,得先擦干牙刷上的水渍,然后用东西包起来,再放入行李箱内,很麻烦。

但是使用电动牙刷则不必考虑这些问题,除日常用于刷牙外,还可用来按摩牙齿,清洁能力是普通牙刷达不到的。电动牙刷可以减少对牙齿牙龈的损伤,使用起来方便且富于乐趣。

对于出行的人来说,带上一支电动牙刷,只需充电或装上电池,就可两分钟轻松搞定。



吹风机

另一个旅行中可带的小家电,估计很少有人会想到,那就是吹风机。外出旅行时,有的旅馆可能没有热水,更不要说吹风机了。当然有人会说,可以用毛巾擦。在校住宿的学生应该都知道,一条毛巾只能把头发擦干,而且湿了毛巾要用衣架晾起来。碰上赶时间时,只能把湿毛巾放行李箱内,还不如直接带个轻巧可折叠的吹风机省时又省事。用吹风机吹几分钟就可以轻松搞定蓬乱的头发,让你可以清爽旅行。同时,一个小巧可折叠的吹风机又不会占据行李箱很大地方,轻松又便捷。对于女生来说,绝对是一个明智的选择。



剃须刀

女生带吹风机,那男生肯定少不了带剃须刀。在爸爸们年轻时,电动剃须刀是没有见过啦,但手动剃须刀倒是常见的。往下巴抹一层厚厚的肥皂泡沫,一个小刀片从左刮到右,不留神就得受伤,但电动剃须刀就省事多了。现在很多剃须刀是充电式的,推动按钮就可以轻松去掉下巴的胡须,水洗设计能保持剃须刀本身的干净卫生。其性价比相对较高,体积小不占空间,对于注重仪表但又嫌麻烦的男生来说,舒适、方便的感觉能够让旅行更加清爽、愉快。

(曹海东)