

份额不足 20% 千元机风光不再

曾推动中国智能手机快速普及的千元机,已然淡出市场主流。4月9日消息,移动App市场研究机构Newzoo发布报告显示,去年12月,2000元以上的手机数量在每月常用机型里的份额首次超过了50%,1000-1999元这个价格区间的份额相比2015年12月减少了2.7%,千元机的市场规模收缩至20%以下。这也是自智能手机兴起以来,千元机市场首度下滑至不足两成。

千元机在过去很长时间都是中国市

场的主力军。尤其是2014年手机之争,由小米、华为荣耀、酷派大神等发起,席卷了几乎全部手机厂商的“千元机”大战,产品主要以八核处理器、支持4G、价格在千元以内,千元机一度占据很多国产厂商销量的70%。

如今千元机则逐渐被企业所抛弃。一加手机创始人刘作虎就曾多次表示,坚决不做百元机。乐视移动总裁冯幸也多次强调,乐视坚决不做1000元以下的手机。2016年,几乎所有厂商都在发力

2000-3000元这个市场,小米、魅族、OPPO、vivo等,主力产品都站到了2000元以上的档位。

业内分析指出,千元机市场不断萎缩,主要在于千元机价值不断缩小。首先千元机的创新往来源于旗舰机的功能下放,诸如快充、指纹、前置柔光灯等,而现在的消费者,往往更愿意多花点钱买个各方面都称心如意的手机。另外,智能手机作为入口的价值正在下降,硬件盈利才是合理的商业模式。(北商)

手机上网何时取消『漫游费』?



从今年10月1日起,国内三大运营商将集体取消国内长途漫游费。以后不再有本地、外地长途之分。手机通话漫游费即将取消,在生活中越来越重要的上网流量费依然区分本地和全国。三大运营商这样区分的原因是什么,未来有没有可能实现全国流量费统一?

1 本地流量用不完,全国流量不够用

“本地流量用不完,全国流量不够用。”是很多去外地出差、旅游用户的真实写照。

6月19日,新京报记者分别联系中国联通、中国移动、中国电信客服,对方均表示“本地流量和全国流量很早就有了”。由于一些用户平常不出差,使用本地流量比较实惠。

据记者了解,目前三家运营商均提供了流量包服务,其中除了全国通用流量包外,还有数量众多的本地

流量服务。

中国电信的客服称,目前套餐外流量包是按周计算,1周18元1GB的本地流量,以及1周20元1GB的全国流量;超出部分统一按0.3元1MB收费。三家运营商客服提示,本地流量用户出省可购买全国流量,或者使用当月加油包,加油包的剩余流量并不会结转到下月。

至于未来国内流量费用是否会统一,运营商客服均回应,目前没有这个计划。

2 为何要区分本地流量和全国流量?

资深分析师@通信老柳在新浪微博上表示,各地方流量费不同是运营商因地制宜搞经营发展的需要。

通信专家康钊告诉记者,流量分全国流量和本地流量,是方便不同省公司、地市分公司结算。“比如北京移动的用户,去山东上网,借用了山东移动的基

站、互联网关口,北京移动为这个用户向山东移动支付费用。”

不过,IT分析师付亮认为,从用户角度看,全国移动是一家,中国联通也是,用户不清楚山东移动和北京移动之间是否要有结算,就算有,内部结算并没有提供服务,不应该增加成本。

3 流量费有望实现全国统一价吗?

电信专家马继华告诉记者,全国各地经济发展水平、网络环境不同,全国统一价有一定难度。

马继华表示,取消区域分割是必然的,统一价格是大趋势。到5G的时候,会很快变成现实。

康钊认为流量费能否实现全国统一价,取决于主管部门的意见,如果取消省公司之间相互结算流量费用,是可以实现流量统一资费。

业内有分析指出,随着提速降费进一步推进,集团推出的全国性套餐、流量包价格降到足够低的时候,满足大部分区域用户的承受能力,自然会削弱区域套餐的竞争力,用户自然会向全国套餐逐步迁移。

背景

流量业务成运营商主收入

2016年上半年,三大运营商财报显示,各家的上网流量同比增长都超过100%,移动上网流量收入首次超过传统业务,跃升为运营商第一大收入来源。

工信部的数据显示,同期我国移动数据收入占电信业务收入的比例,由2015年底的28%快速提升至34%,首次超越移动语音成为电信业中占比最大的业务,行业全面步入以流量为主导的发展阶段。

工信部预测,未来三年,国内人均流量将增长6倍,达到人均2GB/月水平。因此,未来2至3年将是国内流量经营的黄金期。(新京)

资讯

移动数据业务保持翻番增长态势

据工业和信息化部日前发布的《2017年首五个月通信业经济运行情况》显示,今年前5个月,内地电信业务总量完成8862亿元,同比增长50.4%;电信业务收入完成5349亿元,同比增长5.8%。

从整体来看,三大运营商4G用户数量增长迅速。中国联通凭借混合所有制改革之后的一系列举措,5月份的4G用户净增数达到了562万。中国电信也不甘示弱,月净增4G用户467万。中国移动依然是4G领域的领头羊,月净增用户数990万,累计4G用户数达到了5.832亿,这一数字比另外两家运营商累计4G用户数量的两倍还要多。

在宽带业务方面,中国移动依然保持着快速增长势头,5月份净增宽带用户240万,中国电信净增宽带用户76万,中国联通净增宽带用户仅5.1万,不足4月份净增用户数的五分之一。目前,中国联通的累计宽带用户数量已经远远落后于中国移动和中国电信。(综合)

小米诺基亚达成专利合作

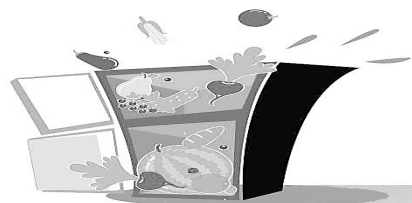
日前,小米公司宣布和诺基亚达成专利合作,为国际化征途加上一道“护身符”。

据了解,双方已签署一份商务合作协议及一份多年有效的专利许可协议,其中包括将在移动网络的标准必要专利方面实现交叉授权。此次交易还包括小米收购部分诺基亚专利资产。

在业界看来,小米获得诺基亚专利相当于为进军海外市场撑起“保护伞”。国际化是小米今年的五大战略之一,今年上半年在东南亚、俄罗斯等几大市场纷纷布局,已经拓展到全球30多个国家和地区,尤其在印度获得了巨大成功。而有了诺基亚专利保驾护航,业界认为,小米大举进攻欧美成熟市场的号角即将吹响。

据了解,诺基亚将会提供互联网服务商以及数据中心所需要的高性能低功耗的网络基础设施设备。诺基亚和小米将会合作开发用于数据中心间传输的光传输技术、基于诺基亚最新发布的FP4网络处理器的IP路由技术,以及数据中心网络解决方案。另外,双方还会探索在物联网、VR、AR以及人工智能方面进行合作的可能。(北晨)

直冷冰箱与风冷冰箱哪个好 看完就知道



在家电卖场中我们经常可以发现,风冷无霜技术被广泛的运用到冰箱的产品宣传中,同时无需除霜的功能也让消费者印象深刻,那么在卖场中常见的风冷冰箱和风冷冰箱到底谁更好呢?

直冷冰箱优缺点

优点:直冷冰箱相对来说耗电较低;成本会更低,噪音也相对不大。

缺点:直冷冰箱制冷速度比较慢;每年必须进行几次人工除霜。

风冷冰箱优缺点

优点:风冷冰箱不会像直冷冰箱那样结霜;而且,内部的气味也会持久地保持清新。此外,风冷冰箱相比直冷冰箱,温度控制更加精确。

缺点:风冷冰箱内部会有冷空气不断循环,一些食物如果没有使用保鲜膜或保鲜盒隔离,很容易缺水,进而被吹干;风冷冰箱制造成本更高,更贵;噪音也相比直冷冰箱大一些。(综合)

