

【新闻稿】

【仅供发布参考】

## 杨兴平：3G 产业发展，4C 融合是关键

2009年9月16日至20日，第十八届中国国际信息通信展览会(P&T/Wireless&NetworksComm China 2009)在北京中国国际展览中心新馆举行。这是中国通信行业以及手机终端制造、手机设计、手机配件行业、移动增值服务等其它相关联的众多行业的一场盛会。以“辉煌 60 年，通信改变生活”为主题的本届展会，吸引了来自全球 15 个国家和地区的逾 500 家单位参展，是今年亚洲规模最大、最具影响力的信息通信展览会。

作为 3G 正式商用后的首届通信展，本届展会备受业界关注，而 3G 也成为了本届通信展的主旋律。中国移动打出“移动改变生活”口号，与通信展主题相互呼应；中国电信表示要“开启移动互联网时代”；中国联通则主打“沃·生活”；三大运营商盛装出场，展示了从终端到服务的各项内容。各终端产商也不甘示弱，高调地展示了最新重量级 3G 产品。与 3G 产业发展相关的话题更是引发了运营商和所有终端企业负责人的共同思考。国内老牌手机企业 TCL 通讯 CEO 杨兴平认为：“3G 产业发展，4C 融合是关键。”

### 以 4C 融合为核心 打造全新商业模式

4C 融合的商业模式是杨兴平一贯所坚持的企业发展理念。杨兴平认为，中国 IT、通讯、家电等领域的企业目前生存环境恶劣，核心竞争力不足，最根本的原因既不是技术研发实力不强，也不是成本控制不力，而是商业模式不对头。随着体验经济时代的到来，单纯提供硬件产品，与客户进行一次性买卖的商业模式的生存空间越来越狭小。企业需要通过向客户提供恰当的内容和服务，实现一种持续性的盈利模式。

在 3G 时代，由于信息传输通道的带宽和速度极大提升，内容和服务将成为促进 3G 产业化发展的核心动力。传统的 3C(电脑 Computer、通信 Communication、消费电子 Consumer electronics)融合已经不能很好地满足消费者需求，必须将第四个 C(Content, 即内容和服务)融合进来，以内容和服务作为介质，将其他 3 个 C 真正联系起来，实现向 4C 融合的转变，以此来适应 3G 带来的产业环境和用户需求的变化。4C 融合不仅仅意味着产品功能的集成和整合，更意味着企业商业模式的转型，就是把过去靠卖产品的一次性收益模式，转变为提供内容和服务从而实现多次连续性盈利的商业模式。3G 时代的 4C 融合将创造出巨大的蓝海市场，对市场竞争格局、企业运营模式、用户体验等方面的影响将大大超出人们的预期，杨兴平表示：“TCL 通讯将以 4C 融合理念为核心进行全面转型，确保在 3G 时代赢得持续发展的机遇和空间。”

## 以精品战略推动 4C 融合

iPhone 获得的巨大成功证明了融合是手机行业未来发展的趋势，只占有市场份额 1% 的苹果拿走了 20% 的利润更是表明，4C 融合是手机企业发展的必经之路。至于如何才能实现从 3C 到 4C 的顺利转型，杨兴平指出：“要用精品战略推动 4C 融合”

杨兴平表示：“精品战略不单指外观好看、功能强大，而是指从心灵深处感动消费者。我们必须了解消费者心理，要做到让创意感动消费者，无论是从外观的工业设计、结构设计还是 UI 设计，都要做到人见人爱。我们还要把更多的精力放在如何开发出满足 3G 网络环境下中国消费者需要的服务上，只有我们找到了很多这样的服务，并把这些服务做精、做细、做透，做到极致，让消费者很方便使用。消费者才能感受到产品的内在美、内在功能的人性化甚至个性化。这样才能够实现 3C 向 4C 的转型。”

确实，iPhone 能够风靡全球是因为苹果将用户体验视作最重要的工作，把它做到极致。目前来看，在全球范围内还没有一家企业像苹果这样重视消费者心理，这是苹果能够成功的最核心的因素。

今年是中国 3G 元年，国家、运营商和终端企业都在 3G 产业上投入了巨大的人力、物力。让 3G 产业走向健康、快速的发展道路是所有人共同的目标。目前 3G 还没有一款产品或是一项服务能够真正吸引消费者，希望 TCL 通讯的精品战略加 4C 融合理念真能向杨兴平说的那样，做出消费者“人见人爱的产品”，能为推动 3G 产业的发展做出贡献。