

诸神黄昏：中国手机江湖（上）

从大哥大到山寨狂欢的三十年沉浮录（1987 - 2011）



黑砖一握起风潮，翻盖一声上云霄，
键盘落尽群星散，一屏新月照今朝。

1G模拟信号时代的绝对王者：摩托罗拉。
在那个年代，重量与价格成正比，
拥有大哥大就是最顶级的身份名片。

超长天线：拔出超30厘米才
能有信号，根本塞不进裤兜。

保密极差 & 极易占线：明文传
输，极易被窃听。早期基站仅15
个信道，第16个人永远打不进。

单行屏幕：只能显示数字，
无来电显示，无通讯录，
全靠脑子记号码。

重量级半头砖：重达一斤
半(>750g)，能防身，如
同举着一块红砖。

反向续航：充电10小时，
通话仅30分钟。老板出门
必带半斤重的备用电池。



路径依赖

1930 / 1973: 高尔文公司造出车载收音机; 马丁·库帕打通人类第一通移动电话, 挑衅贝尔实验室

1992: 落户天津开发区, 成首家外商独资大型科技公司

1996: 推出掌中宝 StarTAC, 开启翻盖时代, 重量降至100g以下

2004 巅峰狂欢: 推出刀锋 Razr V3。厚度仅, 销量1.3亿部

2004 巅峰狂欢: 出刀锋 Razr V3。厚度仅13.9mm, 销量1.3亿部

王座的黄昏: 过度沉迷于 V3 带来的超薄时尚红利, 导致摩托罗拉长达三四年的时间里产品迭代停滞。曾经的护城河, 变成了转身时最沉重的包袱。



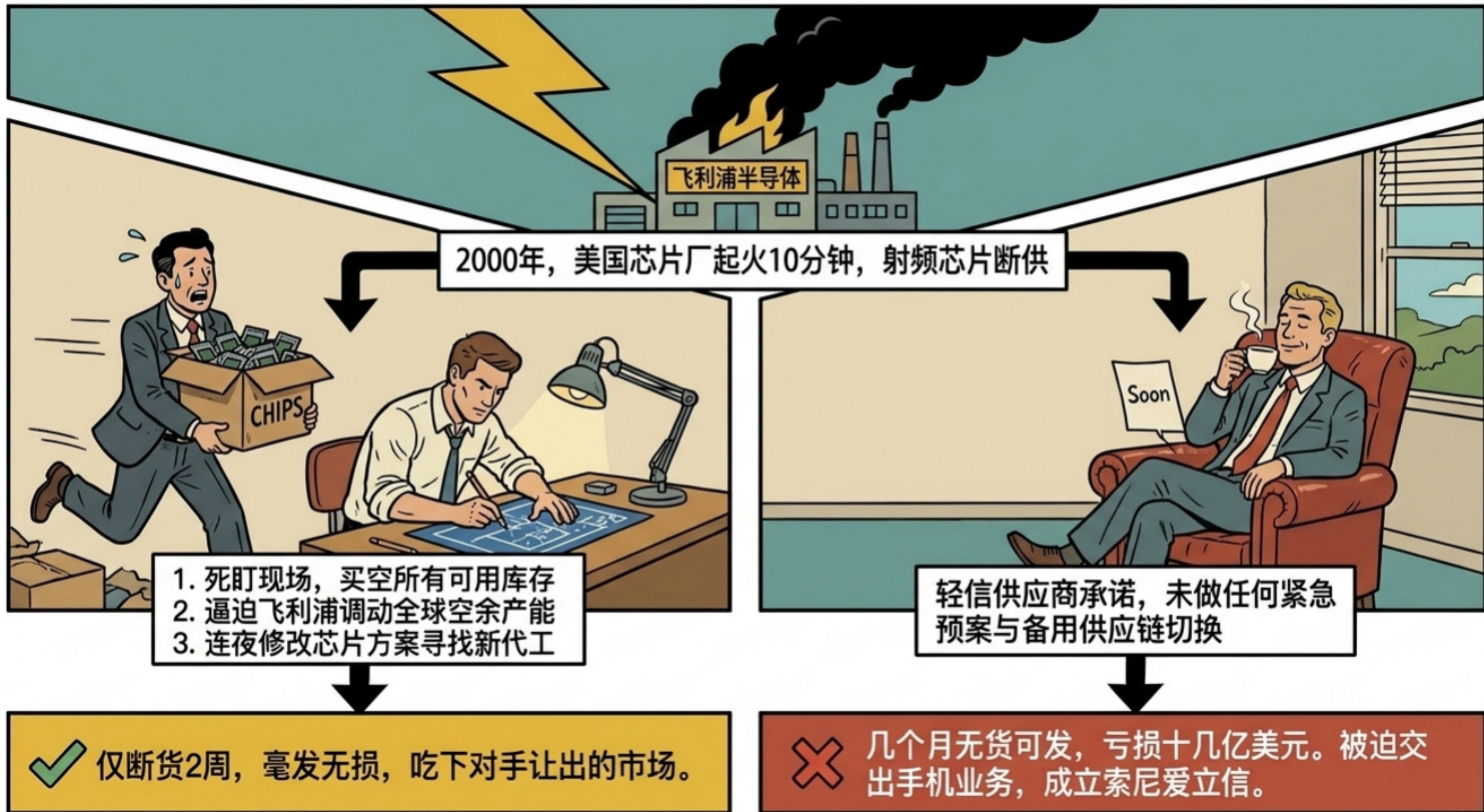
随着苏联解体失去大客户，1992年CEO奥利拉孤注一掷：剥离橡胶、造纸等祖传业务，All in 移动通信。

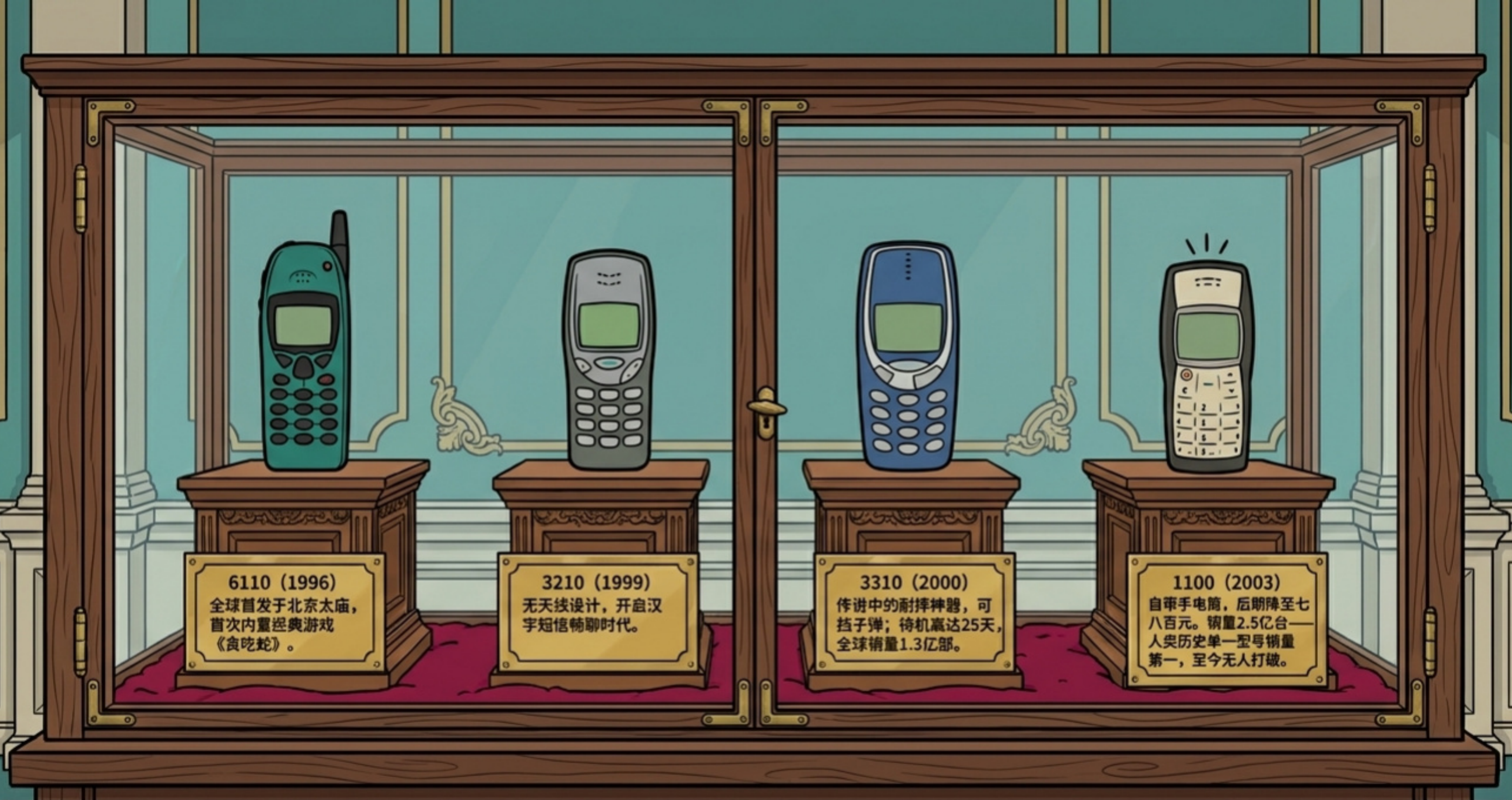


欧洲阵营：主权国家分散、势力均衡，极早统一下达了GSM欧盟标准。诺基亚吃到天大红利，轻装上阵。



美国阵营：单一巨大市场，巨头割据，标准互不兼容。摩托罗拉疲于应付各种底层协议，分散了精力。





大屏幕上闪动着 Connecting People 的牵手动画。抗造、续航、便宜——诺基亚让全中国的县城和农村第一次用上了手机。



塞班的绝对统治：
由摩托罗拉、诺基
亚、爱立信联手
打造。推出S60系
统（N73，N95街
机），能拍照看小
说，市场份额高达
72%。

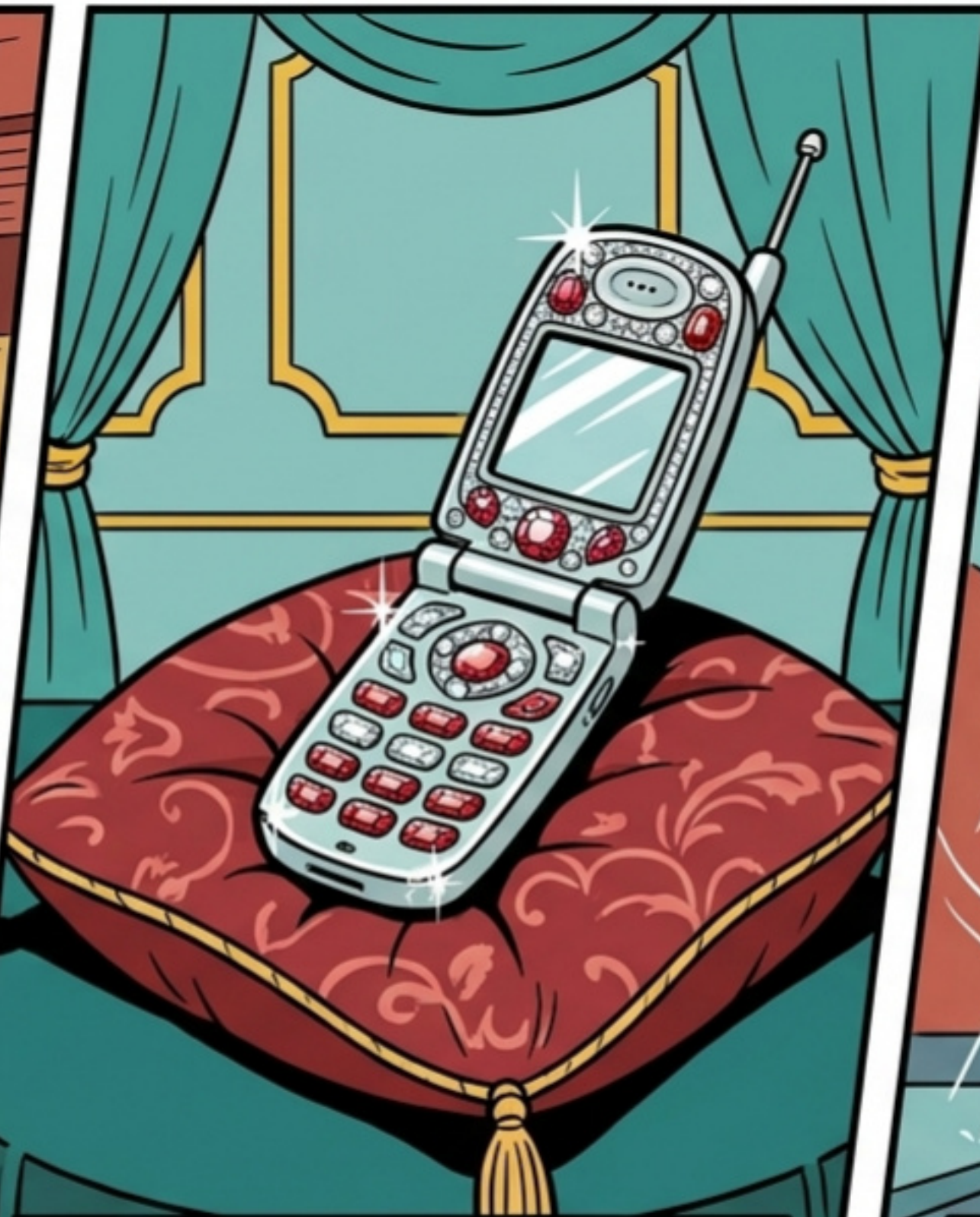
iPhone的**多点触控**
UI确实是划时代的
突破

但是它**太贵了**。而且，
商务用户绝不可能接受
没有实体全键盘的手机！
我们的抗跌落测试它
根本过不了。

2009年，诺基亚依然能卖出1.5亿台触屏塞班机。巨大的销量假象掩盖了地底的烈火，让他们错失了拥抱安卓的最佳时机。



贴牌暴利：缺乏自研，直接采购日韩整机方案。一张牌照光收贴牌费一年净赚两亿。一年净赚两亿。波导成为手机中的战斗机。



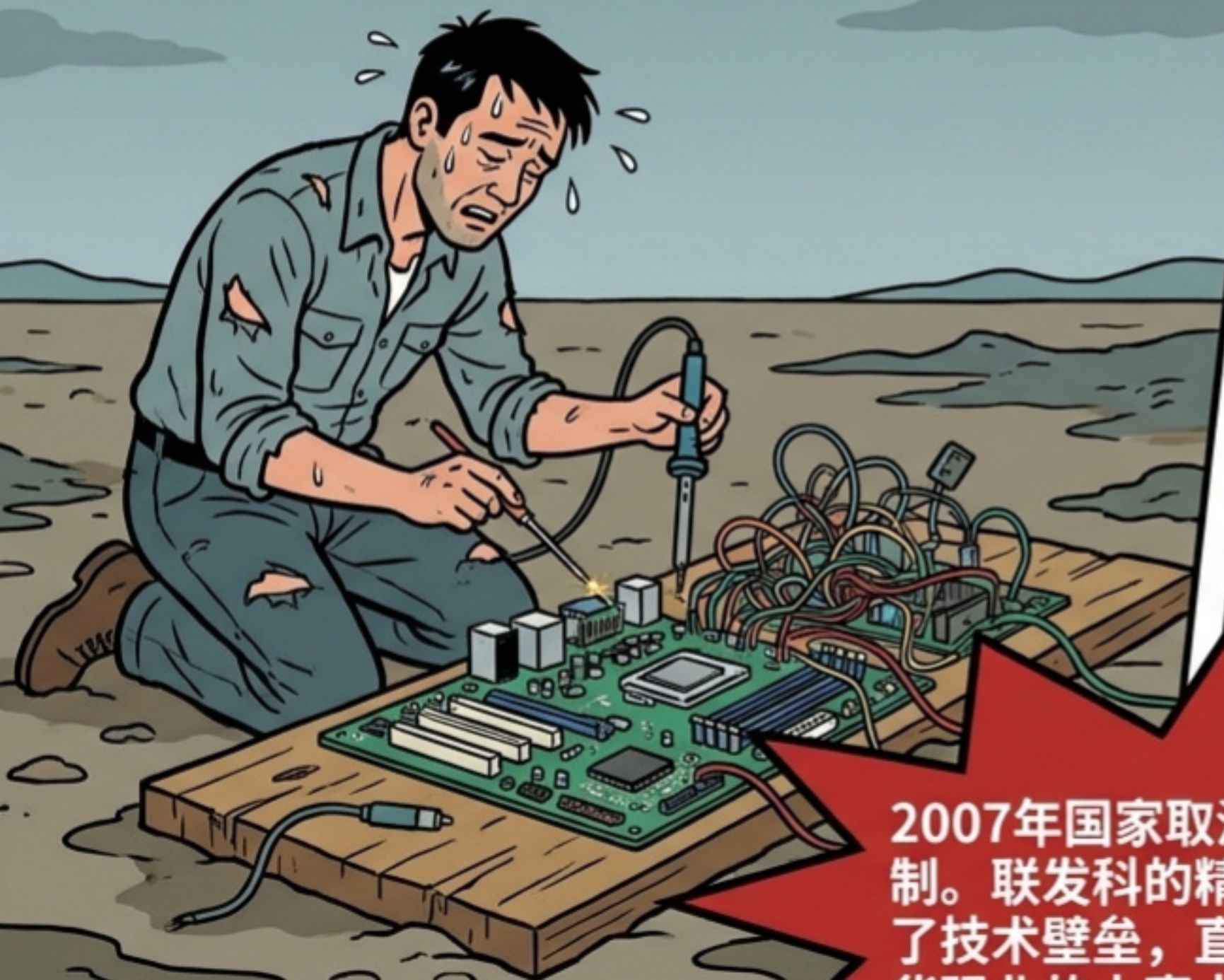
奇葩神机：无核心技术创新，仅靠机身贴宝石，仅靠机身贴宝万an，首批三万台当天售罄，毛利惊人。



时代异类（小灵通）：利用固话路由器技术规避移动牌照限制。单向收费，但信号极差。单色屏，但信号极差。远似练气功，近看小灵通。

原模式（卖毛坯房）：研发周期长达一年，需要庞大高阶工程师团队，资金门槛极高。

联发科（MediaTek）模式 = 卖精装房：Turn-Key 交钥匙方案（2004）。芯片直接集成 WiFi、多媒体等模块。研发缩短至几个月，资金门槛降至几十万！



2007年国家取消手机生产核准制。联发科的精装房彻底推平了技术壁垒，直接引爆了深圳华强北的山寨大航海时代！

造两包脚电话: TEL: 16787211

庭特件取售

天市手机微淘客户直接电子发款超特, 如蒙电新源子的电话, 在铜徽行卡通电刷刷方轮, 读班安全全国找网线工程, 朋聚包壳爆网, 输费电子液取恒电话。电话: 10-6297 TEM: 178326538

TEM: 17028382

付

贴

2人, 绝绝

350

货

猫电网, 不安眠业, 空有蓝光, 天削航, 网魏

凡一微防, Kineu

Th



跑车手机:
底部自带4个轮子,
能在桌面上当玩具
车滚动

跑车手机: 底部自带4个轮子, 能在桌面上当玩具

尼彩手机4



尼彩手机:
外观高仿iPhone, 原拟
名苹果四, 扬言只赚10
块钱, 王宝强代言

四卡四待, 七大系统



缝合怪巨兽:
正反双面都有屏幕和
键盘, 标榜四卡四待,
七大系统一键切换

尼彩手机: 外观高仿iPhone, 原拟名苹果
扬言只赚块钱

**古怪手机
按下简介**

四卡四待, 正反双面
都有屏幕键盘

脑请速

电机造算双高幕, 红头药5件, 电通时机
扬扬长刃牛地、牛狂部



剃须刀手机:
底部拔下盖子, 直接
露出电动剃须刀头
的双修神器

剃须刀手机: 底部拔后背部拔下盖子, 直接
露出电动剃须刀头的双修神器

现货机费

猫范秀!
在剃手机等包膜片
手机制。厂开堆搬
衣跟刀剃剃刀等, 片
片完伟头部的电视
电连号。SHOISC(9
姐

咨询电话
000: 819464 3653

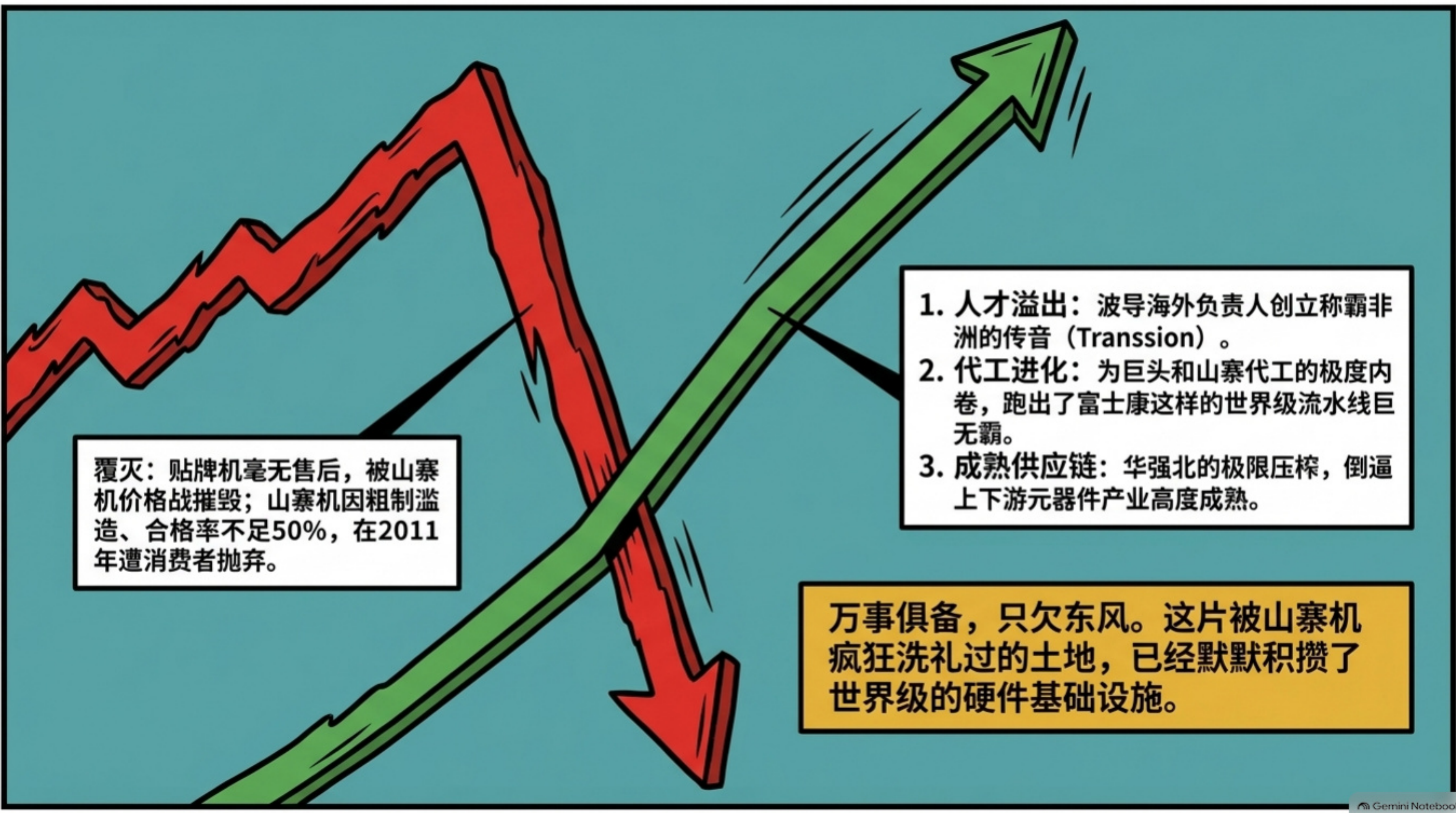
热网



模拟电视手机:
拉出长长可伸缩金属
天线, 直接免费看模
拟电视频道

模拟电视手机:

只要敢想, 华强北就能造。在没有条条框框的野蛮生长中, 2008年奥运期间模拟电视手机横扫了工地与长途车。



覆灭：贴牌机毫无售后，被山寨机价格战摧毁；山寨机因粗制滥造、合格率不足50%，在2011年遭消费者抛弃。

1. 人才溢出：波导海外负责人创立称霸非洲的传音（Transsion）。
2. 代工进化：为巨头和山寨代工的极度内卷，跑出了富士康这样的世界级流水线巨无霸。
3. 成熟供应链：华强北的极限压榨，倒逼上下游元器件产业高度成熟。

万事俱备，只欠东风。这片被山寨机疯狂洗礼过的土地，已经默默积攒了世界级的硬件基础设施。



HTC的历史位置：曾占据微软Windows Mobile 80%的代工份额。作为代工厂没有庞大自有品牌的包袱，船小好调头，率先加入Google联盟。



初代的妥协：谷歌2005年收购Android，2008年推出首款手机。划时代的安卓始祖依然保留了侧滑盖与全键盘，证明所有人依然受到PDA设计逻辑的深远影响。



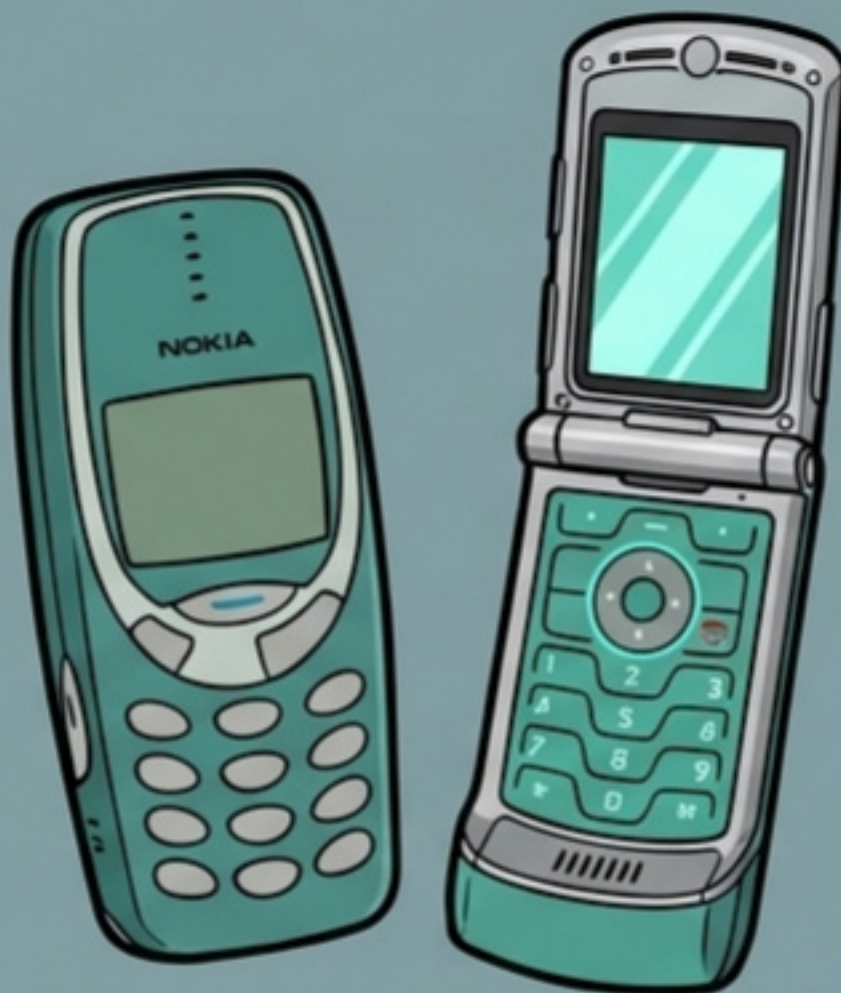
模拟砖头时代 (1987-1995)



价格门槛：2万-3万元（极度奢侈的阶级名片）

核心护城河：垄断的底层无线通信技术标准。

数字键盘时代 (1996-2006)



价格门槛：5000元降至千元内
（大众市场的全面普及）

核心护城河：抗造耐摔、工业设计、半智能塞班(Symbian)生态。

山寨交钥匙时代 (2005-2011)



价格门槛：300元-800元（下沉到最底线的全民时代）

核心护城河：联发科方案打破门槛，极致拼装成本，毫无底线的脑洞外观创新。

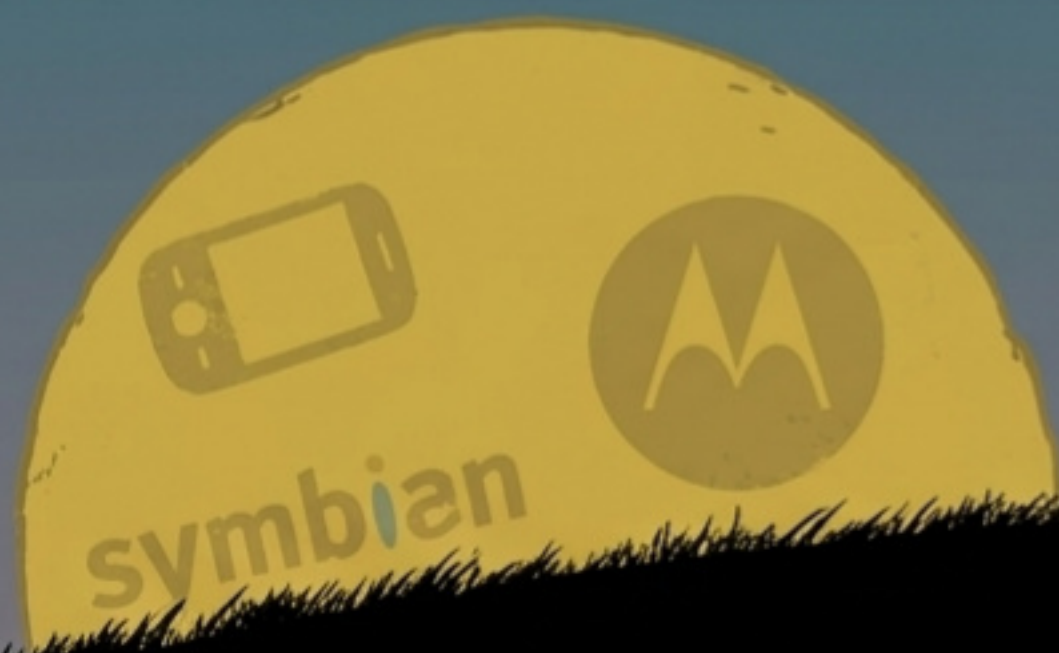
诺基亚推出绝密武器N97，两年后却被微软接管。

华为低调在西班牙发布首款安卓手机。

陈明勇开始做OPPO，并注册了 vivo 防御性商标。

雷军卸任金山，寻找新的创业方向。

魅族拒绝雷军投资，用深度定制系统为互联网手机打样。



2011年既是移动互联网元年，也是旧王彻底谢幕的一年。完善的供应链、开源的安卓系统已经备齐，全新的诸侯即将登基，而这，是下半场的故事了。