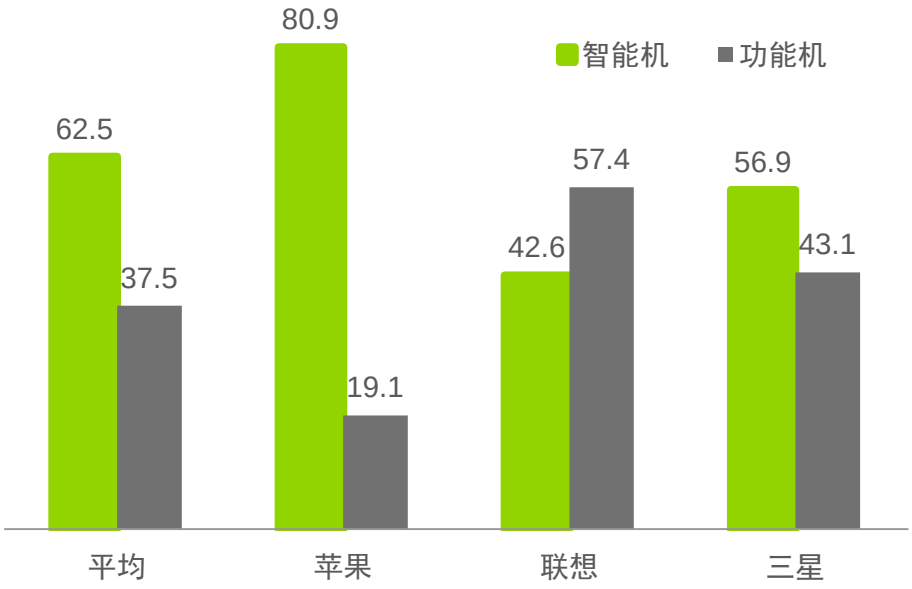
KANTAR WORLDPANEL

生态系统是王道：智能产品多屏发展战略

随着安卓，苹果移动程序广泛应用，平板电脑逐渐融入到我们的生活与工作中，传统电脑包括便携式电脑随之失宠。那些往往在电脑上完成的任务逐渐地被平板电脑所取代。这样的场景也不再陌生：在家里，随手从桌上或沙发上拿起平板看书，视频，新闻等。在工作中，很多人也开始摆脱了传统的工具，开会、作报告都只需要一个平板电脑就能搞定了。那么平板电脑和对手机行业是否有什么关联？

凯度移动通讯消费者指数最近的报告显示，截止 2013 年 12 月，在中国主要城市，在苹果、三星和联想平板的用户中，超过 62%用户拥有智能手机，值得注意得是，苹果平板用户群中，拥有智能手机的用户达到了 80.9%。三星则以 56.9%紧随其后，联想占 42.6%。如果换一种角度来看，从手机品牌来看平板电脑的拥有率，苹果手机的用户有 35.4%拥有平板电脑，对于三星和联想来说这占比分别为 19.3%和 14.9%。这两组数据说明苹果平板用户会倾向使用智能机，而苹果手机用户中，使用平板的渗透率也高于其他智能机品牌。由于苹果产品的高端定位，或多导致其客户为高端消费人群，有较强的购买能力，所以他们对移动多屏转换的趋势也相对快一些。

平板电脑用户使用智能机/功能机比例

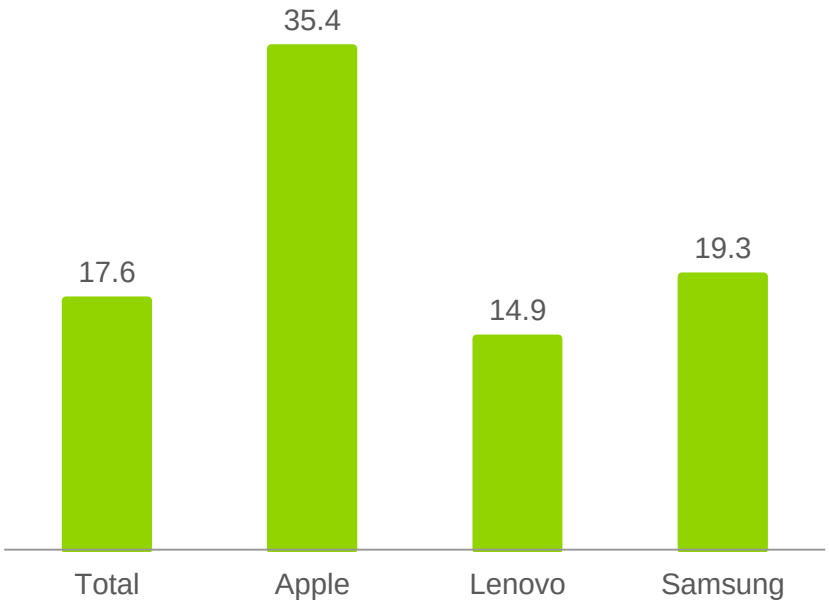


© 2013 央视市场研究

数据来源：Kantar Worldpanel ComTech

KANTAR WORLDPANEL

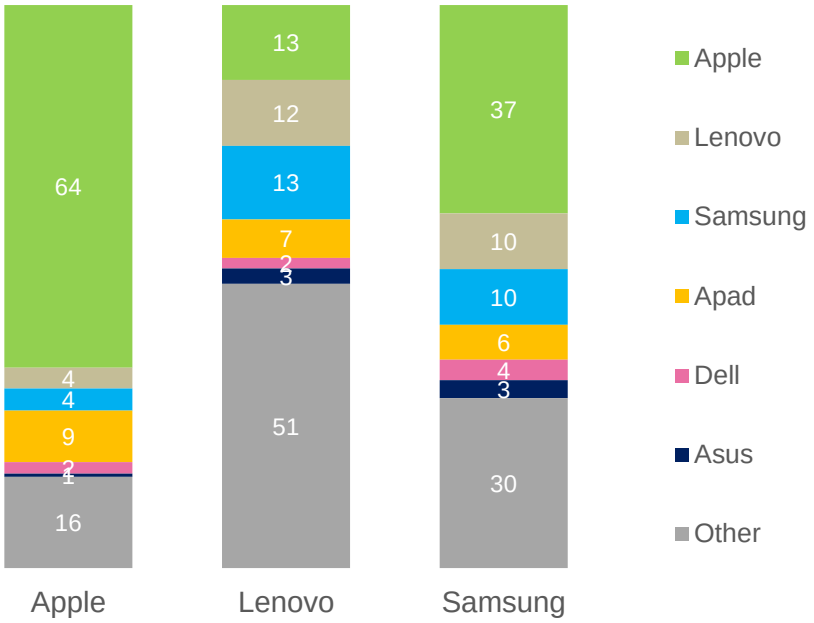
手机品牌的平板电脑渗透率



© 2013 央视市场研究

数据来源：Kantar Worldpanel ComTech

苹果、三星、联想现都在销售自己的智能机和平板产品，但各品牌用户的产品交叉渗透率与操作系统（iOS、安卓）却有着十分微妙的关系。凯度移动通讯消费者指数发布的数据同时指出，在拥有苹果手机的平板用户中，64%使用的是 iPad（iOS），同时使用三星手机的平板用户，有 63%使用的是安卓平板。这两个十分相近的数字比例，也证明了苹果和三星手机用户在平板选择和购买的过程中，对平板所使用的操作系统十分关注。在同操作系统下，手机与平板之间的数据同步和操作习惯上给用户带来很大的便利，所以无论是 iOS 或是安卓，用户都会根据其手机现有的操作环境，倾向于购买使用同样操作系统的平板电脑。



© 2013 央视市场研究 数据来源：Kantar Worldpanel ComTech

对于苹果来说这是一个好消息，因为他们独有的 iOS 操作系统能在用户接受苹果产品后牢牢地吸引住他们，促使用户购买其他苹果产品，但对于三星来言，在竞争激烈的安卓阵营中有各色的平板电脑品牌，只有 10%使用平板的三星手机用户拥有三星的平板电脑。所以对手机品牌来说，特别是生产安卓手机的厂商，若想脱颖而出，则需要一个能给用户带来完美使用体验的独特生态系统，这可以是一个全新的操作系统，也可以是安卓操作系统下通过系统修改和各软件实现的生态系统。这样不仅能够吸引消费者购买其手机，并且能刺激消费者购买同一品牌中的多元化产品，同时也能避免现有客户的流失。