

商 业

P26 云游戏成收购焦点
HTC 发力软件平台

当硬件比拼不再是重头戏后,越来越多的电子厂商转而注重软件领域的拓展。在近期电子领域的收购案件中,HTC的举措尤为引人注目

P27 突出软件服务惠普出手再收购
各方厉兵秣马戴尔稍显滞后

经过了一系列动荡之后的惠普正在表现出这样一种意图:增强在软件领域的实力,与IBM、EMC等企业一比高下

P29 突破北美瓶颈谋划海外市场
苹果在华拓展 iPhone 销售新渠道

与联通独家合作的三年合同期未届满,苹果又另行增加在中国市场的代理商,这是它在“无情”地抛弃将其“领进门”的联通,还是在中国市场上另有谋划

P30 在严峻行业格局中寻活路
戴尔被逼向多元化转型

戴尔正沿着IBM成功走过的转型之路前行,但与之不同的是,戴尔不会放弃PC业务。另外,向多元化转型并不容易,这家硬件巨头能否抓住机会

资本市场

P39 高朋网闪电上线不成功
腾讯与Groupon合作伊始见裂缝

Groupon与腾讯合资团购网站入华的消息已是板上钉钉,然而,就在面纱行将全面揭开的时候,两者的合作却面临了又一场严峻的考验

P40 苏增福套现 13 亿淡出苏泊尔
民族品牌难敌法国巨头恐遭重创

上市6年来创造出近10倍的涨幅,成就了苏泊尔“中国本土最大炊具制造商”的行业地位。但是,随着创始人苏氏家族的股权转让,苏泊尔开始“降格”为法国家电巨头的中国子公司

P42 全球交易所新“大佬”呼之欲出
整合趋势揭行业竞争压力

尽管阻力颇多,纽约泛欧交易所和德意志证券交易所还是决定走到一起,由此也在行业内造出又一个合并高潮

产 业

P44 手机厂商扎堆平板电脑
产能过剩加速行业洗牌

并非人人都需要一台功能受限的平板电脑,它只是人们生活的一个补充。平板电脑在功用上

IT时代周刊

独家报道

结盟微软
诺基亚能否再称霸

属于诺基亚与微软的时代,正在悄然落幕。苹果与谷歌凭借颠覆性创新强势崛起,成为新的游戏规则制定者。

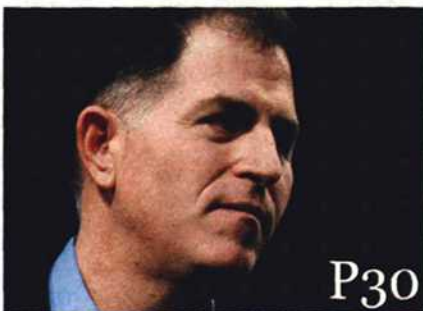
置身“燃烧的平台”,诺基亚可作的选择已经不多,英特尔的MeeGo系统迟迟无法成熟;苹果iOS拒绝与他人分享;谷歌Android系统已经人满为患。这般情势下,微软的Windows Phone可以承载诺基亚称霸的复兴大计吗?

P32
封面故事

如果不能有所改善,随着市场趋于饱和以及消费者兴趣消退,这一时下火爆的产品,有可能仅是昙花一现

P46 Zynga再获巨额风投
SNS 游戏市场风生水起

与传统网游整体陷入低迷局势不同的是,SNS游戏处于持续“发烧”的状态。再加上风投公司



P30

的空前追捧,SNS游戏公司在骄傲中一路向前挺进

P47 第二波陆资入台方案行将落地
大陆企业谨慎解读利好消息

既然开放能够带来多重利好,台湾当局自然不能继续固执地紧锁大门,以往被摀住不放的核心理科技产业也由此获得松绑

P48 国产手机应理性对待出货量
价值链争夺才是未来重心

在技术以及潮流趋势上不能有所作为,在品牌建设上不能有所改进,国产手机与洋品牌的差距就难以缩短,这是一个不容忽视的问题

公 司

P50 在PC棋盘上布局移动互联网
联想合资NEC背后有深意

要想不被竞争对手拉开更大的差距,联想必须再次收购:无论是提振 PC 业务还是改善自身运营状况,选择联想作为合作伙伴对 NEC 而言也是“最合适”的。于是,两家公司握手结盟

P52 关闭 CD 厂索尼推数字音乐服务 紧急转型应对苹果冲击

随着数字下载的兴起和唱片工业的没落,音乐帝国江山易主。如今,昔日霸主索尼推出音乐商店挑战苹果 iTunes,事实上,这是一场数字音乐服务模式之间的较量

P53 智能机平台霸主地位遭抢 Symbian 未来前景堪忧

自 Symbian 出让第一智能手机平台的宝座开始,业界就不断有人叫嚣诺基亚将灭亡。但是,平台间的竞争远非这样简单,牵手微软的诺基亚能否迎来绝地反击

P55 积重难返百思买悲情溃败 借五星电器翻身希望渺茫

入华 5 年在中国始终没有找到合适盈利模式的百思买一直举步维艰。这促使其全盘改变战略路线,正式关闭自有品牌的所有门店

P56 英伟达掘金移动计算市场 华尔街不信黄仁勋能站稳脚跟

在过去多年中,英伟达被认为是完全依赖图形处理器业务生存的公司,现在,他们要纠正这种过时的观点。不过,在竞争激烈的移动计算领域,存在的机会似乎并不多

特别报道

P58 谁主宰上市股票发行价的定价权

博客精选

P62 注册资金是创业者的试金石

P63 团队不和导致新浪错失进入即时通信行业良机

P64 中国支持欧元就是支持本国利益

P65 产品经理心中的“大我”和“小我”

P66 不要误读外资并购安全审查制度

P67 创建 Symbian 操作系统的台前幕后

大师论道

P68 乔布斯绝妙的产品推广艺术

P27



P70 数字时代的客户营销之道

见 解

P72 苹果的让步出于畏惧

P72 美国互联网的双重性格

P73 家电高端化应提升到战略高度

P74 广告提价难救中国视频网站

P74 新政对集成电路行业仍不给力

P75 谁给了跨国公司冷漠的资本

管理实务

P76 体验经济时代的商业规则

专 栏

P78 盘古搜索在做女娲补天的事

P79 卫哲是马云与雅虎权斗的道具

P80 如果乔布斯生在中国会怎样



P26

社 评

P6 央企不能与民争利

领袖视点

P15 盖特纳和伯南克的游戏恐会很快结束

P16 扶持民营企业展开产业升级和创新

P17 如何看待 2011 年的通胀压力

P18 未来的改革只会出现在危机发生之后

P19 中国经济复苏不能靠政策刺激

外刊速览

P20 美国大公司的繁荣

P20 失业的年轻人

P20 黑莓重回战场

P21 “钱先生”巴菲特

P21 薪酬缩水不止

P21 减少贫富差距

总编随笔

P2 用户体验也是核心竞争力