

# 目 录

## CATALOG

1: 公司背景

2: 外部环境分析

3: 内部环境分析

4: SWOT分析

5: 方案组合

6: 战略目标和愿景

7: 战略实施

## 1: 公司背景



### 团队介绍:

- 雷军: 金山软件董事长、著名天使投资人
- 林斌: 谷歌研究院的副院长
- 洪锋: Google高级工程师
- 刘德: 世界顶级设计院校ArtCenter毕业的工业设计师
- 黄江吉: 微软工程院首席工程师
- 黎万强: 金山软件人机交互设计总监、金山词霸总经理
- 周光平: 摩托罗拉北京研发中心总工程师

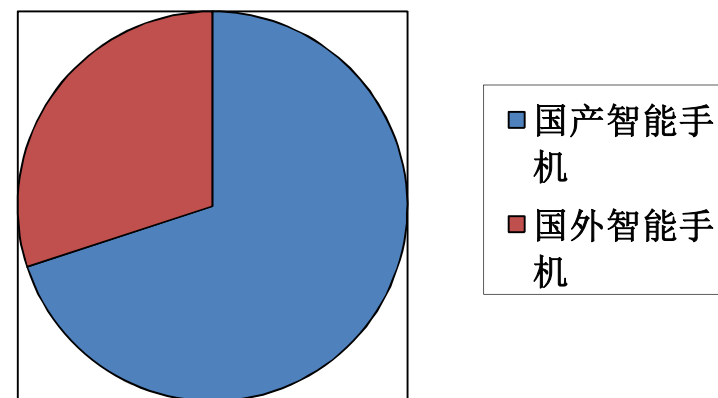
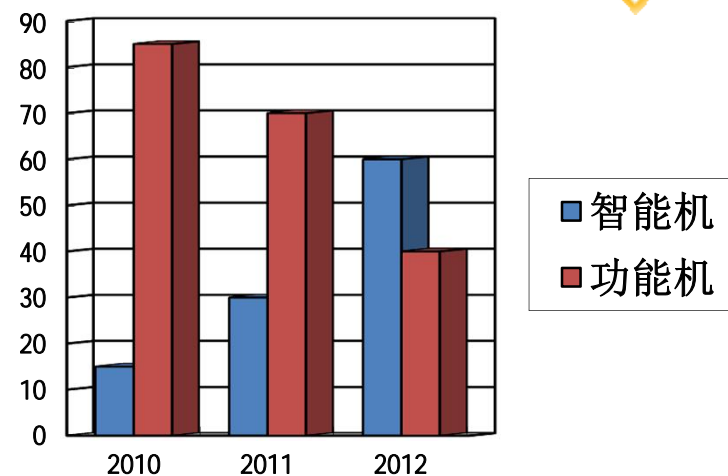
### 产品介绍:

- M1于2011年8月发布, 售价1999元, 采用线上销售模式
- 世界上首款双核1.5GHz引擎
- M2于2012年推出, 搭载主频2.5GHz的四核处理器, 2.5GB的RAM和32GB存储空间, 前置500万像素摄像头, 后置1200万像素背照式摄像头, 运行Android 4.0 ICS定制版MIUI。



## 2: 外部环境分析

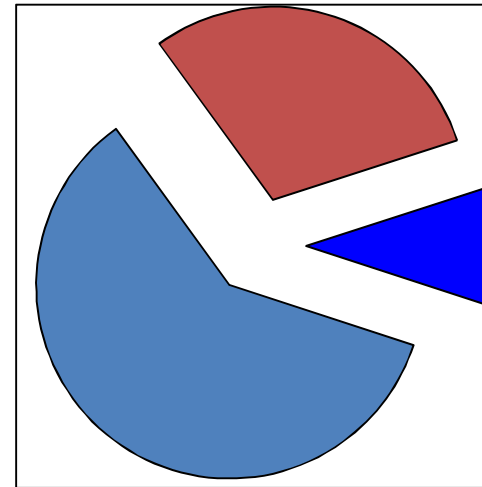
- 从2010年到2012年，智能机与功能机的市场氛围有了戏剧性的变化，市场对智能手机的需求变得越来越大。工信部数据表明，至2012年4月全国手机市场出货为3528.7万部，上年同期增长16.8%，智能手机为1811.4万部，市场占有率超过一半。
- 2012年4月中国智能手机市场份额报告内容显示, 国内前五强中，除了三星电子外均为国产品牌，分别为中兴、华为、联想和酷派，这四家企业的市场份额合计更超过了40%，国产品牌总市场份额更将超过50%。上榜的“中华酷联”四大品牌有着相似的背景——智能手机集中在千元环节，与三大运营商捆绑紧密。



## 2: 外部环境分析



- 市场资源环境：国产智能手机竞争激烈，华为，中兴，联想，酷派由于跟运营商合作，已经超过市场一半的占有率，到2012年4月，已经达60%。按手机销售模式来分享这些手机厂商划分：自主销售体系（金立、0PP、联想）运营商销售体系（华为、中兴、酷派）网络直销（小米）因此小米目前在网络直销模式下的竞争对手很小，市场增长空间很大。



- 中兴，华为，联想，酷派
- 康佳，亿通，小米等
- 其他小品牌

- 三星：I9100 系统：Android 2.3; 主屏尺寸：4.3英寸; 主屏参数：480×800像素(WVGA)CPU：三星 Exynos4210 1.2GHz(双核 )三星 i9300 4.8寸屏+1.5GHz四核 运行Android 4.0系统，内置有800万像素摄像头，支持1080p高清视的 拍摄。
- 小米也在紧跟趋势推出小米二代，配置和三星一致。I9300较之I9100，采用四核CPU，并且系统升级为4.0，外观也有突出，是弧形设计，没有I9100的外形方正，屏幕由4.3直接升级4.8。



### 3: 内部环境分析



- 销售方式，网络推广，大量的网络水军炒作，利用中国网民众多的特点，成为手机销售的一个新的模式，5月18日已达到销量160万台，成为现在众多品牌手机的效仿点
- 打造一个成功的团队，富有创造力的专业化的管理团队，推崇创新的理念和在轻松的伙伴式工作氛围中发挥自己的创意
- 小米手机价格优势，与同配置的HTC及三星手机比，价格低很多
- 与运营商合作，推出电信版本，联通版本

## 4: SWOT分析



### • 优势

- 1、智能机成为趋势，小米手机研发方向正确，并且现阶段有一点的客户和经验积累。
- 2、成熟的上游资源，安卓通用的平台。
- 3、现有的供应链和组织架构有成本优势，可实现低价高配有利润。
- 4、成功的网络营销模式。
- 5、拥有自己研发的MIUI界面，并且有固定使用客户群。

### • 机遇

- 1、市场全球化，可考虑突破海外市场
- 2、智能手机产品多元化，MIUI做为个性的系统会被更多的用户接受。
- 3、公司产品多元化。
- 4、未来移动互联网是最肥的市场。

### • 劣势

- 1、单一的网络销售模式，与运营商合作处于初期阶段
- 2、单一的产品模式。
- 3、没有核心的研发技术，基本上都是打包外发。
- 4、不如老牌的手机厂商有成熟的质量控制体系。
- 5、缺乏有效的售后服务体系。

### • 威胁

- 1、同行业的竞争，中兴，华为，联想，酷派市场占有率过高，并且其他品牌也在进入运营商合作模式。
- 2、其他品牌已经开始效仿小米网络推销，新的竞争者的加入会让小米面临困难。
- 3、手机上游资源技术越来越公开，新兴的品牌越来越多，手机作为时尚用品，可取代性大，并且二线小品牌要抢占市场可能采取更低利润的方式。
- 4、作为小米现在的优势，低价高配，联发科对战高通，采用联发科芯片的智能手机，价格会比高通芯片的更便宜



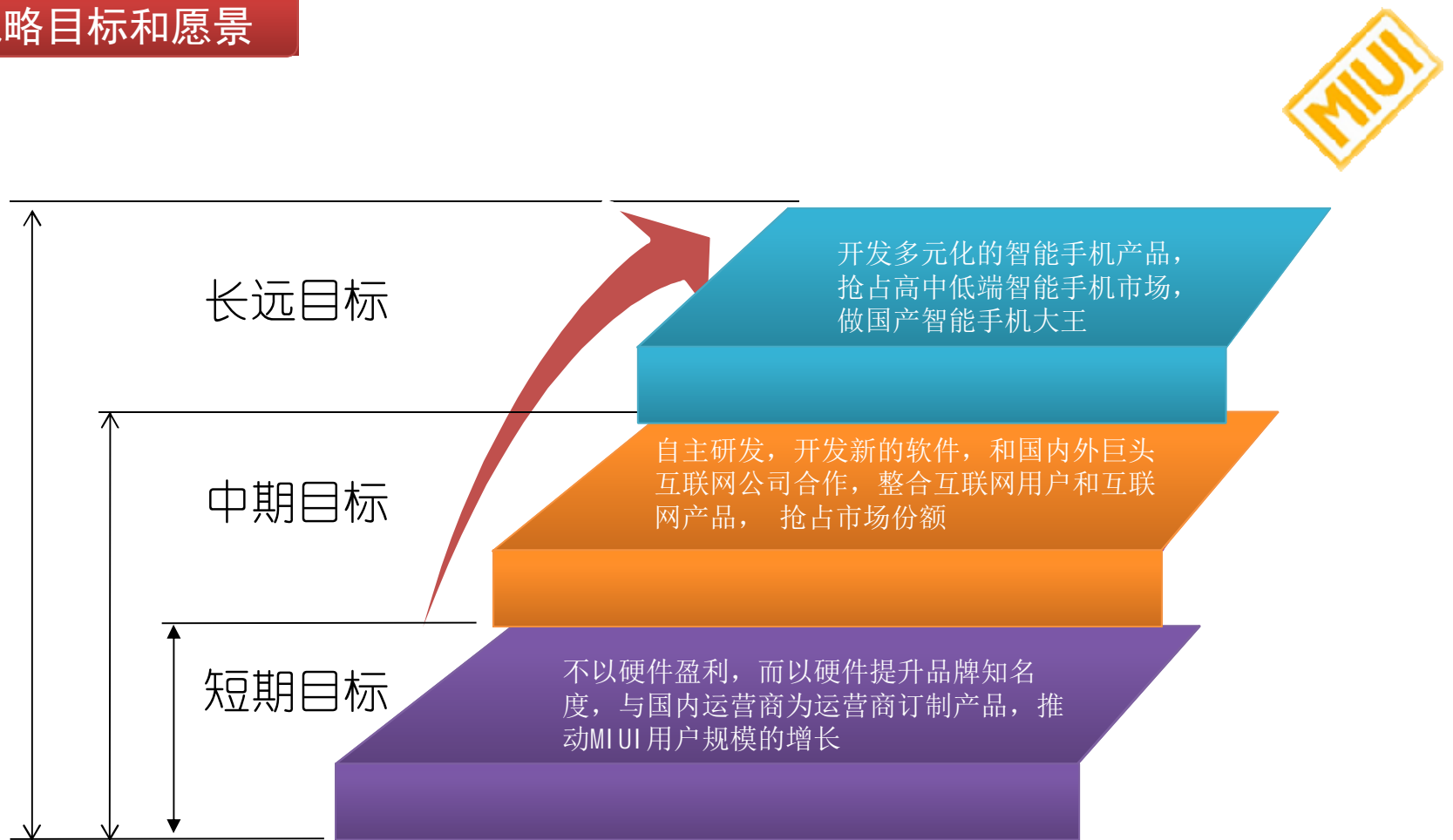
## 5: 方案组合



- 1、单一的网络销售模式，与运营商合作处于初期阶段。
- 2、单一的产品。
- 3、没有核心的研发技术，基本上都是打包外发。
- 2、智能手机产品多元化。
- 4、未来移动互联网是最肥的市场----推出机顶盒产品。



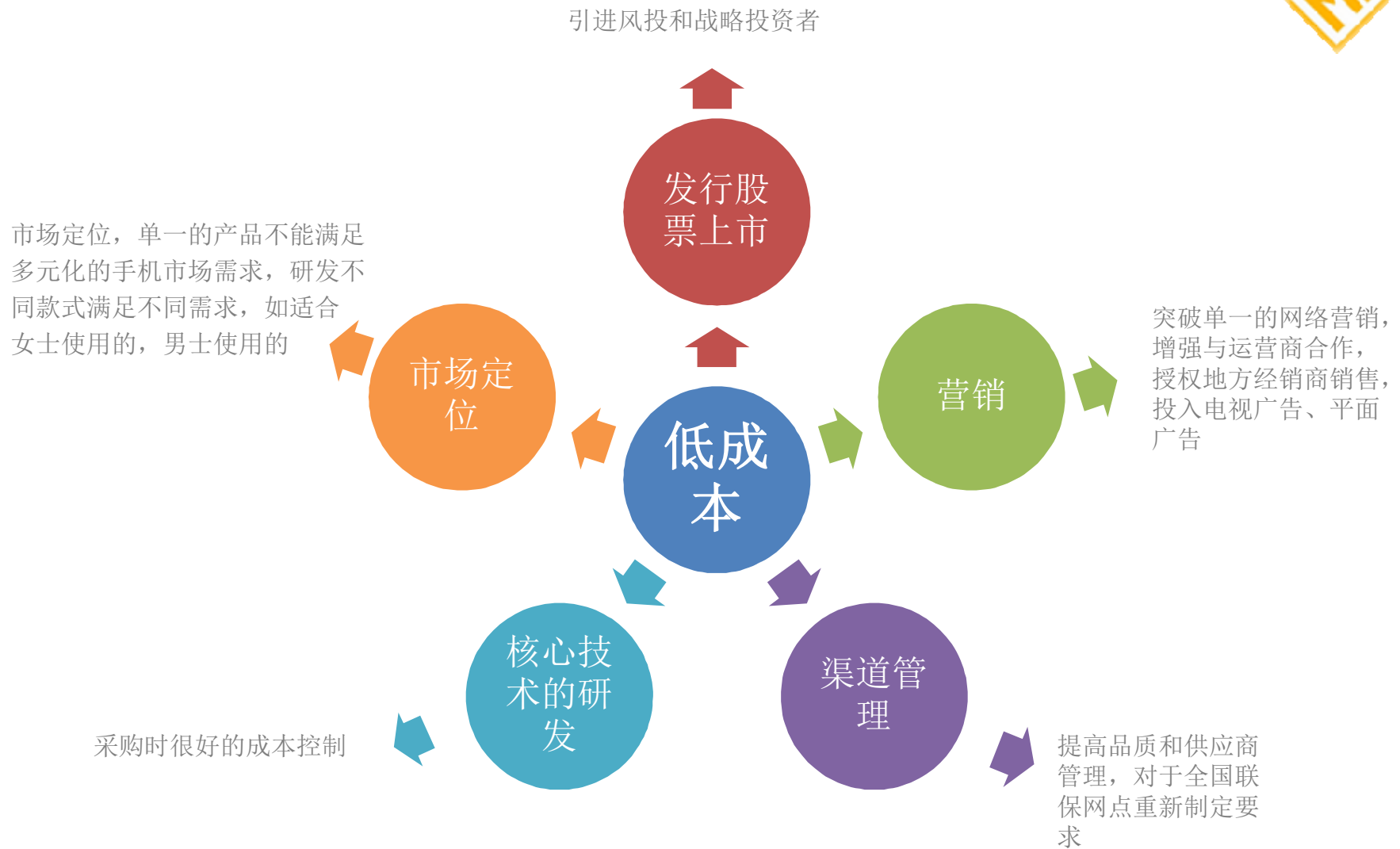
## 6: 战略目标和愿景



研发立本，整合互联网资源和优势，成为中国式的“苹果公司”  
专注于MIUI系统，尽可能做到跨平台，成为中国式的“Google”



## 7: 战略实施



# THANKS