

Golden Eagle Product Briefing Deck

新领袖
Slogan:



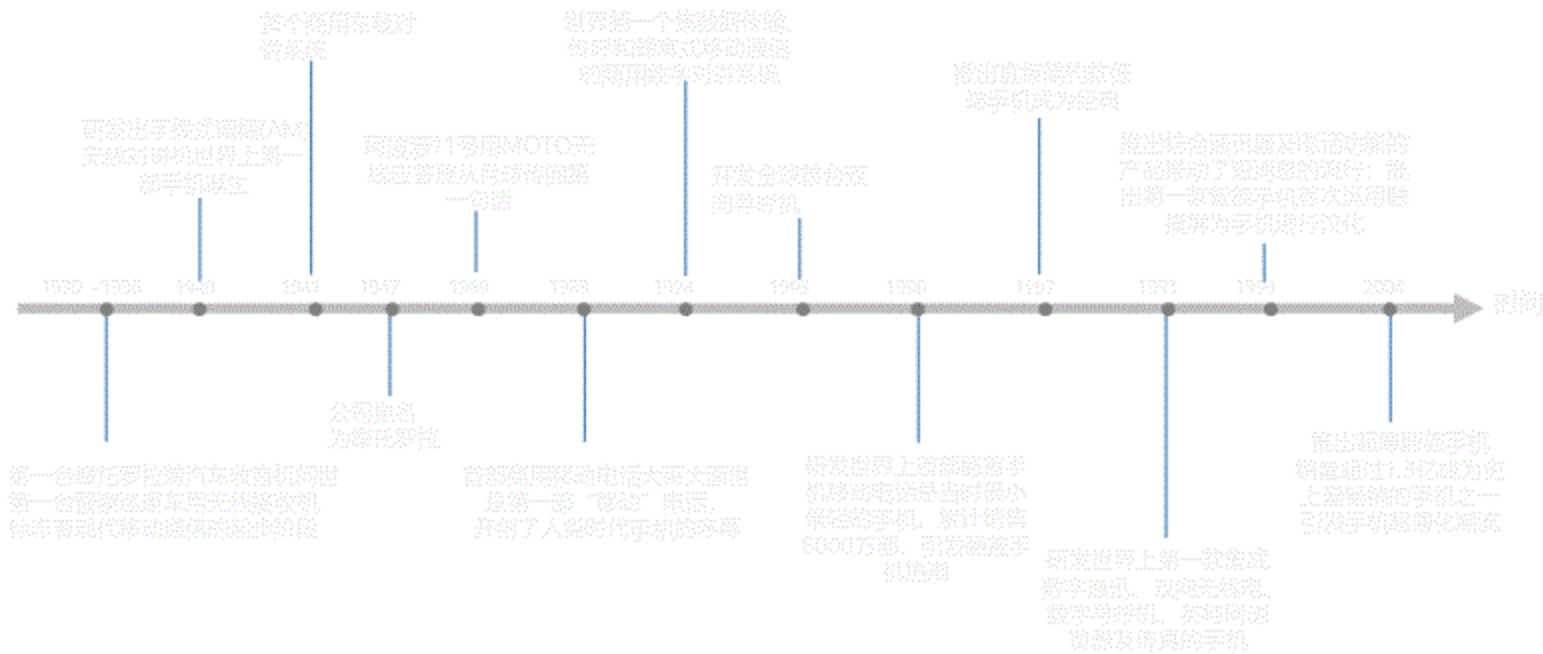
版本更新信息

Version	Remark	Owner	Revised date
V0.1	初始版本	高维 Leonard	6-Jun-2017
V0.6	增加了软件的体验部分	高维 Leonard	8-Aug-2017

颠覆所想
超乎期待
打破常规
更好的手机生活

Our motivation To push beyond the expected and live a life less ordinary.		What we promise We challenge convention to liberate you from the ordinary.
What we do Innovative products that deliver a better mobile lifestyle.		Our attitude We are: lively not hectic, unexpected not silly, and bold not aloof.

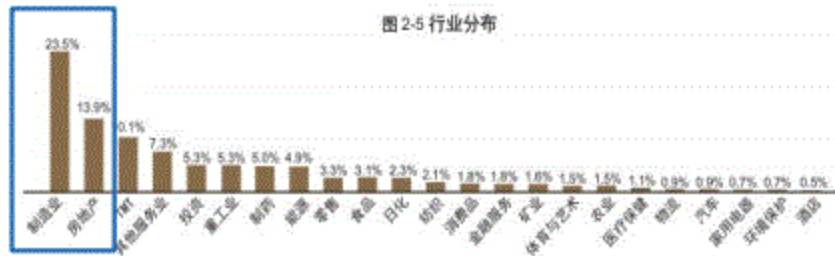






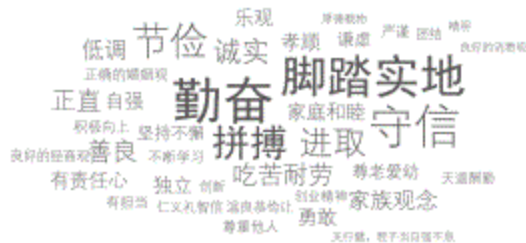
- 男性更多，平均42岁，本科学历，房地产，制造业企业主或高管居多
- 多数为白手起家的创业者，或不断进取，靠自己努力拼搏的企业家精英
- 不会一味追求价高，而是讲究品质、选择适合自己的品牌，并愿意为此支付较高的价格

行业分布



数据来源：胡润研究院

精神气质



人群构成



人群定义及数量来源：2017 高净值人群报告，胡润百富



他们是草莽中崛起的奋斗者，以过人的胆识在商界中拼搏厮杀，白手起家历经磨难终成一番事业。

他们是最顽固的理想主义者，人生沉浮起落未能消磨意志，以强大信念驱动，始终为事业终身奋斗。

他们经历了岁月的磨砺，内心圆润，处事周全。以豁达与谦逊始终立于不败之地。



这几年经济发生了根本变化，怎么变了？80%的行业过剩了，经济进入转型期。

新时代出现了一些英雄，马云，马化腾，雷军，新经济的代表，它们不是渐进递增，而是指数级的增长。

很多传统企业的朋友就有意见了，羡慕嫉妒恨的感觉，包括我们公司很多人都说辛辛苦苦干了三十多年，销售近千亿，雷军干了五年比我们估值大得多。

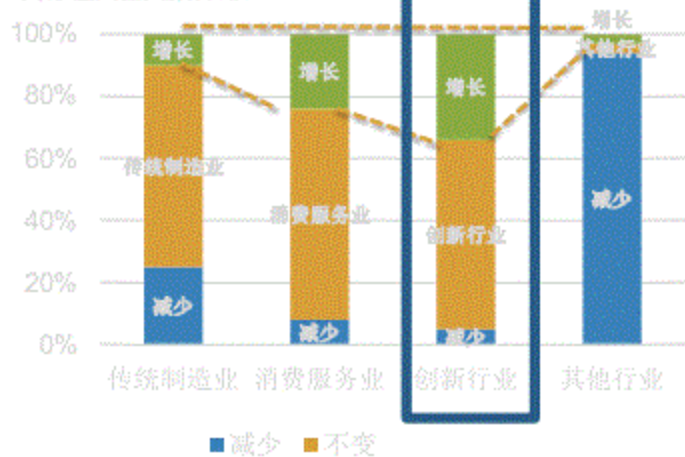
新希望集团董事长刘永好





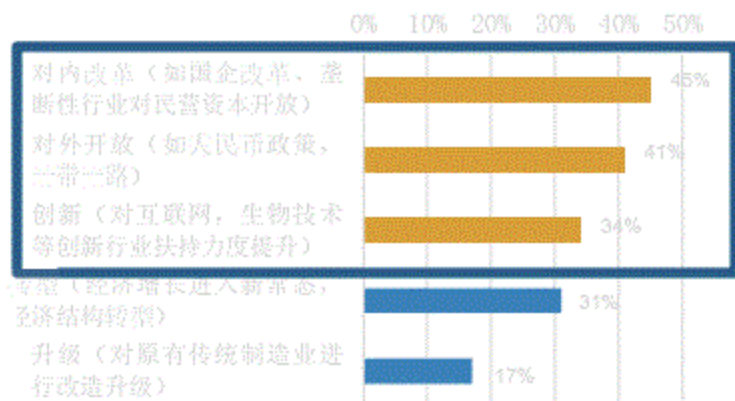
高净值人群投资创新产业最多

高净值人士人数占比%



对改革，一带一路以及产业创新尤为关注

高净值人群提及率



The image consists of three vertical panels, each featuring a portrait of a man in a dark suit. The first man on the left is smiling and looking towards the camera. The second man in the middle has a serious expression and his arms are crossed. The third man on the right is shown in profile, looking to the left and gesturing with his hands as if speaking. Each portrait has a white circular graphic overlaid on it, containing two lines of white text.

不是巅峰之上
而是屹立潮头

不止坐拥财富
而是创造财富

不再静观其变
而是力行革新



他们就是我们所说的



以新思维去**改变规则**、创造新财富和新时代的人

颠覆

成规、格局

开放

心胸、态度

融合

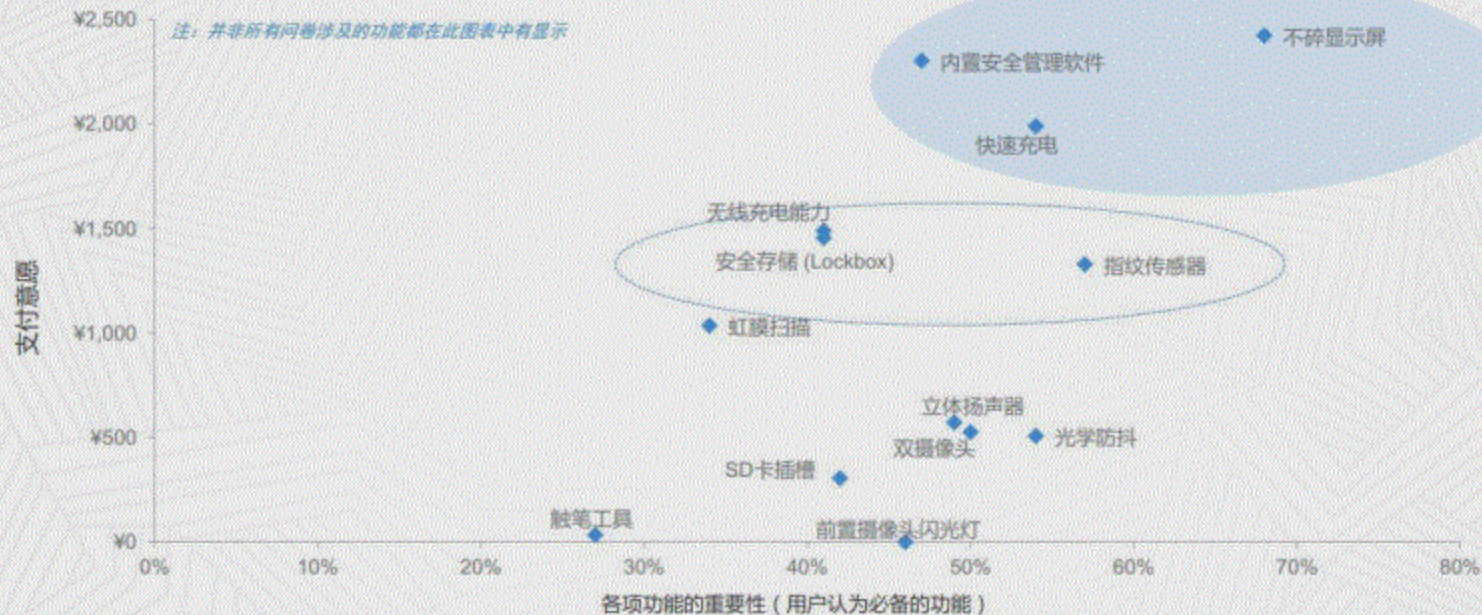
智慧、资源

再创造

新财富、新时代

功能需求和支付意愿 – 高价位段用户

功能的重要性（“必须拥有的”）和用户的支付意愿



数据来源: 2017 Smartphone PUF Study (CHINA).

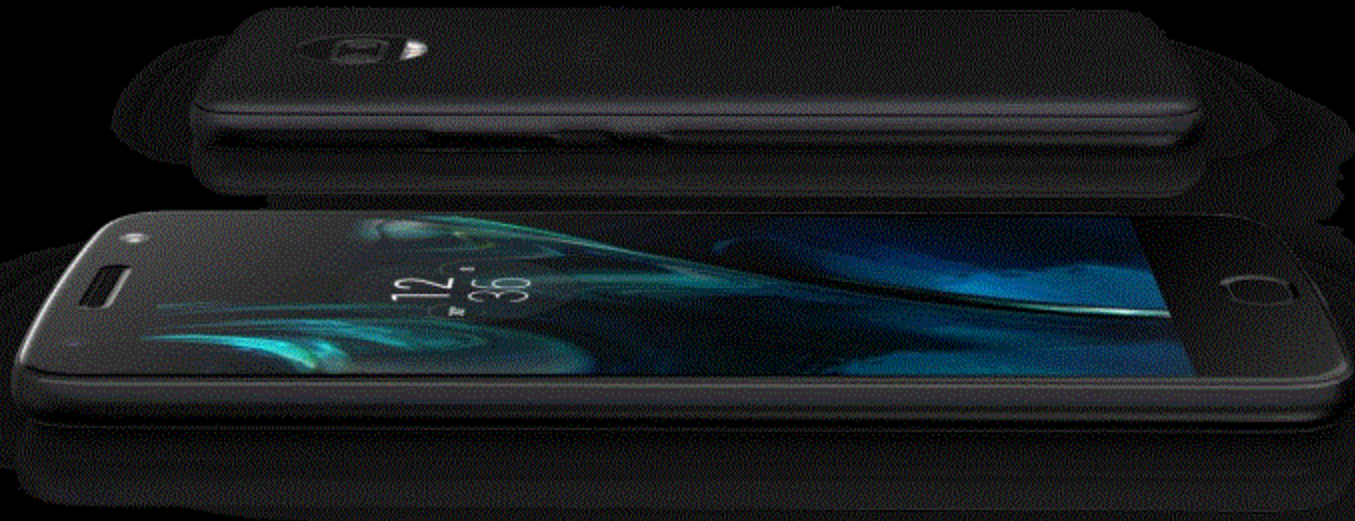
样本: 所有高价位用户 (n=1001)

分析来源: DCM

© 2016 Lenovo Internal. All rights reserved.



Golden Eagle 产品卖点



技艺之心
Shattershield

慧纳百川
MotoMods

洞悉刹那
智能双摄

顶配
不卡顿

智胜未来
AI智能



材质

工艺

质感

Metal and Glass

This year we will also continue to extend the use of high quality materials like metal and glass throughout our portfolio delivering premium designs at every tier.

Elemental thinking continues to drive design towards experiences which evoke sophistication, quality and visual appeal with product longevity.



极致超薄，无我之境 防碎屏设计 坚韧之心

如此轻薄，有如无我心境，可容一切可能。
性能卓越防碎，坚韧雄心，再次勇往直前

All metal Ultra slim design

World's Thinnest Shatterproof QHD display

ShatterShield 防碎屏技术

全铝合金机身

7000系列高标号航空铝合金

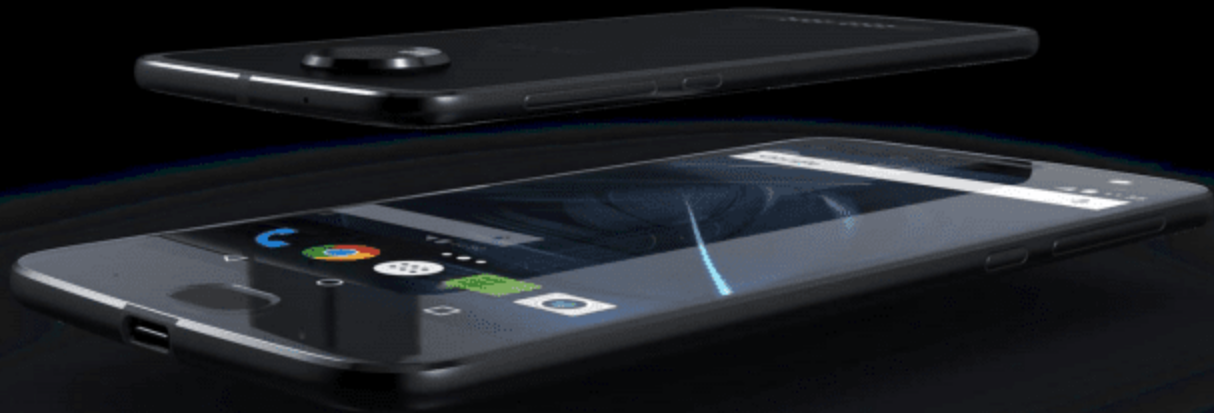
超薄设计 5.99mm





世界上最薄的防碎屏手机

Unibody design makes this our thinnest and lightest 5.5" display product.





刀锋设计 极致超薄

All metal Ultra slim design

Unibody design makes this our thinnest and lightest 5.5" display product.



超薄设计 5.99mm

全铝合金一体机身

7000系列高标号航空铝合金

历经9道工序CNC精密加工

机身亮线0.6毫米镜面抛光，闪耀金属光芒



防碎屏设计坚韧之心

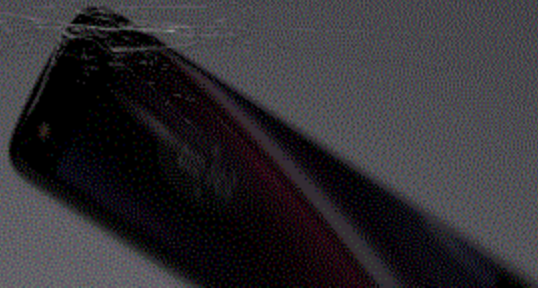
World's Thinnest Shatterproof QHD display

ShatterShield 防碎屏技术

防摔，防压永不碎屏

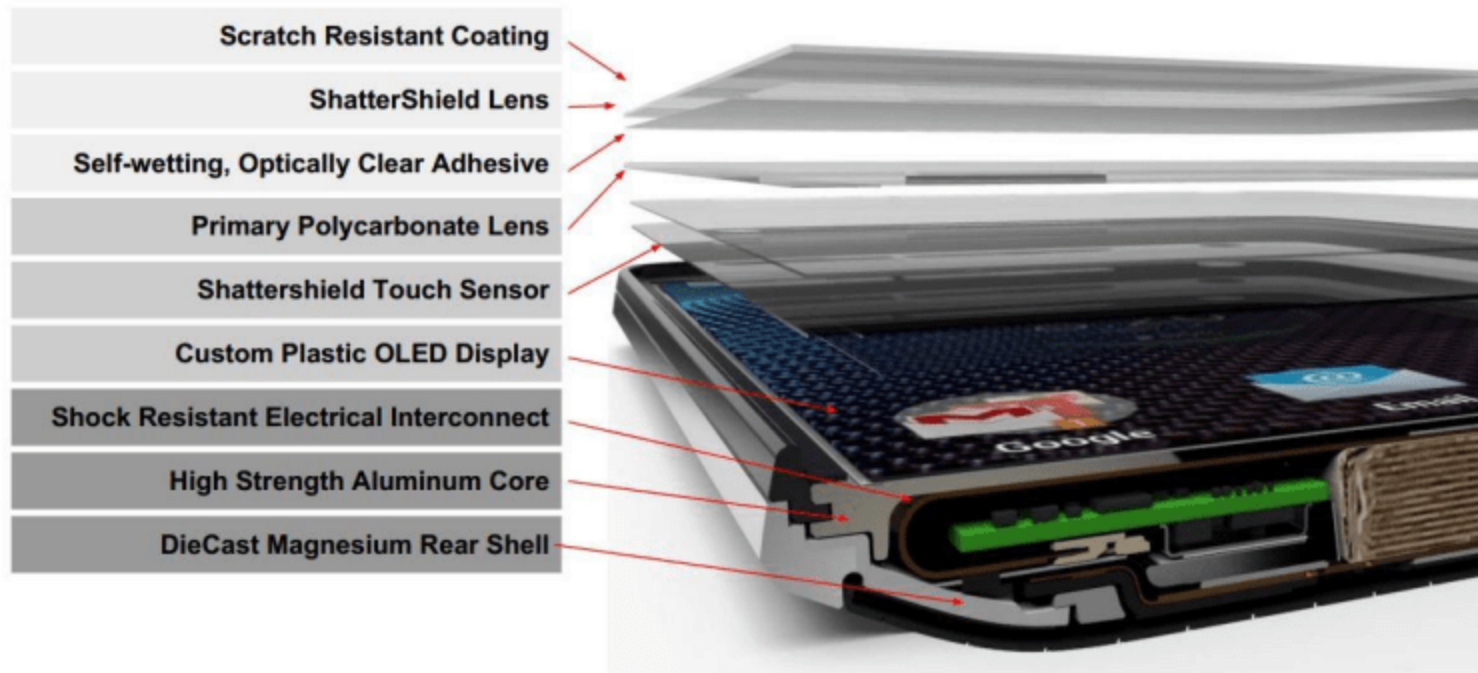
5.5" QHD 2K超高清 OLED 显示屏

4年碎屏保修



Introducing ShatterShield™ by Motorola

The world's first **guaranteed shatterproof** display





5.5吋 QHD 2K 超高清显示屏

pOLED (2560x1440)

夜晚手机屏幕自动调整成暖色色调，从而自动减少蓝光，起到护眼和不影响睡眠的效果

环形天线

- 保持金属一体机身完整设计，手机顶部及底部的小凹槽作为手机天线开口，
- 智能动态闭环调谐技术，在握住手机时能监测手机信号的变化，并自动调节使手机信号及接受能力保持稳定
- 使用高通TRUSIGNAL天线信号增强技术，可以支持信号屏障的智能补偿，提高信号的稳定性、数据传输速率和信号覆盖能力，同时降低无线功耗





防水溅P2i纳米涂层

- 采用行业领先的纳米涂层技术，可以有效支持防水溅
- 为你的手机提供周全保护。泼溅、淋雨，从此不足为惧
- 内外双层P2i纳米涂层



Moto 慧纳

不只是1+n
更是更智
以1+n的无
Transform
Moto mo
functiona





四体处理器 MPU

Nuttx
实时系统

Greybus
私有协议

高速数据
传输

Toshiba
定制芯片



智能表面M S S

23K金 / 防水涂层 / 抗氧化





Hasselblad 10x True Zoom 摩眼 哈苏摄影模块

哈苏专业品质

10倍无损光学变焦

氙气闪光灯

12M像素

RAW源文件格式输出





Insta-Share Projector 摩影 投影模块

70吋 随身影院
智能梯形校正
超短焦距自动对焦



Lenovo

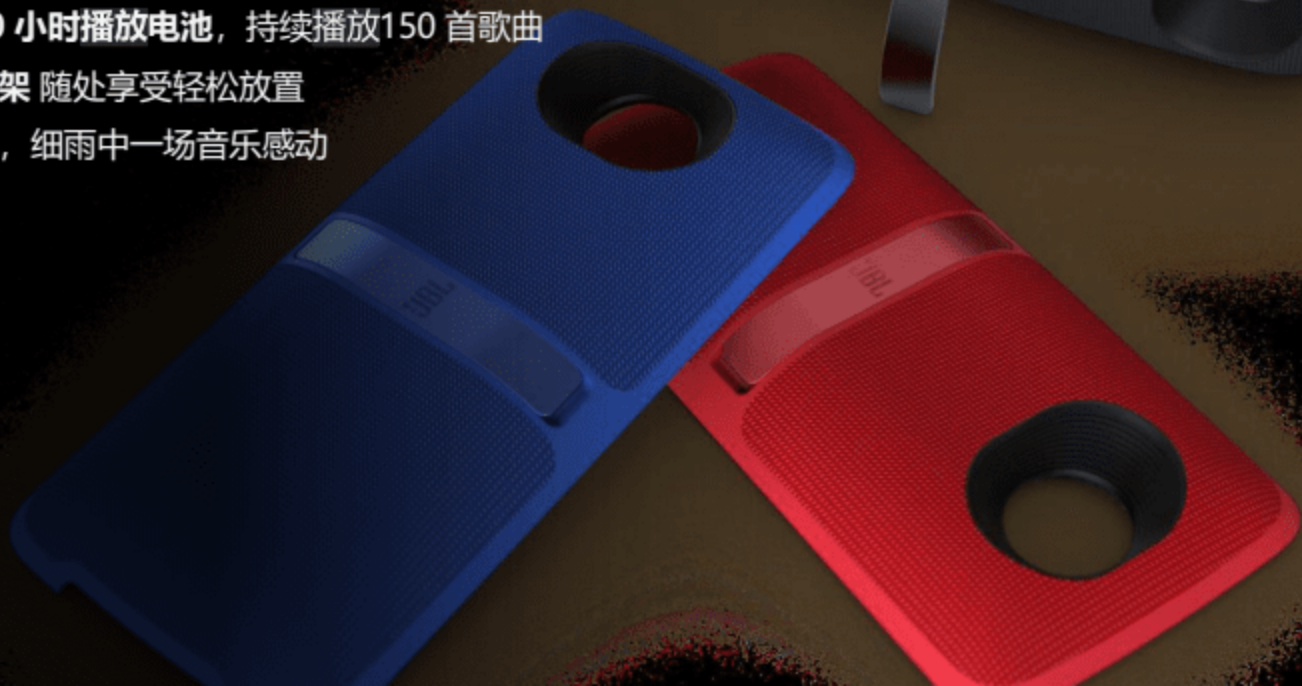


“摩音” 新一代 JBL SoundBoost²

自带10 小时播放电池，持续播放150 首歌曲

一体支架 随处享受轻松放置

防泼溅，细雨中一场音乐感动



MOTO MODS ATTACH RATE

80% attach rate and high consumer satisfaction

ATTACH RATE

JBL
SOUNDBOOST | SPEAKER

699



15%
ATTACH

INCIPIO
OFFGRID™ POWER PACK

499



15%
ATTACH

moto
INSTA-SHARE PROJECTOR

1999



5%
ATTACH

HASSELBLAD
CREATE TO INSPIRE

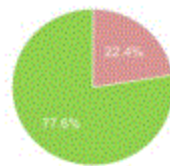
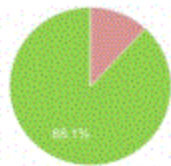
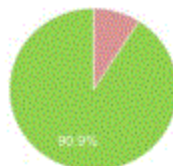
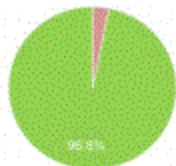
2299



5%
ATTACH

CONSUMER SENTIMENT

- positive
- negative



USAGE

20hrs / wk
weekend peaks



42hrs / wk
weekend peaks



10hrs / wk
weekend peaks



7hrs / wk
weekend peaks

