

解讀後來居上的秘密 LitePoint 拿下全球無線連接射頻產測 70%份額

<http://www.c114.net> (2013/6/3 07:32)

C114 訊 北京時間 5 月 28 日下午消息（張月紅）在無線通訊測試儀錶市場，業界公認的巨頭有安捷倫、羅德與施瓦茨、安立、艾法斯等為人熟知的名字，隨著移動互聯網的普及，終端設備更新換代加快，無線通訊測試儀錶也迎來飛速發展的時期，同時這塊由傳統列強把持的儀器測試市場也面臨著越來越激烈的競爭，給了新進入者異軍突起的機會，比如 LitePoint。

在位於浦東軟體園的上海辦公室，LitePoint 副總裁兼中國區總經理 Gary Wang 接受了 C114 中國通信網的獨家採訪。

相對於傳統的測試巨頭，2000 年成立的 LitePoint 是名副其實的市場新軍，然而 13 年過去後，LitePoint 拿下了全球 70% 以上的無線連接射頻產測份額。過去五年，更是進入增長高峰期，營收每一年翻一倍，員工數量每年翻一倍，2012 年的營收接近 3 億美元。

測試儀錶是一塊技術先行的市場，技術門檻高，再加上早已樹立好地位的強大競爭對手，LitePoint 是如何做到異軍突起、後發先至的呢，在 Gary 的介紹下，粗略重現了一位技術創新公司後來居上的歷程。



LitePoint 副總裁兼中國區總經理 Gary Wang

三次革新確立市場地位

2000 年 5 月份，兩位丹麥人和一位元希臘人從晶片企業離職，帶領著幾名工程師在矽谷創業，公司創立之初主要做晶片的諮詢業務，比如晶片的構架設計等等。

後來，在為 WiFi 晶片公司提供顧問和諮詢服務的時候，三位元創始人發現，行業需要一款測試儀錶，既能放在產線上用，又可以把向量信號發生器、頻譜分析儀等集成在一起使用的一站式測試儀錶。

首席執行官 Benny Madsen，立刻著手調研，的確，這是一塊空白市場，當時的產線測試仍需要多台儀器，成本高昂、操作複雜，而且測試所需時間也比較長。確定客戶需求後，三位創始人果斷投入，並增加了員工，Gary 作為 LitePoint 創立之初首批進入公司的工程師，也參與領導了開創產品的研發。

2003 年，LitePoint 推出了單機式 WiFi 綜測儀，IQVIEW 和 IQFLEX，雖然當時的競爭對手屬於大象級別，然而 LitePoint 推出的產品的確是客戶所需的，慢慢的這兩款主打產品悄悄改變了產測格局。

2008 年，LitePoint 又推出了一款適用於多種測試標準的一體機，單機可以測試 WiFi、藍牙、GPS、WiMax、FM、NFC、Zigbee 等多種主流無線通訊技術，除此以外，一體機還支援並行測試，一台機器同時測試四台手機，大大縮短了產品測試的時間。伴隨這款產品出世的，還有 LitePoint 發佈在各大期刊幾十上百個 paper，積累了大量專利。

2010 年，在整個手機測試行業還在考慮要不要從信令測試轉移到非信令測試的時候，LitePoint 再次先行一步，推出了非信令多待測物手機綜測儀。客觀的講，也不能說 LitePoint 每次都能引導技術革新，按照 Gary 的解釋，他說：

“人都是有包袱的，都是有歷史的，LitePoint 沒有包袱，我們就是看到非信令測試快，也看到手機在未來會飛速增長，用信令的方式測是沒有辦法滿足需求的，兩者的差距，比如說信令要用 6 分鐘，非信令可能只用 60 秒。”

觀察行業各個細分領域，的確是那些沒有積累的企業為行業帶來革新的機率更高一些，比如蘋果更新了藍色巨人 IBM 對個人 PC 機的態度，一款 iPhone 引領行業進入智慧機時代。有時候傳統大廠雖然有積累，有實力，然而技術革新必然傷害到原有的投入，甚至把市場規模縮小，左右手互搏任何時候都不是一件容易的事。

對於 LitePoint 來說，沒有包袱，決策和行動輕快狠准，牢牢抓住三次技術革新的機會，這些奠定了它飛速增長的基礎。

不一樣的後來者

創新是革新一個行業的必要因素，但它不是全部的因素，Gary 說，到了今天，他和一些大客戶交流的時候，客戶說，LitePoint 和很多原來的測試供應商都不一樣，“你們公司的研發和技術支持人員過來，衝勁都非常大，非常專業和很有激情。”

正如 Gary 所介紹的，LitePoint 產品一開始以一體化單機面世，確實帶來了不一樣的性能和設計，創業公司和原有的大象相比，在服務上也更熱情、周到，更加難得的是，LitePoint 在決策上的快速也帶給客戶不一樣的體驗。

舉個例子，某地區的客戶希望儀器增加一個新的功能，在傳統的大企業裡，必定是層層彙報，層層審批，Gary 說，LitePoint 就可以做到對客戶提出的需求，很快就可以回答“yes or no”。

出身於晶片行業的三位元創始人，在市場推廣上也別出心裁，利用出身晶片行業的特點，LitePoint 與主流晶片廠家[博通](#)、[高通](#)、[德州儀器](#)、聯發科等密切合作，做到了測試軟體與晶片的綁定。

另外一點，LitePoint 的創新能夠為客戶帶來實實在在的利益，比如說早期推出的一拖多的一體化單機測試儀器，對客戶來說，這就意味著今後只需 購買更少的設備，提高了效率。傳統的測試廠商是沒有動力去做這個事情的，因為這麼做對原有業務發展是不利的，等於把利潤給了客戶，客戶本來是要買一百台測試儀器，如果是一拖多的產品，就只需買三十台了。所以客戶是得到最大優惠的，這也是 LitePoint 很快得到認可的重要原因。

他說，在若干年前，儀錶測試行業沒有太大的變化，一台機器一般至少用個十年，但現在不同了，變化越來越快。Gary 說，創新說起來容易，做起來難，尤其是對有了包袱的大企業象來說，更是如此。但今天的無線通訊行業，無論是手機終端，晶片設計，還是測試行業，都是不進則退。

無線測試市場增長前景可觀

在矽谷立下腳跟後，LitePoint 迅速開枝散葉，在美國聖地牙哥，芝加哥、丹麥哥本哈根設立了研發中心，業務運營鋪到了臺灣、日本、韓國、和中國大陸。

Gary 稱，LitePoint 在 2005 年就已經進入中國市場，但過去的六七年屬於積累期，主要為客戶提供技術支援。2012 年起開始發力中國市場，在上海、深圳、成都和西安都設立了辦公室，配備售前售後技術支援，他說：“我們希望紮根中國市場，做到真正的當地語系化，未來還會加大對中國市場的投入，讓國內客戶得到最大的技術支援。”

比較一下競爭優勢，Gary 稱，LitePoint 專注，不求大而全，但求做好做精某條產線。如果說大象級對手能夠服務金領、白領、藍領各個階層，LitePoint 只服務於藍領階層，但對於這條產線來說，LitePoint 卻擁有量身定做，高性價比，便捷靈活的操作等各項優勢。

Gary 並不否認大而全的優勢，LitePoint 選擇了另外的方式補上優勢。2011 年，美國電子系統測試設備供應商泰瑞達（Teradyne）收購 LitePoint，後者成為獨立運營的子公司。兩家合併後，泰瑞達產品線更加完備，涵蓋晶片級測試，封裝後測試，印製電路板測試、硬碟測試以及移動終端測試，完整覆蓋了產品線。Gary 稱，這是強強聯手，滿足了客戶對一站式服務的需求。

目前，LitePoint 的兩塊主打領域是無線連接技術和手機類產品綜測。無線連接技術發展到現在主要有 WiFi，藍牙、GPS、NFC、Wimax、Zigbee、FM 等等。目前來看，WiFi 已經成為最為成功的無線[局域網](#)技術標準。

過去的十年時間，無線局域網已經從一個設想，變成了消費者和企業用戶必不可少的需求，應用範圍從最早的上[網卡](#)，擴展到手機、平板電腦、家用電器甚至智慧家居。直到今天，這項技術仍在不斷演變，Gary 稱，最新的 802.11ac 由於頻寬更寬、速率更快、輸送量更高，已經成為無線局域網下一代演進的技術方向。

和工作在較為擁堵且零散的 2.4GHz 頻段的 802.11b/g/n 技術相比，802.11ac 僅在 5GHz 頻段工作，寬通道頻寬、新的調製和編碼方案、向下相容、共存機制和多空間流、波束成形及多用戶輸入輸出等技術特性，將為未來的無線上網帶來更好的體驗。尤其是無線高清電視等[流媒體](#)業務起來後，無線局域網的應用會非常廣泛。

Gary 稱，LitePoint 的 802.11ac 測試產品已經出貨兩年多了，目前，幾乎所有主流的晶片廠商和 90% 以上的 802.11ac 終端廠商在測量 802.11ac 產品時選擇與 LitePoint 合作。802.11ac 目前主要市場在歐美日本等發達國家，全球 Tier one 的手機大廠都採用了 LitePoint 的產品，中國廠商也開始佈局，公司的 802.11ac 產品迎來供不應求的強勁增長期，他相信這個強勁增長期會維持個三年左右。

在手機綜測領域，由於[智能手機](#)的噴發式增長，傳統的很多測試廠商都已進入，行業開始從信令測試方式向非信令測試方式轉變，從[3G](#)向[4G](#)轉變，技術的演變也給 LitePoint 帶來了很大的增長機會，Gary 稱，LitePoint 已經推出了同時支持 2G、3G、4G、[LTE](#)-advanced 的手機綜測儀，他說，無論是 802.11ac，還是 4G LTE、LTE-advanced，LitePoint 都走在了行業的最前沿，他相信，在收穫了無線連接產測 70% 的份額後，LitePoint 很快也能躋身手機綜測領域的前三強。

作者：張月紅 來源：C114 中國通信網