

Note7停产,三星为“着急”买单

大陆地区约19万台将全召回

险象环生的三星Note7,终于走到了宣布暂时停产、停售的地步。11日,我省的各大三星专卖店、手机卖场开始陆续接到下架通知,暂停了该款手机的对外销售。针对此事,不少分析人士指出,面对竞争,三星为急于快速推出新品,可能缺乏充分的质量检测,此次事件正是三星为了自己的“着急”买单。

本报记者 韩笑

Note7爆炸门后 一柜台销量降了8成

11日,三星电子表示,要求所有合作伙伴停止销售和置换Galaxy Note 7手机,并要求Note7用户关机,停止使用,包括持原装手机和已完成更换的用户。国家质检总局官网也发布了公告,公告显示,三星(中国)投资有限公司决定召回在中国大陆地区销售的全部SM-N9300 Galaxy Note 7数字移动电话机,共计190984台(包含2016年9月14日公告首次召回的1858台产品)。截至目前,在中国大陆地区已经发生20起过热、燃烧事故。在国家质检总局执法督查司进行约谈和启动缺陷调查情况下,三星(中国)投资有限公司向国家质检总局备案了召回计划。

11日下午1点,记者走访了济南多家三星专卖店和手机卖场,发现一些柜台已经相继停售Note7。在苏宁泉城路店,三星柜台上摆放着Note7,标价5988元。“这款已经停售了,我们接到了通知。”销售人员告诉齐鲁晚报记者。一三星专卖店的店员告诉记者,“爆炸门”事件对Note7的销售影响很大,销量降了近8成。“刚上市的一段时期,每天至少能卖五六台,现在就算是刚刚过去的黄金周,一天也最多卖一两台”。

产品快节奏入市 设备没得到充分检测

Note7到底出了什么问题?作为韩国能源研究领域的带头人,曹在弼(Jaephil Cho)教授认为三星还是操之过急了,急于完成召回任务挽回形象的韩国巨头在短时间内完成了大规模的新电池生产,因此质量控制上再次出了问题,导致最终功亏一篑。

近年来,在与苹果、华为等品牌的激烈竞争中,三星手机市场份额不断遭到蚕食。面对

压力,三星希望通过加快产品更新以吸引消费者,不断推出盖乐世S和盖乐世Note系列产品。这一策略也的确给三星带来了效益。今年7月7日,三星宣布,受智能旗舰手机盖乐世S7热销影响,今年第二季度公司营业利润同比增长17%,创两年来季度收益新高。但这一策略也给三星的品牌声誉带来了巨大的潜在风险。有媒体报道,为了使主要产品尽快进入市场,一些实验和检测时间可能会被缩短,使得相关设备没有得到充分检测。

“三星自身检测能力很强,问题是自己可以发现的。为了赶在iPhone7前上市,存在侥幸心理,过于匆忙才出现了问题。”业内人士说道。

对中国消费者不诚恳 对品牌冲击远甚亏钱

相比于市值蒸发、销量下滑,此次事件对三星的品牌冲击则更为巨大。自8月中旬全球开售以来,三星Note7发生了多起电池起火爆炸事故。9月2日,三星宣布在全球启动召回250万台已经售出的Note7,为用户更换新电池。不过,三星国行(国内行货)版Note7不在全球召回计划之列。三星当时解释称,国行版Note7采用了另外一家电池供应商的电池,产品是安全的,但此举让三星陷入“双重标准”的风波。

针对中国曝出的两起国内行货(国行)版Note7爆炸事件,三星电子曾在9月19日发表的中文声明称,“通过三星电子研究所、品质检测部门对该产品进行了详细分析,推断该产品损坏是因外部加热导致。”一天之后,9月20日,韩国《朝鲜日报》报道还称,三星电子宣布,“正在讨论对主张虚假爆炸的两名中国消费者进行刑事起诉等法律应对。”此举引发部分中国消费者反弹。

“在中国市场,三星的公关做得不够好。三星对待中国消费者的态度不诚恳,消费者不仅对品牌产生了信任危机,而且还更加反感。”业内分析人士直言。



一向在互联网上宣传的小米,近期为争夺客户也将广告做到了大街小巷。 本报记者 韩笑 摄

三星“陨落” 国产机逆袭

三星Note7电池爆炸事件估计会成为全球手机市场格局变化的导火索,三星因爆炸门所流失的市场份额,很快会被其他竞争对手瓜分,实际上中国手机厂商可能是最大的受益方。

依靠技术创新,以及对市场脉搏的精准把握,国产手机已经实现了“反超”。数据显示,2016年第二季度,华为在中国智能手机的市场占有率为17.2%,排名第一,其后依次为OPPO、vivo和小米,苹果手机市场占有率为7.8%,排名第五。国产智能手机正在多方市场“混战”中实现崛起。

本报记者 韩笑 整理

花血本搞技术创新 国产手机迎“春天”

国产手机进步如此之快令人咋舌,就在几年前,国内的智能手机市场还是苹果和三星的天下。如今,市场前三名已尽是国产品牌,廉价铺货的时代过去后,技术越来越成熟的国产手机获得了消费者的青睐。

国产智能手机迎来“春天”,与技术研发和创新密不可分。以华为为例,公司坚持每年将10%以上的销售收入用于研发。去年,从事研究与开发的人员约7.9万名,占公司总人数的45%,研发费用支出占总收入的15.1%。华为2005年到2015年的十年间研发投入超过了2400亿,这其中涵盖了麒麟芯片、EMUI系统、集成通讯单元这些关乎产业链布局的单元。

在2016年年中,华为手机不断刷新着市场成绩。在今年一季度,华为终端全球销售收入同比增61%,其中,智能手机销售同比增长63%,出货量同比增长62%。消费者对于华为高端品系的喜爱,也印证了华为专注精品策略的成功。

在国内市场占有率稳步提升的同时,国产手机也在积极向海外进军。其中,华为在亚太、欧洲等多个市场基本站稳脚跟,OPPO、vivo等也在积极拓展印度与东南亚市场,并凭借较高性价比获得了良好的市场反响。

小米都瞄准实体店 线下渠道争夺战打响

OPPO、vivo品牌是如何崛起的?答案只有一个,它们更了解国情。开进城市、郊区甚至村庄的零售店,也就是线下渠道,成为它们的制胜法宝。但支撑这些增长的还有成熟的生产体系、独特的产品功能、偶像明星代言等。

小米手机的问世一度让线上渠道的影响达到了巅峰,它的成功可以说是互联网以用户为中心、快速迭代的模式对于传统手机公司的逆袭。但在中国智能手机增长放缓和竞争对手挤压下的商业格局变迁,导致其赖以崛起的模式失灵。

OPPO、vivo这两个“东莞品牌”取代小米成为华为在中国市场最大的竞争对手,多数人眼里,坚持线下实体渠道是关键。从手机实际销售环节来看,消费者可以零距离接触产品是线下渠道固有优势,它能给消费者直观手机体验以及在售后和维修方面的天然便利性,正是因为这一点,众多手机厂商依然把线下渠道作为重中之重。

OPPO、vivo的成功,让不少品牌眼红了。华为的下一个目标已指向线下渠道,为了在比较弱势的三到六线城市打“巷战”,华为去年底公布了针对公开市场的“千县计划”,矛头直指三星以及OPPO、vivo系等在公开市场份额优先的品牌。一度线上风光的小米手机,面对线上风口的退去,也不得不拥抱自己曾经讨厌的线下渠道。小米董事长雷军前不久在内部讲话中已明确,小米手机未来的销售渠道重心,将从线上营销转向实体店,小米之家将大力扩张。

国产手机“涨价潮” 价格战之后拼品牌

回顾一下今年主流厂商的新品机型,用涨价潮来形容并不夸张。魅族新机MX6的售价为1999元,而之前MX4和MX5的起售价都是1799元;华为P9国内售价2988元起,而去年的P8则是2888元起;OPPO今年的主打机型R9起售价为2799元,去年R7为2499元……

“手机市场基本已经是一个存量市场,手机行业的竞争焦点,已经从传统的拼硬件配置和性价比,到了比拼产品本身的用户体验。”vivo公司全球副总裁兼首席市场官冯磊在接受记者采访时曾表示。

存量市场与还处于蛮荒时期的增量市场的玩法肯定是有差异的。因为存量市场上的大部分购机者,都不是第一次购买智能手机,因此,他们对于产品和体验都有更高的期待,除了价格,他们还会追求品质、工艺、前沿技术,甚至一个更高端的品牌形象,以彰显自己的审美品位。这也就不难解释,为什么各个厂商都在调整产品结构,从低价冲量,逐渐加大中高端系列的权重。

“未来中国手机厂商只有6至8家能够生存,若想在激烈的市场里分得一杯羹,差异化是不变的策略。差异化战略是趋势,也是生存之道。”金立集团董事长刘立荣说。不能再用性价比去吸引大量消费者,只有做好品牌、产品和渠道服务的差异化,才能让消费者为“高价”买单。

分类广告订版电话: 0531-85196183
济南市添源大街2号大众传媒大厦东门

锅炉商讯
★专业燃煤燃气锅炉改造
招代理15053718622

招生信息
●聘招生代理、安置法警
书记员053188661516

商讯
●电子招加工户
05374290368

注销公告、挂失、声明、
等信息可以通过本报官方
网站www.qlwb.com.cn
在线办理刊登挂失广告格
式可扫描二维码了
解更多详情。

古井名酒招商
免费铺货+房租+广告+人员工资,
年终返利,全程帮扶,风险厂家担
电话: 13515682918、13856833988

五粮液股份福喜迎门酒 特惠招商
您想做白酒生意发展吗? 那就请
加盟五粮液股份有限公司福喜迎门酒!
该酒浓香型,品质优异,尤其适合婚宴、
寿宴、喜庆宴等。价格低廉,利润丰厚,
各门户网站正在播映“福喜迎门”喜剧微
电影以及支持广告费、门头装修、业务
员工资等丰厚市场政策支持。
现特惠诚征县市级以上总经销商!
网址: www.wlyfxym.com
加盟QQ: 159815698 159815928
电话: 028-68988888 18811182888

CCTV
央视上榜品牌

Happy Rest
Happy Rest
泰国天然乳胶枕
48 缓解 颈椎疼痛
小时 达到 深度睡眠

零售、实体、微商999元加盟
156-8400-1111