

小米的破绽与补丁

4月6日,小米庆祝了5岁生日。两天后的“米粉节”,小米更是把自家这个专属节日玩得跟阿里巴巴“双十一”似的。数据大屏幕显示,当天小米手机销售额超过20亿元,销售手机212万多台。

这个漂亮的数据,让小米可以继续资本市场上有故事可讲。但关注小米的人却从这串数字中嗅到一丝危机。

“在这个节日,它们(小米)必须铆足了劲往前冲,因为一旦销量呈现下滑,外界唱衰的论调也必然铺天盖地。”TMT观察员王新喜分析。

身为男主角的雷军也许感受最深。6日发表的公开信中,雷军坦承,小米未来面临的五年,注定是最为惨烈的五年。

相关数据显示,2010年至今,智能手机在飞速增长5年后已出现天花板。根据工信部最新数据,2014年中国智能手机出货3.89亿部,同比下降8.2%,市场占有率已达到86%。百度《移动互联网发展趋势报告2015贺岁版》则显示,2012年和2013年,智能机季增速分别为36%和14%,而2014年国内智能手机季均增长率仅为6%。有相关市场调研报告指出,2014年后,用户的换机周期可能高达18个月。

当行业天花板出现时,下一个米粉节还能刷出漂亮的数据来吗?过去四年,小米是站在智能手机市场的风口上快速成长起来的。而现在,市场嗅觉敏感的人已经看到了“杀猪刀”。那就是一旦智能机中低端呈现饱和,“人口红利”消失,小米手机销量必然遭遇瓶颈。那么,性价比之外,小米如何寻找新的亮点黏住客户?

“原来的国际国内同行实力在不断增强,新的对手在不断涌入。”雷军的公开信中暴露了他的焦虑。

“你总能体会到雷军那种因为亢奋、焦虑所带来的强迫感。”一位接近雷军的人士透露,在锤子手机发布会结束后的次日凌晨,他接到雷军电话,雷军反复问他:“你觉得锤子会对行业有什么影响?”

小米一位员工称,公司发展太快了,如果哪一个环节慢下来,他们就会给它贴上标签,称之为“瓶颈”;如果这个“瓶颈”是人为造成的,他们会直接告诉他——你成了公司的瓶颈。

“风口上的猪”
缺的是积累

米聊“休克”,小米产品圈不断扩大,盒子、路由器、智能电视、相机、插排、体重秤。小米还计划用投资的方式入股100家硬件公司,向其开放品牌和流量,以覆盖多数智能硬件领域,这其中甚至包括了一家无人机生产商。

这条快速的扩张之路弥漫着浓浓的中国味——靠足够高的市场占有率和流量来建筑壁垒,而非输出技术和专利。小米将互联网的打法沿袭到手机的营销,是一种缺乏技术积累但更为轻便灵活的打法,这一套拿到国外未必行得通。

日前,小米在海外市场印度遭遇的麻烦,就来自于与爱立信专利纠纷。这是小米的短板。财经杂志在《解密小米》一文中一针见血地写到,小米的优势在于抓住了中低端智能手机市场的增长,劣势在于扩张过于迅猛,没有用心耕耘核心竞争力。

这个死穴并非小米独有。以联想为例,2011年,谷歌买下摩托罗拉花了125亿美元,2015年,联想买过来只花了区区29亿美元。联想做了一笔超级划算的买卖吗?摩托罗拉CEO Dennis Woodside的博客道出此中奥秘。原来,联想买的只是摩托罗拉的硬件业务,谷歌压根没卖移动技术专利群。而智能手机是知识产权密集型产业。业内人士分析称,联想对建立移动技术专利群的忽视,将会成为致命弱点。

雷军曾这样描述他的设想:



小米5岁生日现场,雷军发表激情演讲。

中国式“做手机”
你的诚意有几分

小米5岁生日,媒体、业内聚焦“互联网教父”雷军,想从这本教科书上寻找小米的“破绽”与“补丁”。而大背景是,智能手机行业在飞速增长5年后已出现了天花板。当行业天花板显现时,也许大家才会清醒,压死骆驼的最后一根稻草,并不是低端手机市场又杀进去几个搅局者。

以“世界工厂”的心态做手机,手机江湖也正是中国制造的一个缩影,“中国人疯狂投入互联网思维,而躲避知识产权的硬仗,这和前十几年国人疯狂加码房地产,而无心为实业升级换代是一样的。”有财经学者指出。

本报记者 王赟

百度、腾讯、阿里如何赚钱,小米就如何赚钱。中国公司善于做平台,他们习惯于通过市场占有率和流量来扩张,而不是技术和专利,他们总是在自来水管中切一段,有水流过就有收入。

在财经学者吴迪看来,小米的成功靠的不是知识产权,而是互联网思维。互联网思维虽然有“互联网”的介入,但并不等于知识经济,知识经济是由知识产权特别是专利来衡量的。互联网思维可以通过整合供应链、整合销售渠道、最大化用户体验等等制造一只只“风口上的猪”,但没有知识产权特别是专利来做后盾,最终一切都将是一场泡影。

中国玩法
在欧美行不通

“手机现在人人都做,像锤子,做情怀也能赚钱,但要把手机做好门槛就很高了;能长期在手机行业生存下来,也不容易。”一位在中兴通讯工作多年的员工感叹道,如今的中国手机行业市场够大,门槛也够低,个性化需求也很多,只要拉来500万投资,找供

应链一组装,产品只要过了盈亏线,就能活下来。

中兴通讯是国内最早做手机的厂商之一。1999年,列入当时信息产业部扶植的十家中国手机厂商,包括波导、熊猫、厦华、中兴通讯等,10多年过去,如今只有中兴通讯还在做手机。在中兴通讯这位员工看来,中兴通讯能够存活下来,就在于它一直是老老实实做专利、做技术、做标准国际化,这样才能走出去,才能国际化。

“中国手机厂商的玩法,只能在中国玩,或者是在那些缺乏知识产权保护的新兴市场国家玩;在欧美,这一套玩不起来,不符合欧美的游戏规则。人家一旦提起密集的专利诉讼,就把你拖垮了。”一位业内人士对本报记者说,那些嚷嚷着要发力欧美市场的中国手机厂商,如果没有有效的专利防火墙,“那就是裸游,是往火坑里跳的节奏。”

拿经典的iPhone 4来说,2013年,大量模仿这款产品的手机出现在市面上,一些厂商甚至连苹果的外包装盒也直接抄袭。当年3月12日,美国专利局一天通过了苹果提交的10项专利申请,包括苹果4的外形设计专利,比如不锈钢边框、玻璃面板甚至是包装盒。

这一点,在TMT观察员眼里,是小米这样的国内手机厂商冲出国门的死穴——缺乏庞大的移动技术专利群做护城河。

国内手机厂商已经意识到这一问题,截至2013年12月,华为在欧洲获得了7200件专利。目前中兴通讯、华为共拥有全球约1/4的4G基本专利,其中包括了终端方面的专利。现在,包括苹果、高通也在向华为缴纳专利费。

财经学者吴迪认为,现在很多国内手机厂商不注重知识产权的积累,是因为“知识产权是一调硬仗持久仗,很辛苦,很低调,很不酷,而甘当‘世界工厂’胜在驾轻就熟,互联网思维很炫很酷。中国人疯狂投入互联网思维,而躲避知识产权的硬仗,这和前十几年国人疯狂加码房地产,而无心为实业升级换代是一样的。”

乐视手机
“先打雷,雨慢慢下”

距离4月14日还有不到一周,围绕乐视新品发布会的猜测沸沸扬扬,北京硅谷两地同期发布,一年未露面的乐视CEO贾跃亭也要现身发布会。

贾跃亭直接将乐视手机的竞争对手定为苹果。他表示,手机将会由智能时代进入生态时代,“手

机是乐视下一阶段的业务亮点,将会丰富乐视在智能终端产品上的战略布局。”乐视相关负责人告诉本报记者。今年1月,联想集团副总裁及MIDH(移动互联和数字家庭)业务总经理冯幸辞职加盟乐视。

“乐视做手机,我觉得是战略准备,贾跃亭也知道做手机是个很难的事情。先打个雷,雨还要慢慢地下,乐视上半年手机产能预估不会超过100万,所以对乐视手机还要保持观察。”电子行业分析师潘九堂说。

对于乐视这一系列动作还有一种传闻:“乐视的现金流比较吃紧,拿了很多股票去抵押借款来支持公司的发展,所以需要通过终端、汽车炒作来提高估值。”

发展得越快死得越快

热闹的“米粉节”背后,粉丝手机是一个伪命题。拼配置、拼价格、拼销量,最后拼的实际上是产能优势,谁能通过规模效应把成本降下来,谁就能胜出。

然而这应该是手机产业未来的发展方向吗?这几年,中国厂商虽然市场份额不错,但是利润可怜。鉴于品牌智能手机整体均价已经跌破1000元,最低已到300元的背景,靠低价取胜的山寨厂的生存空间也几乎被挤压殆尽。

财经作家吴晓波说,这正应了加里·哈默在《管理的未来》一书中论证的,“当今企业的战略生命周期在缩短,一个行业的迅速发展比以往更容易。但是,一个行业发展得越快,它的商业模式就会越早达到极限。”

当3000元的手机和1000元的手机构挡住LOGO用不出差别的时候,谁还会去买3000元的手机构?雷军去年曾在内部表示,小米手机目前在国内的市场占有率超过了15%,但增长到25%以后会遭遇瓶颈——硬件领域最大的弱点就在于此,它永远不可能像互联网产品一样垄断,即使苹果也无法满足所有人。

所以,当iPhone 6发布后,用户积压多年的大屏需求得到全面满足,这就给iPhone 7带来了巨大挑战。当产品无法满足用户需求时,发展瓶颈也就到来了。

在华为荣耀业务部总裁刘江峰看来,任何制造商都会遇到这样的难题,华为也是如此。刘江峰承认,华为也会有这一天,因此公司正在进行大量技术布局。他们希望未来能通过技术为产品注入更多活力,避免让下滑悲剧在自己身上发生。



中粮宁高宁:
企业规模大了目标多了
会忘了自己存在的理由

“多年以来,企业的组织管理变得越来越复杂,因为规模大了,因为跨国了,因为目标多了,企业往往在过程中迷失了它初始的方向,忘了自己存在的理由就是用最高的效率做最好的产品。”

——中粮集团董事长宁高宁说,成功企业所有努力的结晶就是好产品。产品是企业与外界沟通的唯一通道,否则营销品牌干什么?上市融资干什么?兼并重组干什么?激励团队干什么?每天开会干什么?

“其实金融改革背后真正需要改的是政府,是政府在金融领域职能重新定位的问题。”

——世界银行全球金融与市场局首席金融专家王君认为,分不清政府各个部门以及他们之间的责任和权利,大家都处在一个不自在的情况下,改来改去,汇率、利率之类的,这些都是人在改,人不改的话,怎么可能改。

创富荐书



《大泡沫:央行没有告诉你的真相》
作者:王伯达

沪指摸高4000点之后,不少人开始担心近期股市的繁荣是否存在着一戳就破的泡沫。本书作者来自台湾,在当地的各项经济指标都呈现上升趋势的经济环境下,他犀利地对真实的金融环境是否一如表面表现出来的状况提出了质疑。

作者以外汇储备过高这一标志为切入点,系统且全面地分析了股市及房地产市场繁荣背后的陷阱,今天的中国大陆,泡沫化程度已不让台湾地区。书中内容虽是一家之言,但在别人疯狂的时候我恐惧”绝对是一条不可忽视的投资箴言。

“投资嘛,如果所有投资能够保证回报率,那你天天啥事不用干了,你天天买股票就完了嘛,股票就是最简单的投资。”

——谈及与国外公司合作投资进军好莱坞,华谊兄弟董事长王中军说,投资就是带着很多不确定性,但是进军国际市场是必然的战略。

“+”的概念,会慢慢地把一些行业的特色给照出来。‘+’的地方应该是透明度增加、成本降低、流动性提高、模式变化。”

——陆金所董事长计葵生以P2P业务为例解释“互联网+”:80%的投资人都在北京、上海、广州、深圳,80%的监管方来自二三级城市,所以互联网金融成为跨区结合的资源分配的工具。

本报记者 张頔 整理