身处高市场占有率低利润率困局

国产手机能否打破中年尴尬

本报记者 王赟

千慧知识产权 QIANHUI IPATTORNEYS
“民族情，强国梦”
——本报与您一起寻找国货精品
新闻热线：
0531-85193346/85196380
千慧知识产权特约报道

2013年渐入尾声，与往年只有苹果、三星唱大戏不同，国产手机厂家动作频频。10月15日，小米3开卖；10月5日，联想集团推出智能手机高端子品牌；9月28日，TCL通讯宣布10亿元投建中国单体产能最大的手机制造基地……

然而，尴尬还在，在高端手机市场，鲜有国产手机的身影，“国产手机”身处高市场占有率，低利润率的困局。

当下的国产手机厂家如同人到中年，面临着新的冲动，又将何去何从？

小米手机曾在市场上引起轰动。(资料片)

1 新鲜血液：从小米到大可乐

10月15日，小米3和小米电视开卖。这距离2011年10月20日小米手机正式销售已近两年。

小米创办人、董事长兼CEO雷军前两天发了这么一条微博，“媒体问我，小米比苹果三星好在哪里？我如何回答呢？其实无论我如何回答，某些媒体标题一定会是雷军认为苹果三星才是竞争对手/雷军说小米已经超过苹果三星等等。看到这样的标题，大家笑笑就算了！”

两年来，有人说他刻意模仿乔布斯，有人说小米手机就是山寨版的苹果，质疑小米饥饿营销和手机质量的声音也从未断过。

作为互联网手机品牌，小米引发的购买国产手机热情空前，但也正是因为是互联网，很快小米有了挑战者，名曰“大可乐”。

“截至目前，大可乐1、大可乐2和大可乐2X三款手机总销量已超过100万台，而大可乐基于Android深度优化的KeleUI，总装机量已超过300万台。”9月26日，大可乐手机CEO丁秀洪对外宣布，同日，大可乐在北京发布了其新品大可乐2S。此时，距离大可乐官网上线刚好一年，“手机越来越像快速消费品，消费者永远需要有第二选择。”

过去一年多的时间，在小米的带动下，互联网公司、手机设计公司、传统手机代工厂等各路诸侯纷纷涌入。

2 老牌出海：中兴拓美 华为战欧

若排出国产手机中的两位“德高望重”者，中兴、华为算是。今年两家企业又同时在B2C转型和手机品牌国际化方面投入巨大。

今年6月，华为在英国伦敦面向全球市场发布了下半年的旗舰手机P6，华为终端董事长余承东曾透露将投入3300万欧元(约2.7亿元人民币)用于欧洲市场的品牌和市场投放，“未来3年将是华为终端最重要的考验，未来全球品牌手机只有前三。”随后的10月份，中兴在美国宣布未来3年将投入约1亿美元与NBA联盟达成合作加速B2C品牌转型，中兴手机成为火箭队官方唯一手机合作伙伴，这已是中兴手机进入美国市场的第15个年头，去年该市场为中兴通讯带来10亿美元的收入，可以说是国产手机中唯一在美国扎稳脚跟的。中兴执行副总裁何士友称：“3年定生死，中兴手机要么上天堂要么下地狱。”

值得关注的是，中兴手机在美国所取成绩并非是占据市场绝大部分份额的后付费市场，而是24%的预付费市场，产品多以中低端为主，在这个领域，中兴手机以15%的市场份额位居第三位。而要想进入后付费领域，则需要更高的品牌影响力来作为支撑，与NBA休斯敦火箭队的合作也是出于此目的。中兴美国公司CEO程立新对记者表示，中兴内部提出2015年进入全球前三的目标，通过加强品牌营销等手段超越LG，是中兴手机在美国下一步最主要的任务。

3 4G在即：国产手机渴望“弯道超车”

4G(TD-LTE制式)牌照发放时间终于在日前有了个较为确切的说法。工业和信息化部部长苗圩在上月底的中国国际信息通信展览会上参观企业展台时明确表示，4G牌照将于今年年底前正式发放。当4G牌照一旦发放，市场的淘汰赛很可能随之而来，酷派、中兴、华为、联想等国内厂商也将迎来弯道超车的大机遇。

“1999年，我参与给10家企业发放手机生产许可时也曾担心，中国是否可以凭借手机产业屹立于世界东方。现在，经过大浪淘沙，首批企业中有两家挤进了全球前十，每年为全球贡献逾亿部手机。”中国移动通信联合会执行副会长谢麟振近日表示，目前全球手机产业已经由过去的美欧争霸局面，转变为环太平洋的三足鼎立态势，分别为以硅谷的苹果、谷歌为代表的东太平洋的美国势力，以三星为首的西太平洋的韩国势力，及以一大批中国企业为代表的珠三角的中国势力。虽然作为“第三极”的中国势力仍处于弱势地位，但谢麟振认为，“其差距越来越小，追赶的步伐越来越快”。

Canalys数据显示，2013年第二季度中国内地市场智能手机发货量同比增长超一倍。中国电子信息产业发展研究院预计，2013年至2015年是中国智能手机换代高峰期，3年累计销售额将达到2万亿元。而与国际品牌持续示弱相反，国产手机品牌正蓬勃兴起。根据最新报告，2013年国产品牌智能手机的市占率已经超过70%。

4 高端市场：国产手机要量变更需质变

小米公司的一部售价只有七百多元的红米手机几乎没有利润可言。这和十年前“手机中的战斗机”波导手机一样，主要依靠低廉的价格来占领市场。为了赢得客户，其他手机厂商也只能被动地打起价格战，这无疑不利于国内手机市场的发展，让国内手机市场处于比较混乱的环境，低廉的智能手机实际上是在拖垮国内手机市场，因为其难以提供过硬的产品质量和较高的性价比。

“国产手机”给消费者留下的普遍印象始终未离开“廉价”甚至“山寨”的影子，“千元机”“百元机”层出不穷。数据显示，全球手机产业链99%的利润被苹果、三星所“瓜分”。但从今年第二季度苹果的财报来看，苹果在中国市场的份额和利润都出现下滑的趋势，这意味着高端手机市场迎来了国产品牌的机会，如果国产手机能够抓住这个产业机会，未来将在高端手机市场占有一席之地。

与PC一样，手机也同样经历了一系列的发展提升，屏幕越来越亮，内存越来越大，处理器的速度也越来越快。然而，目前这些被指并没有质的飞跃，仅仅都是量的增加。目前智能手机需要革命性的改变，来进行一场大换血行动。

今年国产手机都有向高端市场布局的“冲动”，但目前更多的是处于尝试阶段。

记者观察

棋至中盘

中国人爱说一句话：人到中年万事休。此话在当下没那么绝对，也在一搏。而棋至中盘，何去何从，事关成败。目前，国产手机的境地便是如此。

1973年4月的一天，一位男子站在纽约的街头，掏出一个约有两块砖头大的无线电话，并打了一通，引得过路人纷纷驻足侧目。这个人就是世界上第一部推向民用的手机的发明者、摩托罗拉公司的工程技术人员马丁·库帕。

40年之后，在有“鱼米之乡”、“丝绸之府”之称的浙江嘉兴，中国最大的手机设计制造企业闻泰通讯，目前产品服务于30多个国家和地区，今年前8个月，实现产值24亿多元，预计今年全年产值可达50亿元。据了解，该企业今年生产的华为手机占了国内市场该品牌手机总量的一半。

“移动通信终端市场是一个极具诱惑力的市场，目前全球电子信息产业销售和利润额最大的两个企业，其主要利润点均来自这个市场。这个市场也是竞争最为激烈的市场，十几年来，从西门子、飞利浦到摩托罗拉、诺基亚，无数实力企业甚至行业领导者退出、淡出，市场格局动荡起伏。”这是TCL集团董事长李东生对以手机为代表的移动通信终端行业的一个概括，他道出了很多企业家在这个行业体会到的爱恨艰辛。

可以想象一下未来手机的样子：加入新型材料以拓展智能手机的可玩性和适应环境，比如柔性屏幕；在外接设备方面，可通过情境感知计算，也就是可以让智能手机和其它移动设备不断整合来自摄像头、麦克风和其它传感器的数据，让移动设备可以持续和实时地监测环境，并以智能的形式作出回应。不山寨不模仿，创新发展是国产手机未来唯一的出路。

“国货精品”手机十强网络投票实时排名

(截至15日17:00)

排名	品牌	票数
1	华为	10860
2	联想	8697
3	中兴	6376
4	小米	5762
5	HTC	5141
6	步步高OPPO	5124
7	天语	3330
8	酷派	2527
9	多普达	1996
10	魅族	1841

欢迎登录齐鲁晚报网(http://www.qlwb.com.cn/)，进入相关专题页面，投票支持你喜爱的国货精品或发表评论。