

3G牌照发放,对于运营商和手机厂商来说,号角已经吹响,发展的方向和竞争的脉络已经清晰可见;但对于处于产业链末端的手机卖场而言,竞争态势还远未明朗,真正“排排坐吃果果”尚待时日。 晚报记者 冯刘克/文 吴琳/图

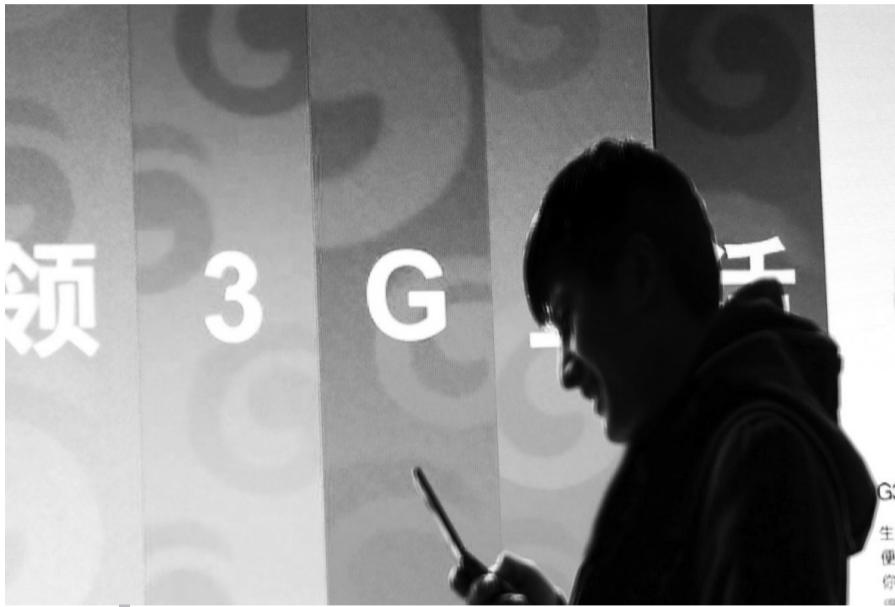
朱言辣语

3G欲来风满楼

手机卖场新“蛋糕”在前方

2009年1月7日,星期三,郑州有微风掠过。太阳照进迪信通河南公司总经理陈施霖办公室的时候,已是午后时分。泡上一杯茶,点上一根烟,陈施霖跟往常一样,坐在办公室上网浏览一下自己关注的新闻。其中一条新闻题目映入眼帘的时候,他显得有些迫不及待,急忙点开来看。这条新闻显示,当天下午两点半,中国工业和信息化部正式发放了3张3G牌照。

无独有偶,在相错不多的时间内,新亚手机连锁总经理刘军岭、长远手机连锁总经理全俊峰、中州通讯总经理石书奎、忆通八方手机连锁企划部经理王建华都在网上看到了这条新闻。2月11日,这些手机卖场的负责人被记者问及得到消息时的第一反应,他们的回答有着惊人的相似:“没有太多的惊喜,但知道这肯定是一件好事。”“没有太多的惊喜”是因为他们在之前已经掌握了丰富的相关消息,牌照发放只是水到渠成的结局;“好事”是因为3G为他们展开了一幅满是机会和利益的蓝图。



举棋不落地

3G牌照发放,移动、联通、电信三家运营商各执一张。鉴于以往运营商排它性的做法,作为手机销售的社会渠道,手机卖场势必将在这三家运营商中做出一个唯一的选择。目前,与移动合作的手机卖场纷纷表示,在3G时代,与移动继续合作将会是它们的不二选择。与此同时,记者了解到,联通、电信与其中一些手机卖场已经有所接触,但手机卖场对此消息却是讳莫如深。

“目前,运营商的3G网络还在建设当中,3G的产品和服务仍是一个看不见摸不着的东西,所有的竞争内容仅仅停留在运营商的层面,真正影响到手机卖场恐怕还要到各家的网络建设完备,产品销售政策出台之后。”一位不愿具名的业内人士表示,“等到3G时代真正来

临的时候,手机卖场将面临一次重新洗牌的过程,曾经的弱势也有可能变成强势。”

“在3G时代真正到来之前,手机卖场做得更多的工作是押宝,根据目前的状况以及企业自身的人脉做出自己的判断,选择自己看好的运营商进行前期接触。说白了就是站队问题,一些手机卖场有可能站对队伍,也有可能站错队伍。”业内人士贾佳分析说,“企业的目标是赢利,在现在竞争态势不明朗的情况下,手机卖场都不会急于出牌。等到局势明朗的时候,这些手机卖场可能会产生分化。运营商的产品、网络、服务和销售政策等因素都将在角逐中成为取舍的标准。尤其是销售政策,如何销售某运营商的产品回报丰厚,手机卖场会对此感兴趣的。比如在2G时代,一些没有进入某

运营商核心经销商行列的手机卖场,也许在3G时代会做出新的选择。另外,不排除运营商扶植新的手机卖场进入零售领域的可能性。”

来自业界的另外一种看法认为,在3G时代,新运营商对手的加入促使竞争升级,导致运营商对社会渠道中手机卖场的控制逐渐放松,手机卖场在利益的驱使下,销售多个运营商的产品,或者在与一家运营商合作的同时,拿出一部分连锁店来做其他运营商的产品。

局势不明朗,手机卖场选择了以不变应万变,举棋不落地。一位手机卖场负责人说:“虽说3G牌照发放了,但我们能做的只能是密切关注,如果说有所准备的话,也只是做好思想上和心理上的准备。”

3G呈上的“蛋糕”

虽然局势不明朗,但各个手机卖场对一件事儿坚信不移,就是3G会带来新的机会和利益。

2月10日,记者在二七广场的一家手机卖场见到一款先期登场的3G手机,营业员介绍说,由于没有网络支持,对于这款产品,询问的人比较多,但购买者较少。“消费者对3G的关注度还是比较高的,一些卖场已经推出一两款3G产品作为吸引眼球的噱头。3G手机一般会配备双摄像头,为了实现一些网络功能,在硬件方面还会有别的提升和加强,所以价格也比同档次的2G手机稍高,但幅度不会很大。”石书奎表示,“3G将带来一次换机热潮,但这次换机潮不会很快到来,很长一段时间内,2G、

2.5G和3G将会并存,用户有一个逐步接受的过程,3G手机在市场上将是一种‘慢热’的状态,数字手机取代模拟手机的过程还要更加漫长。”

除了用户换机带来的销售增长之外,各个手机卖场还看到了3G时代带来的新商机。陈施霖说:“到了3G时代,手机卖场经营的产品可以更加丰富。迪信通已经做好三位一体的经营准备,包括手机、固话和上网卡,甚至可以把与移动网络相配套的笔记本电脑引入手机卖场,开展全方位的业务。”

“3G的到来,给增值服务的提供造就了一个广阔的空间。3G技术带来了无线网络

速度的极大提升,手机上可以实现的网络应用大大增强,各种适用于手机的增值服务内容将是一块很大的市场。有实力的手机卖场也可以开辟这一方面的业务,与自身的手机零售业务互为促进。”贾佳认为。

在一些手机卖场的负责人看来,3G既是机遇,也是挑战。“3G时代与2G时代有许多差异性,在经营环境、占有资源等方面都有可能发生变化,这就要求手机卖场的经营思路也要做出相对应的改变。如果在这场经营思路变革中,不能及时适应市场,就会落伍,处于劣势,甚至被淘汰。”陈施霖鲜明地亮出了自己的观点。

提升自身 应对3G

“不管是2G还是3G,卖场拥有实力才是在竞争中取胜的关键。”刘军岭说,“其实局势并不是不明朗,如果自己的卖场在市场中拥有完善的销售网络布局,较高的服务质量,良好的企业形象,能够得到消费者的一致认可,那么这个卖场在3G时代的竞争地位就十分明朗了。”

在刘军岭看来,2009年,新亚首先考虑的还是扩张问题。他说:“新亚将按照已经确定的扩张计划,加快布局,迅速占领更多的市场,发展完善自己的销售体系。另外还将加快标准化形象的推广,将新亚的特色和品牌形象植

入消费者心中,让消费者进入新亚的任何一个连锁卖场,不用看门头标识,就能一眼辨认出这是新亚的卖场。在这些规划的基础上,新亚会考虑应对3G的课题。”

全俊峰表示,真正的竞争还没有开始,这种“真正的竞争”指的是战术性的竞争,但是战略性的竞争已经开始,战略性的竞争是一种更高层次的竞争。对于长远手机连锁来说,提升自身实力,争取更多的市场话语权,这就在战略上取得了3G市场的竞争先机。

“虽然在3G时代,手机卖场面临新一轮的

洗牌,一些手机零售新军可能会加入3G竞争的行列。但这种洗牌不是颠覆性的,毕竟许多手机卖场在2G时代的竞争中积累了丰富的零售经验,占据了较好的地理位置,形成了很好的销售网络和企业形象,在市场中已经占据了有利地位,也得到了众多消费者的认可。这种多年积淀的品牌资源,在市场上已经形成了很强的号召力,无疑为这些卖场谋求3G时代的地位做了一个很好的铺垫。”王建华认为,“一些在2G时代表现优异的手机卖场将在3G时代延续这种优势。”

事件:东芝承诺更换瑕疵彩电

2月6日,东芝首度回应媒体,将为因46XF300C电视屏幕竖线故障影响收视的消费者更换型号为46ZF500C的新款液晶电视。

点评:尽管东芝对顾客表示“深深的歉意”,并承诺积极为消费者解决屏幕故障带来的影响,但迟迟对消费者投诉无动于衷的东芝彩电已经为此付出了沉重代价,据家电卖场透露,今年春节黄金周期间东芝液晶电视销量大减,各商家也均未在促销广告中推荐该品牌电视。

事件:三联集团另起炉灶遇阻

5日,三联商社在发布的公告中强调,新三联家电将以三联商社所租赁的集团部分物业为其零售业务的重要依托,来运作一个新三联家电公司。

点评:不过,三联集团恐怕一时半会无法重新复制成功一个完整的“新三联家电公司”。因为三联集团在拥有三联商社这么好的资源时尚不能经营好,丢掉三联商社这个品牌资源之后,重新进入家电零售行业,能否东山再起,还是一个很大的未知数。

事件:空调将大规模降价

据《ZDC》预测,2009年4月份左右,空调市场会出现大规模降价,空调市场价格战在所难免。

点评:目前,部分厂商正在通过降价的方式处理能效不达标的定速空调,而2009年的空调市场势必出现大规模的降价,而售价低廉的中低端空调届时将会掀起一轮购买热潮,而4001~1万元价位段空调的关注热度会有所减小。因为,受国际金融风暴的影响,钢、铜、铝等空调原材料的价格均有所下滑。因此,空调产品的制造成本将会相应降低。

事件:夏新负债总额达26.38亿元

2月9日,*ST夏新发布公告称,截至2008年底,公司负债总额仍约有26.38亿元,净资产仍为负数。

点评:一直在寻求重组以图走出困境的夏新并没有实质性的进展,将难逃退市的厄运了,根据有关规定,若公司2008年度经营业绩为亏损,公司股票将于披露2008年年度报告之日(即2009年4月30日)起停牌,上海证券交易所公司股票停牌后15个交易日做出暂停公司股票上市的决定。

事件:摩托罗拉亏损

摩托罗拉公布的2008年第四季度业绩显示,2008年全年,摩托罗拉亏损41.63亿美元。

点评:相对于北电第三季度34亿美元的亏损,摩托罗拉交出了一份更为“糟糕”的成绩单。伴随着危机的进一步蔓延,摩托罗拉调低预期欲减产“瘦身”以度寒冬,不过,业务环境迅速恶化,使得摩托罗拉暂时看不出能迅速扭亏为盈的迹象。因此,想要扭转这种局面,更多的只能寄希望于自身的创新以及适合消费者的产品。

事件:伊莱克斯退出中低端市场

今年3月,生产中低端冰箱产品的长沙工厂将正式停产关闭。伊莱克斯亚太区总裁古尼拉宣布。

点评:收缩战线转战高端是伊莱克斯应对金融危机的举措,大约700名员工面临失业危机。因为伊莱克斯在中国市场至今未盈利,导致伊莱克斯已在华连续了七位总裁。

事件:先锋退出电视机市场

据日本《日经新闻》报道称,先锋计划不再生产电视机并且计划剥离其DVD播放机业务。

点评:先锋曾经使自己成为受人尊敬的等离子电视机厂商。但是,先锋宣布不再生产等离子电视机,主要原因是成本大幅度提高和先锋电视机部门的亏损日益增加,在几个月前,先锋宣布它预计截止到3月的财年将出现巨额亏损并且计划解雇2000名员工。然而先锋并不是唯一的亏损的电视机厂商。从松下到三星到索尼等许多公司都面临裁员和巨额的季度亏损。

晚报记者 朱江华