

“移动互联网时代”系列报道之一·手机江湖篇

数字前言

据中国互联网络信息中心(CNNIC)2012年7月19日发布的报告显示,截至今年6月,我国手机网民规模达到3.88亿,网民中用手机接入互联网的用户占比已达到72.2%,首次超过台式电脑,成为我国网民的第一大上网终端。“手机人”中,59%的人会在等待时使用手机,47%的人会在乘坐公共交通工具时使用手机,23%的人会在会议时使用手机……

CNNIC数据显示,1997年我国上网用户数仅为62万人,现在达到了5.38亿,年复合增长率高达157%,是15年前的867倍。

等朋友、排队、坐地铁、买东西、找饭店、上卫生间……能将以上这些动作串联在一起的物品是什么?

答案是人。如果还需要一个答案,那就是手机。

日前,网上的一则新闻引起了不少人的关注,那就是国内的手机上网人数首次超过PC上网人数。昨天,记者在外出时特意观察了一下,发现人们使用手机上网的场合已经可以是任何场所。移动互联网发展的新态势正在改变着人们的生活方式,同时,越来越多的商家跻身这个市场,也使得这个市场的洗牌频率更加频繁。

记者 范建春

最不像手机公司的公司开始造手机
专业造手机的公司手机卖得不咋地
不造手机都不好意思叫互联网公司



手机是人们每天最早和最晚接触的媒介形式

新浪 CEO 曹国伟在他的一篇微博中透露,过去一年时间新浪微博来自 iPhone、Android 平台的移动应用带来的用户数和流量增长迅猛,目前手机端接入人数已经超过 PC 端,使用时间和访问页面数量,去年 12 月底手机端也略微超过电脑端。这一趋势随着移动互联网的普及将更加明显。

目前,手机已经是人们每天最早和最晚接触的媒介形式,并成为人们获取信息最重要的媒介形式之一。

非手机生产商纷纷跻身智能手机市场

智能手机潜在的市场和已经暴露无遗的市场趋势,吸引着一批又一批非手机生产商跻身这个市场。除了中兴、华为这些国产手机品牌率先出击外,“小米手机”更是雄心勃勃,企图颠覆“疯狂的苹果”。但是,令他们始料不及的是,另一路兵马已悄然杀进了智能手机领域,这其中的“带头大哥”就是包括康佳、长虹、TCL、海尔、海信等在内的家电巨头,他们纷纷推出了自己的智能手机新品。

据业内人士钱先生介绍,最近几年彩电行业不景气是这些企业纷纷踏进智能手机领

域的关键因素之一。索尼电视机业务连续八年亏损,松下出售液晶面板厂并减少等离子产能,具有“全球最大液晶面板生产商”之称的三星电子也陷入了亏损境地。国内彩电企业虽然在生产和销售上略有优势,但“缺芯少屏”的他们,显然处境也极为不妙。另外,被看做彩电业救命稻草的智能电视,却因标准缺失和技术障碍等因素而迟迟无法真正地打开销售市场。彩电企业在颇为苦恼的同时,开始将目光瞄准了智能手机这块大蛋糕。

互联网公司也纷纷进入智能手机领域

2011年,是智能手机群雄并起的时代。用户基数庞大的诺基亚公司开发新系统以适应新的市场需求;微软公司也开始进军手机市场,以新的系统展示其新的活力。但在智能手机系统领域,苹果公司的 iOS 系统和谷歌的安卓系统是领跑者,并占领着智能手机操作系统的绝大部分份额。而正是安卓系统的开放性,为这些家电巨

头们的智能手机研发打下了基础。目前,国内智能手机市场是鱼龙混杂,宏基、百度、盛大、360 等互联网公司也纷纷进入智能手机领域。怎样在这种情况下突围而出,将自己的优势带到智能手机领域,以及将采用怎样的渠道策略来进入市场等,是摆在每一个智能手机生产商面前的严峻课题。

低价智能机渐成市场主角

在智能手机市场,似乎是一波刚刚平静一波就迅速涌起。随着移动互联网的高速发展,智能手机的市场竞争也日趋惨烈,当千元智能手机的战场硝烟正浓时,一出更为惨烈的“百元智能手机大战”已拉开帷幕,低价智能机日渐成为移动互联网市场的主角。

低价智能机最初扮演的是帮助国内厂商打开市场的角色,但如今强如三星、摩托罗拉等国际厂商也相继推出千元智能手机,繁荣的景象背后是厂商的利润在更大程度上被摊薄,生存将变得越来越艰难。

据迪信通手机连锁的工作人员介绍,自今年3月份以来,国内主流千元机价格已从去年的1300元下降到900元,近期甚至出现不少500到700元的机型。而智能手机与运营商的捆绑销售,人们只要交一笔花费就可以得到手机,使得这一渠道的手机价格接近于零。

从“煤老板”杀入手机行业的“价格屠夫”尼采一直在使用低价杀手机。6月中旬,尼采科技集团携799元安卓智能机杀入市场;7月14日,尼采科技集团为庆祝尼采 DADA 智能机三个月热销百万以及安卓智能新机劲爆上市,斥资千万,正式启动了百店千万环保补贴。

此外,华为、中兴、酷派、联想、海信、步步高、金立等国产品牌也纷纷推出了百元低价智能手机,甚至许多国际厂商如摩托罗拉、三星等也相继推出千元智能机,觊觎低价智能手机市场蛋糕。

据了解,国产手机虽然坐拥中国8亿的手机用户保有量,分享人口红利和巨大的内需市场,但纵观一批批轮番走上前台的手机面孔,大多是引领风骚两三年,然后逐步走向沉沦,国产手机在业界看来,是扶不起的阿斗,更遑论与诺基亚、苹果、摩托罗拉、三星、LG 等手机巨头并肩。这一轮的低价竞争,实际上又是一次市场的重新洗牌。

大批手机厂商为了剩余10%的利润拼得头破血流

智能手机市场就像是一条高速公路,看上去商家在上面可以跑得更快,不过,过多商家的挤入,已经使智能手机市场高速公路出现拥堵。在苹果手机一家独大的局面下,更多的智能手机生产商能够分享的利润已经十分有限。

瑞银投资研究(UBS)在今年3月发布的研究报告显示,苹果 iPhone 销量虽然只占全球手机市场的9%,但利润却占整个行业的75%,而随着三星手机利润率提升至接近20%,这两家手机厂商占据了全球手机行业90%以上的利润。这就意味着,一大批手机厂商为了剩余10%的利润拼得头破血流。

目前,国内的智能手机市场两极分化:一方面是苹果、三星的不断扩张,市场份额在增大;另一方面,是国内众多品牌在极小的竞争空间里争得头破血流。

手机利润率有可能跌入10%以下

与苹果的市场扩张相反,由于在智能手机的配件上,CPU、显示屏、内存、摄像头等主要元器件实际上被高通、三星等少数上游企业所控制,缺乏上游影响力的国内普通手机厂商利用硬件实现产品差异化的难度正不断加大;为此,这些国内厂商只能走低价战略,依靠价格不断降低的芯片、屏幕等硬件设施,带来利润空间,但是导致的结果却是利润的进一步挤压。

有业内人士预言,未来芯片厂商之间在低端市场的大战将会更加激烈,手机行业 PC 化的趋势将更加明显,利润率有可能跌入10%以下。

GREE 格力
掌握核心科技

1赫兹 好变频

核心科技 就在格力

格力变频技术荣获国家科技进步奖

格力i系列、U系列、睡梦宝-II变频空调,2年免费包换

国家科技进步奖

格力1赫兹,好变频 搜索

好空调·格力造
www.gree.com