

苹果在华收入降四成 三星也将面临冲击

# 大屏本土手机品牌“逆袭”势头猛

新华社记者 龚雯



这一季财报中同比增长、环比下滑的苹果手机销量,主要有以下几个原因。

一是,5、6、7月份属于手机行业的淡季,俗称“五穷六绝七上吊”,苹果以往在这一季度的表现也不亮眼。加上公司习惯于秋季发布新品,一些忠实用户会等到四季度购买,制约了该季度的销量增长。

二是,苹果 iPhone5 虽然在产品性能上具有优势,但是它的屏幕不够大,无法赶上市场主流趋势,满足不了用户需求。事实上,在苹果发布 iPhone5 之际,水货市场上的炒作程度已经不如前两年。同时,面对三星等竞争对手层出不穷的大屏智能手机,苹果在“一对多”式的竞争环境下,显得有些招架不住。

三是,中国市场大量的本土手机集体发力,以相近的产品性能、约 2000 元的价格俘获了一大批智能手机潜在用户。

“苹果原本在中国市场上的占有率,将

被突飞猛进的国产手机蚕食,这是一种很明显的趋势。”电信分析师付亮说,不仅是苹果,未来三星也将面临这一冲击。

付亮解释道,苹果的市场份额率先受到分流,是因为其产品线太单一,在日新月异移动互联网市场中,显得有些跟不上时代的步伐,许多“果粉”都“移情别恋”。相比之下,三星具有从高到低级别的终端,在市场上更具优势,但也并非高枕无忧,只是受到冲击的时间点会相对滞后,预计在未来 1-2 年。

易观国际发布的报告显示,2013 年第一季度中国手机(不含水货和山寨机)整体销量为 9054 万部,环比增长 23.5%,同比增长 34.8%。其中,智能手机销量为 7528 万部,同比大幅增长 141.5%,环比快速增长 32.2%。“中华酷联”(中兴、华为、酷派、联想)的市场份额分别达到 6.3%、8.8%、8.9%、11.6%,除中兴以外,均有所提升。

“在前几年的功能机时代里,本土手机就曾一度因物美价廉占据了过半的市场份额,如今,在智能手机市场快速扩张的浪潮中,本土手机又重现了这一辉煌。”研究机构 Gartner 分析部总监盛陵海告诉记者。

易观国际分析师王俊说:“本土手机和苹果手机的潜在消费者属于不同细分市场,看似没有正面抢夺,但在实际销售中还是会有一些交叉,造成间接冲击,例如降价的苹果老款手机和本土品牌新推的中高端手机。”

随着日后国内市场趋于饱和,未来,会有越来越多的本土手机品牌像中兴、华为一样,在国际舞台上闪光。但盛陵海提醒,本土手机在逆袭之路上不能掉以轻心,因为逆袭的基石是抓住了千元智能手机市场扩容的契机,假设苹果日后也推出低价 iPhone,恐怕会反过来影响本土手机的销量。

(据新华社上海 7 月 24 日电)



## 电信联合网易研发“秘密武器” 类微信产品“叮叮”有戏吗

电信运营商正在加快升级移动即时通信软件,也就是移动 IM。24 日,有科技媒体爆料,国内三大运营商之一的中国电信与互联网企业网易,经过近半年的合作已经秘密研发了一款类微信产品,以“叮叮”为名,将在今年 8 月份正式推向市场。

当天下午,网易公关部徐峰确认,网易确实正在和国内运营商合作推出移动即时通信软件,但相关具体细节包括产品名称等,暂时不方便透露。

据报道,中国电信内部人士证实了消息的真实性。报道说,“叮叮”的前身是今年 3 月份曾被披露的产品——翼信,由中国电信和网易共同合作推进,原本计划 5 月中旬推出,但双方都在争夺主导权,导致产品进度不断延后。随着网易 CEO 丁磊介入谈判,双方最终达成妥协。双方成立 5:5 控股的合资公司,产品研发和运营以网易为主,中国电信负责渠道预装和拓展。

有报道还颇具八卦色彩地说,网易觉得,“翼信”听起来是中国电信和微信的结合体,力主把产品名称改成“叮叮”,这与丁磊在网易内部员工对他的昵称“丁丁”谐音。

据了解,“叮叮”支持发送文字与语音信息、图片、视频通话、群组聊天,而且支持向三大运营商全网免费发送短信、支持与固话语音留言功能。中国电信计划将在多款定制机型中内置“叮叮”应用。不过,资深电信观察家王煜全对这款即将上线的产品却不太看好。他认为,除非合作条款非常清晰,而且能够长期不变,否则合作双方的冲突很难避免。运营商与互联网企业的合作鲜有成功。移动梦网曾一度被认为是移动通信与互联网两大领域的完美组合,是中国移动向客户提供的移动数据业务,但移动梦网后期也衰落了。

王煜全坦言,即便抛开运营商与互联网企业的博弈,网易自己做 OTT 产品也基本没戏,因为有了先行者微信,并且已经很强大了,别人要想追就难。所以这是用户选择的问题,不是运营商强推能够奏效的。

对三大电信运营商而言,数据业务的逐渐兴起,让语音、短信、彩信等传统业务受到严峻考验,移动 IM 成为目前移动互联网时代一大战略产品,重要性不言而喻。但是与中国电信联合网易推出类微信产品不同,中国联通选择了微信合作,据了解,双方将于 8 月推出微信沃卡,推出微信定向流量费用大幅优惠。

(更多精彩内容敬请关注中央人民广播电台经济之声每天 16:00-20:00 播出的天下公司节目)

## 光明乳业新莱特新西兰上市

本报上海 7 月 24 日电 记者吴凯 杨学聪报道:新西兰当地时间 7 月 23 日上午 11 点,光明乳业旗下的新莱特新西兰有限公司在新西兰证券交易所主板挂牌交易。据了解,本次上市融资新莱特新增资金 7500 万新西兰元,募集资金将用于追加乳铁蛋白生产设备、婴儿奶粉混合罐装线、仓库、实验室、黄油工厂和干燥塔等,以完善现有产业链条,扩大生产和物流能力,从而提高盈利能力。

## 伟光汇通与中科院地理资源所合作

本报讯 记者刘志奇报道:日前伟光汇通集团与中科院地理资源所合作签约仪式在北京举行。此次签约的战略合作项目是共同开发山东滕州微山湖湿地红荷风景区。根据协议,双方将成立微山湖红荷湿地风景区专家委员会,针对微山湖湿地的水文、水质、气候、资源等领域展开深层次的合作,共同研究拓展湿地旅游开发的新领域。

## 如新集团获内地 5 省直销牌照

本报讯 记者董庆森报道:美国如新集团近日宣布,已收到商务部的正式通知,批准其新增在中国大陆 5 个省份和 30 个区县开展直销业务。这 5 个省份分别为安徽、甘肃、重庆、山西和云南。如新集团总裁暨执行长贺楚门表示,如新集团未来将持续开发中国这一重要市场,这些新增牌照将使公司直销范围进一步拓展。

本版编辑 杨忠阳 孟飞

### 智能手机发力

## 华为上半年销售收入 1138 亿元

本报深圳 7 月 24 日电 记者杨阳腾报道:华为技术有限公司今天发布 2013 年上半年度经营业绩,实现销售收入 1138 亿元人民币,与 2012 年同期增长 10.8%。华为预期 2013 年度净利润率在 7%-8% 左右。

华为首席财务官孟晚舟表示,2013 年上半年华为收入和盈利能力实现了预期,主要得益于运营商网络持续稳定增长,企业业务拓展有力,智能手机快速增长,以及公司运营效率的持续提升。

今年上半年,华为推出的年度旗舰新品 Ascend P6 全球最薄智能手机,深受欧洲市场欢迎,并作为中国移动首款全网统一营销的国产品牌手机,为移动用户提供了高质量、易操作、应用丰富的优秀产品,并将推出适合联通、电信用户需求的制式版本。



位于湖北襄阳高新区的华越汽车零部件有限公司生产线上员工正在加紧生产。

该公司通过运用先进的生产工艺和精密的模具加工,生产的汽车车架及底盘零部件等产品产销量逐年攀升。

本报记者 李树贵摄

找上门订货 价格高出 5%

# 小螺帽缘何受追捧

陶克强 汪锦秀

就萌发产品转型念头的顾照根,迅速在 3 个月内淘汰了一批落后机器,将主打产品由垫圈转向螺帽。

“你反倾销垫圈,我就生产螺帽。”顾照根说,当时垫圈价格竞争趋于白热化,利润率能维持在 2 个到 3 个点就很不错了,这样持续恶性竞争下去,即便没有欧盟的反倾销,企业也快了不转就往就活不下去的时候了。

而在 2009 年以前,巨龙每年要向欧盟出口垫圈 1 万多吨,价值人民币 6000 多万元。

说转就转。2009 年至 2011 年,巨龙投资 1000 多万元购进先进设备,其中仅一台冷墩机购价就高达 500 万元,生产工序则由原来五六道减为一次成型;原来生产一个直径 36 毫米螺帽需要五六分钟,现在一分钟就能够生产 50 个左右。更可喜的是,这种高强度螺帽产品很快受到了国际市场青睐,七成以上产品出口到美国,从容地冲出了欧盟构筑的反倾销包围圈。而巨龙周边的一些紧固件生产企业,则因为产品结构

调整不及时深受反倾销之害,不少企业不得不停产关门。

最让顾照根难忘的是,2012 年 2 月 21 日,作为中国企业家代表之一,顾照根首次随国家领导人出访爱尔兰。期间,顾照根在两国企业家交流会上演讲 5 分钟。“我当时演讲主题是创新。”回忆起当时的演讲场景,顾照根仍然兴奋不已。

与别人生产普通螺帽大相径庭,巨龙紧固件产品走的是高端路线。比如,巨龙研发的防盗螺帽,为防小偷盗窃而专门给这种螺帽穿上“连衣裙”。这种广泛用于铁塔、高压电架等露天产品上的螺帽,一旦上部方形螺口拧紧之后便自动脱落,断开后的下半部“连衣裙”没有专用工具就无法拧开,仅这个螺帽巨龙 3 年卖出了 1000 多万元人民币。

“没有创新就没有竞争力,也就无法生存下去。”顾照根说,巨龙每年都要研发 3 个至 4 个新产品,目前已拥有专利 28 项,其中

发明专利 5 项。由于产品质量过硬,95% 的产品出口国外,一些产品还销往了俄罗斯军工企业。

去年以来,顾照根与担任总经理的女儿顾蓉共受邀随国家领导人出访 5 次,结交了一批又一批外国企业家朋友,让更多的外商了解和熟悉了巨龙。“受邀出访已成为巨龙的金字名片,也为巨龙带来了许多订单。”顾照根介绍说,今年以来,已有印度、爱尔兰等国家的商人找上门来订货,单价虽说比同类厂家高出 5%,但外国客商就是乐意与巨龙合作,今年出口订单已排到了 12 月底。

“在 5 次受邀随国家领导人出访的企业当中,最大的企业年产值过千亿元,少的也有几十亿元,而我们企业年产值仅有 1.2 亿多元,下一步我们也要扩大生产规模。”顾照根介绍说,今年上半年,虽然产品价格出现下滑,但巨龙仍实现销售收入 6000 万元,同比增长 10% 以上。

# 2013 年可为企业代言的中秋新品——“梦圆中秋”月饼礼盒

“梦圆中秋”精装月饼礼盒是北京盛世昌福科技有限公司 2013 年独家研发设计推出的中秋经典礼盒。以实用、时尚、节俭、环保为设计理念,定位于商务礼品、员工福利等礼赠场合。集宣扬“中国梦”、弘扬传统文化与时尚设计于一体,寓意梦圆中秋、花好月圆。其最大特点是能永久宣传企业,月饼吃完了,时尚外形的铁盒可以再次使用当成糖果盒。

### “梦圆中秋”礼盒概念

礼盒中六枚月饼分别代表家庭元素中少年、青年、壮年、老年、全家和中国梦的圆梦故事。你我梦成就大家梦,大家梦便是中国梦。

遥想中秋之夜千里迢迢和家人团聚赏月吃月饼,共诉亲情,同享天伦之乐,共同表达美好祝愿,共享温馨甜蜜的美好时光。

### “梦圆中秋”组成:

精致个性化定制瓷盘的礼品铁盒+5x100g 月饼(凤梨、枣泥、蛋黄、紫薯、黑芝麻)+1x200g(伍仁)+手提袋+贺卡+证书

### “梦圆中秋”月饼:

所用月饼为麦瑞生(北京)食品有限公司生产,麦瑞生为中国著名食品生产企业,其作为行业代表全程参与了“月饼”以及“食品馅料”两个现行国家标准的起草工作。是多年来众多国际知名五星级酒店月饼生产商,本月饼与他们用的月饼配方、用料、工艺及生产流程完全一样。

一件可永久为企业代言的中秋佳礼



“梦圆中秋”礼盒适合人群

梦圆中秋礼盒适合单位客户馈赠、员工福利及个人礼品解决方案。瓷盘内容可根据单位个性化定制。

部分案例:



做货周期: 1000 套以上 8-15 天  
团购电话: 4000-166-177  
详情请登录官方网站: www.sscfcy.com  
官方地址: 北京市丰台区西三环南路 57 号美克大厦六层 607

零售价: 368 元  
团购价: 198 元