

5G手机驱动市场新增长

本报记者 黄鑫

产业聚焦

连日来,小米、荣耀等国产品牌密集发布高端手机新品,在芯片、摄像、电池、屏幕等配置上竞相比拼“豪华度”,售价也很“高端”,从3799元起到7999元不等。

中国信息通信研究院日前发布的数据显示,今年1月至7月,国内市场手机总体出货量累计达2.03亿部,同比增长15.6%。专家认为,总体上看,国内智能手机市场已处于饱和状态,但随着5G基础设施不断完善和5G技术成熟,5G手机还会驱动智能手机迎来新增长。

5G手机成市场主流

5G手机已成为当前手机市场主流。根据中国信通院数据,今年1月至7月,我国5G手机出货量为1.51亿部,同比增长94.3%,占同期手机出货量的74.3%。截至7月底,国内市场5G手机出货量累计达3.27亿部。

今年6月,高通发布了骁龙888 Plus芯片,被称为目前最强性能的5G手机芯片,相比前一代高通骁龙888性能提升20%。而最近密集发布的高端手机无一例外都应用了这款芯片。

8月10日,小米MIX4亮相,全球首发骁龙888 Plus芯片。8月12日,荣耀Magic3发布,最高配置版本也应用了骁龙888 Plus芯片,高通公司总裁兼首席执行官安蒙还称赞了荣耀的芯片优化能力。8月17日,vivo子品牌iQOO推出的iQOO 8 Pro手机应用的也是这款芯片。

5G手机早已成为国产手机发力的重点。vivo相关负责人介绍,自第一款5G手机发布至今,vivo多系列产品线及子品牌iQOO已经陆续在不同价位区间推出5G手机,让5G技术从高端旗舰机进一步下沉。一加手机相关负责人表示,2017年6月,来自高通的研发团队正式参与一加的5G项目,双方就5G设备前端器件和架构展开联合研究。目前一加所有系列手机都是5G手机。

“借着5G时代的东风,国内厂商在5G手机的最新研究和市场推广上竞相发力,尤其是通信传输、适用5G手机搭载的应用产品等方面。”众诚智库高级咨询师王立萍说。

IDC中国企业级研究部咨询经理李联认为,在5G时代,国产手机要从单一的产品设计与生产转向打造整个生态链,布局手机、智能穿戴设备、智慧城市设备等一系列产品,形成更加完备的产品生态网络,重新定义手机的功能,使其成为数字经济时代的重要产品之一。

“5G网络进一步铺开,3G、4G正在退居‘二线’,5G网络在更加普及的同时也将引领新一波换机浪潮。”李联说。

海外市场占据半壁江山

一系列数据表明国产手机在海外市场已占据“半壁江山”,在多个国家位列手机市场销

今年1月至7月

国内市场手机总体出货量累计达**2.03亿部**,同比增长**15.6%**

我国5G手机出货量为**1.51亿部**,同比增长**94.3%**

占同期手机出货量的**74.3%**

截至今年7月底,国内市场5G手机出货量累计达**3.27亿部**

国产品牌手机出货量累计**1.81亿部**

同比增长**13.3%**

占同期手机出货量的**89.4%**

国内智能手机出货量**1.99亿部**

同比增长**16.8%**

占同期手机出货量的**98.0%**

量前列甚至第一。

国际调研公司Strategy Analytics发布的最新报告显示,在欧洲市场,小米以25.3%的市场份额,超越三星和苹果成为欧洲销量第一的手机品牌。目前,小米已在22个国家和地区的智能手机市场占有率取得了排名第一。

市场研究机构Canalys Research统计数据显示,今年第二季度,智能手机品牌realme在菲律宾手机市场中继续稳居第一,并首次在孟加拉国手机市场夺得头把交椅。同时,realme在18个市场中排名智能手机品牌前五。

从全球市场看,今年7月,Canalys Research发布了第二季度全球智能手机市场占有率排名,小米手机销量超越了苹果,市场占有率达到17%,首次晋升全球第二;三星排名依然是第一位;OPPO和vivo分别为第四、第五位,市场占比都是10%。

在海外市场,“国内手机品牌如小米、OPPO、vivo、华为等头部企业逐渐占据并站稳了‘半壁江山’。”王立萍分析,一个重要的原因是,国内这些头部手机企业在国外市场采取了不同的市场策略,通过本地化运营、本地化服务、异地特供机型、国外设置研究中心、寻找国外线下运营商、线上运营等多种方式去积极拓展海外市场。

李联认为,国产手机在海外的本土化运营策略制定较为成功,例如小米、vivo在印度建立生产工厂,打开本地销售渠道,因地制宜制定本土化产品与服务,深入探寻国外市场的用户痛点。

“此外,国产手机日益注重品牌和品质,并紧随时代发展推出5G手机,让消费者体验更好的应用场景和传输速度。同时,国产手机涵盖了从高端到低端所有机型,可选择性多,同时性价比优势明显。”王立萍说。

国产手机聚焦新亮点

国际数据调研公司IDC公布的最新报告显示,今年第二季度,在国内手机市场,vivo以1860万台的出货量和23.8%的市场份额高居国内市场第一;OPPO以1650万台的出货量和21.1%的市场份额排名第二;小米和苹果分别以1304万台和860万台的出货量位列第三和第四位;而离开华为重新出发的荣耀以690万台的出货量和8.9%的市场份额,首次挺进了国内市场第五。

综合起来看,这几家头部手机厂商占据了近80%的国内手机市场份额。“在国内市场,国产品牌布局更广,高、中、低端机型一应俱全,同时由于其为本土化设计与生产,性价比高于苹果、三星等厂商,国内用户的认可度也逐步提升。”李联说。

国产手机比拼的亮点在哪里?王立萍分

析说,不同品牌聚焦点略有不同,主要是围绕外观、屏幕、拍照、性能、续航以及音质等方面比拼。例如,华为推出的可折叠手机,vivo推出的时尚自拍和极致影像系列等,无不体现了国内手机在创新方面的努力尝试。

未来,在5G网络的推动下,超高清视频直播、海量数据以及万物互联将逐步走向现实。因此,“更强的算力、更大的存储空间以及更加流畅的运行界面都是消费者最直接的需求与关注点。”李联说。

手机市场整体是否还将延续增长态势?答案是肯定的。王立萍表示,后疫情时代,大众消费能力逐渐恢复,大众对消费升级的多样化和品质化需求也逐渐提高。同时,随着全球5G基础设施的完善,5G时代的来临必将引领手机市场消费进一步升级。

“手机市场仍存在较大的增长空间。一方面,手机会随着通信技术的更新换代在算法、算力、存储、外设等多个角度同步升级,颠覆目前形态的手机正在路上;另一方面,下游产业生态日益丰富,万物互联时代即将到来,手机将承载着互联互通的传感器功能,扮演更加重要的角色。”李联说。



在深圳市卓悦汇购物中心,消费者正在荣耀授权体验店选购产品。(资料图片)

加强科技互联网领域监管成为当前关注热点。今年以来,有关部门密集出台一系列新监管措施,尤其是在互联网、校外培训整顿方面下了“猛药”。

不断收紧的监管政策,让对市场高度敏感的海外资本嗅出了不同的味道。一些机构认为,监管政策给投资回报带来了较大不确定性,决定暂时规避对相关企业的投资;另一些机构则坚定看好中国的发展,表示监管背后孕育着新机会,并继续加码投资。

监管政策引发资本市场的短期波动,是为这个领域的健康发展保驾护航。数字经济诞生以来,我国始终支持和鼓励科技互联网企业创新发展,增强国际竞争力。但随着市场集中度的不断提升,一些互联网平台经济逐步演变成了“垄断经济”,不仅危害消费者权益,还会抑制企业创新,推高市场成本,更严重会带来系统性风险,威胁国家安全。监管旨在规范行业发展,维护公平合理的市场竞争,是正常的市场环境治理,并非针对资本或特定行业、企业。

放眼全球,反垄断是国际惯例。从1890年全球诞生第一部反垄断法《反托拉斯法》开始,每隔一段时间,反垄断就会被各国政府拉到历史的舞台上。美国烟草、美孚石油、电话电报公司等巨头都没能逃脱被拆分的宿命,不过许多拆分业务后的巨头并没有因此衰落,

反而推动了大批创新企业的崛起。

监管,是为了让行业更有活力地前行。今年的《政府工作报告》提出:“国家支持平台企业创新发展、增强国际竞争力,同时要依法规范发展,健全数字规则。”市场经济不是“脱缰的野马”,过去宽松的环境是为了鼓励行业创新发展,如今加强市场监管更是为了鼓励行业高质量发展。反垄断、反不正当竞争,是完善社会主义市场经济体制、推动高质量发展的内在要求。公平竞争是市场经济的核心,只有竞争环境公平,才能实现资源有效配置和企业优胜劣汰。

强监管下,“阵痛”不可避免,但更多是机遇。反垄断是一块“试金石”,真正拥有核心竞争力,企业文化向善,不断创造经济和社会双重价值的企业,会不断走向欣欣向荣。对于科技互联网企业而言,打铁还要自身硬,要跳出流量红海之争,积极寻求新的发展方式,不断提升创新研发能力。同时,主动承担更多社会责任,推动可持续社会价值创新。

风物长宜放眼量。我国支持健全资本市场、弘扬企业家精神和坚持对外开放的信心不会动摇。加强对平台经济的监管,恰恰表明中国大力度发展数字经济的决心。应该看到,我国数字经济快速增长的趋势不会改变,我国数字经济引领全球发展的势头也同样不会改变。

观潮

互联网强监管是阵痛也是机遇

王扶辰

建筑技术玻璃行业上半年利润大增

本报记者 祝君壁 实习生 何宛儒



今年上半年,建筑技术玻璃行业在光伏电池、房地产、汽车、计算机、通信等行业需求市场快速恢复的带动下,延续上年向好趋势,主要经济效益指标增长明显。

据国家统计局数据,上半年全国规模以上平板玻璃产量达5.1亿重量箱,同比增长10.8%;钢化、夹层、中空三种技术玻璃产量4.3亿平方米,同比增长22.4%。与此同时,规模以上建筑技术玻璃企业营业收入达1824.8亿元,同比增长37.7%,利润总额269.2亿元,同比增长140.1%,销售利润率为14.8%。

记者从中国建筑材料联合会获悉,受疫情冲击及国内外形势变化影响,建筑技术玻璃工业产品出厂价格在2020年5月份达到近年来低位,随后在产品结构、供给需求、成本推动等多种因素的综合作用之下,恢复上涨。数据显示,今年上半年,建筑技术玻璃价格比上年同期上涨16.9%,其中平板玻璃上涨48.0%,技术玻璃上涨3.4%。今年平板玻璃价格上涨幅度是1993年取消玻璃统配价格以后的最高涨幅。

建筑技术玻璃价格上涨,得益于行业呈现多元化发展特征,有效创造了市场新需求。随着上下游市场的培育发展,玻璃产品市场应用领域和范围不断拓展,产品结构出现积极变化。有关专家表示,除了应用于传统的房地产市场,建筑技术玻璃还可应用于汽车、光伏、电子电器、家电等工业领域。加之光伏、汽车、低辐射以及电子玻璃用优质平板玻璃产销比重上升,其价格是普通建筑用平板玻璃原片的两倍以上,致使平板玻璃均价上升。

近年来,由于光伏玻璃用平板玻璃原片需求拉动,平板玻璃产销大幅度回升。从需求来看,今年上半年,房地产开发企业房屋竣工面积同比增长25.7%,房地产市场需求明显增长。同时,上半年汽车、太阳能电池、微型计算机、手机等玻璃产品下游主要应用产品产量明显增长,带动了建筑技术玻璃需求提升。从供应来看,今年上半年,广东、福建、山东、浙江等光伏玻璃产销旺盛省份,平板玻璃产量同比增幅远高于全国平均水平,而河北、安徽平板玻璃产量

则呈现出下降态势。

虽然市场信心较好,生产持续旺盛,但建筑技术玻璃行业要保持增长态势仍存在压力。今年以来,作为原材料的化工产品价格大幅上涨,增加了玻璃生产成本。纯碱是玻璃生产的主要原料之一,今年其价格大幅上涨,由上年四季度的1300元/吨左右涨至当前的3200元/吨左右,按每重量箱平板玻璃消耗10千克纯碱计算,仅纯碱价格上涨,就导致每重量箱平板玻璃生产成本上涨近20元。此外,天然气、玻璃生产用砂石等原燃料价格有所上涨,也一定程度增加了玻璃产品生产成本。

中国建筑材料联合会相关负责人表示,近年来,建筑技术玻璃行业供给侧结构性改革取得了良好成效,产销量的迅速增长,化解了产能过剩问题。

目前,平板玻璃与技术玻璃的产业界限逐渐模糊,产业链延伸、多元化发展已经成为建筑技术玻璃企业经营发展的主流。预计下半年,建筑技术玻璃市场需求继续保持稳中有升态势,全年价格和行业经济效益将持续上升。我国建筑技术玻璃出口数量预计达450万吨左右。中国建筑材料联合会相关负责人表示,为防止市场波动和价格大起大落,有关部门应加强对玻璃产品价格的监测与监督,密切跟踪上下游市场波动及国内外形势变化,及时发布平板玻璃产能产量、原燃料价格、市场供求等变化信息。积极引导行业企业加强自律,通过有效方式引导行业有序、合规发挥生产能力,适时有序调整产业政策。通过多种措施,做好上下游产业链协调,推动建筑技术玻璃行业建立与供需关系相适应的价格调节机制,保障价格稳定波动。对带头哄抬物价的行为,要依法依规予以查处,净化市场竞争环境。