

再度转型山寨机血拼价格恶性竞争死循环多年难解

编者按：伴随功能手机的潮落和智能手机的兴起，山寨机纷纷转型。一些山寨机产业链厂商转型推出的新品牌纷纷登场。

然而，证券时报记者在全球山寨手机集散地深圳华强北走访发现，以山寨军团为代表的国产手机身上，最抢眼、最醒目的标签仍然还只是“低价”两个字。

证券时报记者 郑昱

在素有“全球山寨集散基地”之称的深圳华强北，熙熙攘攘的街头依然人来人往，但许多沿街商铺早已数度旧貌换新颜。坚持做山寨功能手机的商场已经寥寥无几，仿佛在一夜之间，一些名为“ThL”、“卓普”、“四季风”、“科特”等在普通消费者听起来十分陌生的手机品牌体验店开始生根发芽。

伴随功能手机的潮落和智能手机的兴起，令人血脉贲张的财富神话继续在华强北上演，只是剧本有了更新鲜的题材。赚快钱越来越难，与传统的功能山寨机有着盘根错节关联的厂商们开始另谋他路，山寨智能机品牌化”成为新的潮流。

手机国货海归

卢炳最近在微博上发起一项有奖征文活动，请网友为他所在的深圳市普天同乐信息科技发展有限公司POPULE品牌中文名建言献策，终极奖品是公司的智能手机一部。卢炳在公司的职务是海外销售部的经理，他告诉证券时报记者，近两年海外市场越来越难做。

基伍（Gfive）手机的掌门人张文学也有同样感触。以基伍为代表的深圳手机厂商，在印度市场曾经凭借性价比的名义，成功将诺基亚赶下神坛，雄踞印度市场占有率第一的宝座。而去年以来，基伍却在印度市场遭遇严重挑战，市场份额大起大落，张文学决定转攻国内市场。

海外市场低迷引发的蝴蝶效应，已经影响到深圳手机行业的业态变迁。5.3寸巨屏双核手机仅售1999元”、“高清娱乐智能手机1099元”……接过卓普、ThL等体验店的宣传单，通过与促销人员的攀谈，记者发现很多有趣的共同点：这些手机品牌大都是今年才问世的新进成员，绝大多数门店开张时间都不长，甚至只有2到3个月，最畅销的机型价格都在1000元~1500元之间。

手机业改朝换代功能机退位智能机夺权

证券时报记者 郑昱

深圳华强北的“气候”变迁，折射出中国手机产业潮起潮落。

在华强北各大电子市场的柜台间，功能手机的阵营正在急剧地缩小。远望数码商场一楼经营山寨机的柜台门可罗雀，摊主拿出“法拉利”、“MINI”等汽车造型的山寨机卖力地招揽生意，但顾客寥寥无几，而山寨手机批发大本营明通商场的人气也大不如前。

市场研究公司IDC的最新数据显示，由于廉价智能手机终端持续带动了中国移动手机市场的销售提升，中国智能手机出货量在今年第二季度首次超过功能手机。数据显示，中国的移动手机第二季度的出货量达到8700万部，其中51%为智能手机。

明通一位曾姓店主告诉记者：今年以来，功能手机的需求直线下滑，无论山寨机还是品牌机都卖不动。”在她的柜台里，一堆大屏幕的触屏手机中，一部诺基亚N95、一部



①远望数码商城是深圳华强北手机主要集散地；



②魅族说明国产手机也能卖出高价；



③华强北一手机卖场柜台上摆着各种山寨手机

刘行健/摄

这些一哄而起的品牌有着怎样的前世今生？上述各家体验店的销售经理或店员给出的答案也大同小异：我们公司原本是给出口品牌做代工的”，或者“公司以前给外销产品做方案，今年在国内推出了自己的品牌”。在外界看来，这样不谋而合的转型，巧合得有点匪夷所思。

卢炳向记者透露，华强北新兴的这批智能手机厂商，与原有的山寨产业链有着千丝万缕的联系，其中有做芯片销售的、有做系统集成的，也有从渠道商转型而来。在卢炳看来，这种转型是受到了全球经济形势的影响，我们”已经把主要业务转向苹果手机维修。”

外销赚钱最容易的时候，一部山寨功能机可以赚400元~500元钱。”卢炳告诉记者，现在外销越来越不好做，行业利润越来越低，一方面是因为全球经济低迷，另一方面是因为价格战。当一部功能机的利润还有10元钱的时候，华强北某个做贸易的商铺一次出货5万部，还有50万的利润，一年有几笔这样的单子，全年就衣食无忧了。但现在平均每部功能机只能赚3元~5元。

TCL集团披露的数据也反映出终端在海外市场遭遇的挑战。TCL通讯上半年海外市场实现手机销售1577.9万台，同比下降11.14%。对此，TCL方面表示，欧洲、拉美地区一直是公司通讯业务的重要市场，受欧债危机的影响和拉美地区汇率波动的冲击，公司的贸易销售受到了一定的影响。

山寨军团转型

在成就无数财富传奇人物的华强北，囤积芯片低买高卖一夜暴富、倒卖二手手机年赚百万、海外客户开着

私人飞机过来采购……类似这样的故事不胜枚举。在山寨手机的黄金时代，资金周转快、投资风险低、赚块钱容易，单款热销机型利润上千万甚至数亿元。

回想当初的好日子，很多在华强北做生意的老板都不由自主两眼放光，但世易时移，一切今非昔比。华强北万商商场一位于姓店主告诉记者，他经营手机已经十几年，”无论是翻新机还是白牌、灰牌，闭上眼睛一摸就能分出子丑寅卯，但现在山寨机越来越不好卖，老外也不爱要了，我们已经把主要业务转向苹果手机维修。”

华强北在转型，原有的山寨手机产业链也在转型。小米的成功让很多人看到了国产智能机的希望”，卢炳告诉记者，魅族给人的启示是国产手机能够卖高价，而小米则通过高调的炒作进一步刺激了行业的兴奋点。

从多家市场研究机构披露的数据可以看出，受全球经济大环境的影响，全球手机市场整体放慢了前进步伐，而中国市场则风景这边独好。当势头猛猛的全球智能手机市场在二季度普遍下滑，中国市场仍然环比增长超三成。对此，易观智库分析师刘鹏表示，这主要是用户对千元智能机的强烈需求，以及手机终端厂商和互联网厂商对中低端智能机销售的大力推动。

不可否认的是，作为山寨大本营的深圳，手机产业曾经风靡全国、横扫东南亚，而今也依然对市场持有敏锐的嗅觉。基伍手机方面曾公开表示：现在整个产业链都往智能机上靠，今年突然涌进来2000多个手机品牌。”但山寨军团的转型绝非易事，与以往赚快钱的模式迥异，品牌化发

展需要砸下真金白银，重新构建渠道体系，投入大量人力、物力保障服务需求。虽然技术门槛并不高，但是智能手机投入大，一千万元扔下去，连个回声都没有。”卢炳如是说。

针对山寨军团的转型，iSuppli中国研究总监经理王阳表示乐观：灰色市场在去年达到顶点之后滑落，而智能手机有可能是个转机，中国山寨市场倘若能够做好白牌的智能手机，则可能迎来一个真正的春天。”

智能手机白菜价

从功能机到智能机，价格战的趋势越来越猛烈。卢炳向记者透露，手机产业的摩尔定律不断被改写，在当前的山寨产业链，一款智能手机从研发到销售最快不超过45天，产品快速换代，售价快速下跌。

根据易观智库最近发布的终端市场监测报告，以智能手机均价变化来看，安卓（Android）系从一季度的1670元，持续降低到二季度的1560元；塞班（Symbian）系则从一季度的1320元降低到二季度的1170元。来自赛诺数据则显示，从2012年3月底到7月初，配置越高的手机跌价越快，其中配置为4.3寸屏、双核1GHz处理器的摩托罗拉XT910、LG的P920价格下跌了600元~900元。

从相关上市公司披露的中报数据来看，规模化的手机品牌也受到价格比拼的影响，导致产品毛利率下滑。中兴通讯表示，终端产品上半年实现142.48

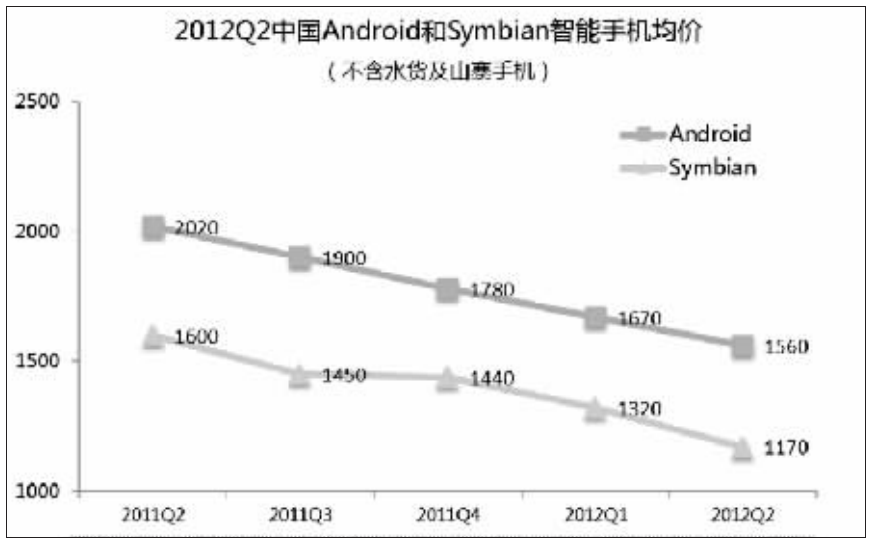
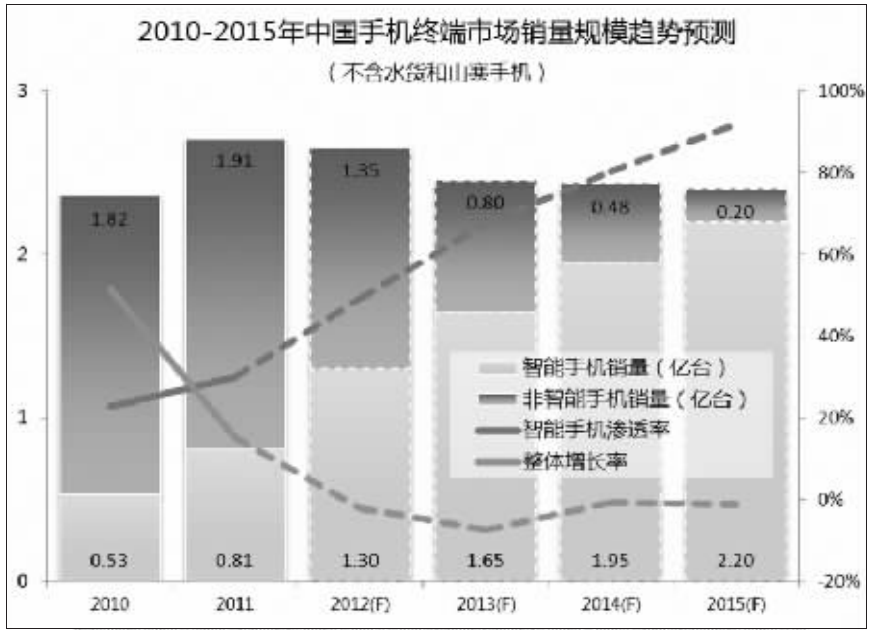
亿元，同比增长27.05%，实现毛利率16.6%，同比下降3.03%。TCL集团表示，通讯业务实现收入41.33亿元，毛利率25.99%，同比下滑3.07%。

2012年手机终端销量仍然处于历史较高水平，这也意味着终端厂商平均销售价更低、利润更薄，厂商竞争也将更为激烈。”刘鹏认为，千元智能手机将在未来继续成为推动中国手机市场销量增长的主力，随着厂商对市场份额的争夺日益激烈，低端智能手机的价格战将持续。

与功能机时代相比，山寨军团在智能机领域的对手数量有增无减。腾讯、奇虎360、盛大为代表的互联网企业先后宣布投身手机产业、将自身的互联网经验与移动互联网实现嫁接，罗老英语的创始人罗永浩也看到了其中的商机，宣布要投资手机业务。

在一个“人人都能做手机”的行业，风险因素也不可小觑。卢炳说：这两年做手机生意的，很多人颗粒无收。我们发现一个现象，以前也有很多”人嚷嚷着要转型，但大都在几个月后笑嘻嘻地回来了。但今年退出的情况很严重，说不干就是来真的了。”

卢炳同时强调，纵然历经兴衰更替，手机这个行业不会垮掉，它不像摩托车产业，一纸禁摩令可以使之遭遇毁灭性打击，这种场景不会在手机产业上演。”刘鹏也认为，智能手机行业是一个充满机遇与挑战的行业，没有永远的辉煌，更没有永远不落的太阳。



资料来源：易观国际

郑昱/供图

记者观察 | Observation |

国产手机距离iPhone5还有多远

证券时报记者 郑昱

“我们这款手机支持裸眼3D显示，5.3寸的屏幕比iPhone 5更大！”这款炫薄智能机不仅支持双卡双待，还拥有超长待机体验，待机时间可以秒杀苹果和三星！”在深圳华强北的手机体验店，销售员热情地推荐数款硬件出色，产品系数甚至敢于叫板iPhone 5的手机。

自苹果公司上周发布iPhone 5以来，网络上针对其加长外观的各种吐槽和恶搞也纷至沓来。感受了iPhone 4颠覆性的创新之后，很多“后乔布斯时代”的用户们不满足于这种缺乏革命性冲击的平稳过渡。

iPhone 5比其前一代有部分改进，和其他智能系统同类产品相比，其硬件配置已经不具备优势。这让三星等竞争对手嗅到了更多商机，中国“智”造们也蠢蠢欲动，试图通过高性价比优势，也来分一杯羹。

遗憾的是，从扬帆出海到海归，从横扫东南亚的山寨机到如今的品牌化转型，我们在以山寨军团为代表的国产手机身上，看到的最抢眼、最醒目的标签仍然还只是低价两个字。但残酷的事实在于，绝大多数完全竞争的市场领域，行业龙头都不可能依靠低价牌来坐稳江山。

联系记者近日的一次快递经历，或许能够说明些许问题。听闻一家快递公司有关推广期优惠，记者致电客服下单，对方则报出网点电话，要求自行联系。当记者致电网点之后，后者又报出业务员电话，要求再度联系业务员。一次下单三个电话仍然没能完全解决问题，如此服务水平令人汗颜。不仅如此，当记者问及收费标准，两名客服均语焉不详，业务员承包制的猫腻不言而喻。

与国内市场占有率第一的某快递公司相比，这家新快递收费的确便宜不少，但是用户体验也差了一大截。联想到以低价著称的山寨机、仿真机，何尝不是面临这样的困境？

有业内人士告诉记者，国产手机达到iPhone 5的硬件配置并不难，甚至很多国产品牌已经推出硬件更优越的手机，尽管如此，它们的市场竞争力仍然无法与苹果同日而语。iPhone系列似乎一直被模仿、从未被超越”，一方面是基于苹果公司深厚的品牌积淀和消费者认可度，另一方面，目前的国产手机在用户体验上与iPhone相去甚远。

在华强北的万商商场，记者试用了一款与iPhone 4S看起来完全一样的仿真机。用店主的话说，“采用与iPhone 4S一比一的比例制作，每部成本就要900多块钱”。可惜的是，这款仿真机的运行速度和应用软件的性能都明显较其原型逊色。

这个案例或许过于极端，毕竟大多数国产手机已经通过正当途径获取许可证，而部分山寨军团也通过品牌化实现转型，但如何提升用户体验，或许已经成为它们成长中的新烦恼。

不可否认的是，国内厂商推出高性能、高性价比的手机，可以在短时间内提升市场占有率，也令广大的消费者获得了实惠。但是缺乏高品质用户体验的硬件竞赛，对厂商的伤害也特别直接——往往是尚未享受到新技术带来的利润空间，就直接陷入成本价的残酷搏杀。

链接 | Link |

智能手机：像个人电脑一样，具有独立的操作系统，可以由用户自行安装软件、游戏等第三方服务商提供的程序，通过此类程序来不断对手机的功能进行扩充，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入的这类手机的总称。

功能手机：可称为非智能手机，与智能手机最大不同之处，在于不使用类似于安卓、塞班、iPhone OS等手机操作系统，但却具有多媒体应用功能的手机。

山寨手机：一些小的手机厂商，以低成本模仿主流手机品牌产品的外观及功能，以低价格获得低端用户的青睐。山寨手机通常使用台湾联发科的MTK芯片。

白牌手机：传统意义上，是指没有牌子的手机，山寨手机就是白牌的。但是目前在海外销售领域，白牌的意思是相对于灰牌而言，灰牌即水货手机，在销售国不具合法的销售许可，而白牌则可以在销售国合法销售。