国产手机蚕食苹果:一线城市不再是苹果独大

■ 李娜

“买 iPhoneSE 还是买华为 P9，还是买 OPPOR9？”一名网友日前在微博上寻求意见。结果在朋友们的建议下,这名网友最终选择了 P9。朋友们的其中一条建议是“SE 都以为是 5S 呢,那个尺寸已经 out 了”。

苹果公司推出 iPhoneSE 后,不但没有在中国低端手机市场捞到好处,由于创新不足,就连原本占优的中高端市场也遭到了中国本土品牌的进一步“蚕食”。

不同的分析机构日前纷纷发布报告称,苹果手机在中国的销售份额正在下降。国际调研公司 CounterpointResearch 的数据显示,iPhone 系列手机今年 5 月在中国市场的占有率只有 10.8%,下落至第五位,落后于华为、vivo、OPPO 和小米等中国本土厂商，这四大中国本土品牌瓜分了 53%的市场份额。

“iPhone6S 自身创新不足。”Counter-pointResearch 高级分析师闫占孟对记者表示,苹果公司 CEO 库克对销量的预计过于乐观,但国内渠道商并不看好 iPhoneSE 等机型的销售,普遍降低了备货。

除了原本具备优势的低价产品外，国产厂商还向中高端手机阵营发起了猛烈“攻势”。上半年发布的国产机型中,3000 元以上的售价开始成为国产品牌旗舰机型的价格风向标。更值得注意的是，在价格走高的情况下,几家国产手机厂商的销量也大幅增长,普遍在 30%以上。记者从公司内部了解的情况是,华为上半年增长约为 30%,而 vivo 则在 50%以上。

一线城市不再是苹果独大

年初有消息称，苹果因销量不佳砍掉了今年 1~3 月约 30%的 iPhone6S 生产订单。苹果虽未回应这一消息,不过其当季财报显示,iPhone 营收环比暴跌了 36.37%。苹果的核心供应商日前也频频下调了上半年销售业绩。

到底是谁在“蚕食”苹果?

苹果方面的回应是，销售渠道锐减和人民币贬值等问题，导致其近期销售额低于预期。不少分析师认为,比起苹果宣称的原因,更为重要的是，国产手机在本土市场上开始对苹果形成挤压。

闫占孟对记者表示，在中高档智能手机市场上，更重要的是价格竞争、产品发布速度、渠道运营商关系及佣金。在这些方面,中国本土品牌比国外品牌有优势，因为它们给予零售渠道的佣金更高,价格也更有竞争力。这也让不少消费者开始将目光转向国产手机。

7 月 7 日,vivo 新品 X7 在全国开售,多名行业专家预测该产品将成为年度“黑马”。vivo 官方微博次日公布的数据显示,X7 上市首日全国线上线下累计销售超过 25 万部;一个月前,OPPO 也公布了 R9 系列手机的最新销量数据,88 天卖了 700 多万部；华为则表示,Mate8 目前的销量已经突破了 500 万部。

中国移动终端大数据报告显示,vivo、华为、OPPO 等国产手机厂商的上半年新增份额都在 13%以上,vivo 等更是达到了 50%。去年 vivo 的手机销量已经超过了 4000 万部。

“上半年增长在 50%以上,并没有刻意关注排名。不过,一般进入不了前五的国产手机就很危险，因为用户只认知一般 3~5 个品牌。”vivo 副总裁、首席市场官冯磊对记者表示,目前 vivo 每年在研发上的投入很大。

OPPO 副总裁吴强则对记者表示，购买 R9、R9Plus 的一线城市用户，在所有用户中所占比例超过了其过去所有手机产品。一线城市正是过去苹果手机优势明显的主力市场。

根据中国移动终端大数据报告，今年 5 月重复购买相同品牌的比率排名中,vivo 以 33%的比例排在第二位,仅次于苹果的 45%。

苹果能否翻盘?

库克对中国市场销量暴涨的理解曾经是,中国有大量人口在迈入中高收入阶层,苹果的潜在顾客数量每天都在增加。但市场的变化,尤其是中国市场的变化,开始让这位全球顶尖手机厂商掌门人有些摸不着头绪了。

今年 4 月份公布的财报中,苹果 2016 年第二季度营收为 505.6 亿美元，同比下降 12.85%;在包括中国内地、香港和台湾在内的大中华区，第二季度营收下降 25.78%,是苹果该季度营收下降幅度最大的区域。

手机联盟秘书长王艳辉对记者表示,中国市场目前的竞争在全球来看都是数一数二的,个人时代的消费主题正在变化,人们逐渐从简单的物质消费转向体验消费，产品短兵相接的主战场也就随之从产品的功能端转向了消费者的心智端。

但苹果的新品发布节奏显然关注到这一点。“苹果去年 9 月开始发行新的旗舰手机 iPhone6S，之后又于今年 3 月发布了价格相对便宜的 iPhoneSE。但这两款产品与苹果之前的 iPhone 系列手机相比,不管是外观设计还是功能、配置方面,都没有太大的升级,因而并没有获得市场的青睐。”王艳辉说。

相比之下，国产手机如今的升级速度快多了。

冯磊向记者表示,vivo 自 2011 年品牌创立之初就成立了专门的消费者研究部门,为了保证产品定位精准，该部门单年度调研项目达 146 个,针对单品的定性访问 234 场,深度研究用户样本 1000 余份,面对面访问时长 3000 小时,定量问卷近 30 万人次。

“以 X7 为例，在上市前的品质控制方面,仅整机测试至少消耗了 3 万个人工时,对于问题的修正修改超过千项。为了保证用户的体验,软件测试一项,量产前需要对六七千甚至上万台产品进行压力测试。”冯磊表示,让消费者愉悦，核心是要满足消费者的产品利益。

事实上，国产手机在核心技术及对市场消费者的把握已非昔日可比，上游供应商也在逐渐“转向”,希望傍上国产手机的大腿。

记者获悉，立讯精密的 Type-C(接口类型)产品已经开始为华为、OPPO、vivo 等品牌的新品备货。此前,作为苹果 lighting(接口类型）连接线核心供应商，在苹果需求旺盛时期，立讯精密 2014 年和 2015 年扣除非经常性损益后的净利润分别实现了 109%和 67.7%的同比增速。但随着苹果终端市场份额的下滑，立讯精密今年上半年业绩增幅也骤减,上半年预计业绩由同比增长 30%~40%修正为增长 0%~10%。

苹果还能在中国市场翻盘吗？也许对于此时的苹果来说挑战巨大。不久前,苹果在华因为商标注册问题输了诉讼案件；中国区的 iTunesMovies 和 iBooksStore 等互联网增值业务也悄然关闭;此外,从今年 7 月开始,中国相关部门还要求对苹果 AppStore 的游戏应用进行审核。

王艳辉对记者表示，苹果产品本身并未出现大的突破,又遭遇种种发展问题,这些因素有可能会进一步拉低苹果未来在中国市场的营收。

中国 500 强出炉:两桶油“连庄”15 年

■ 张帆

近日,《财富》发布 2016 年度中国 500 强排行榜。较之过去一年,2016 年中国 500 强企业的总营收约为 30.77 万亿元，较去年增长 1.2%；净利润达 2.74 万亿元，增长约 1.5%。该排行榜覆盖范围为在中国境内外上市的所有中国公司。

尽管在 2015 年因油价暴跌导致营收大幅下滑,但“两桶油”在今年的榜单上仍然稳居前两位,其中中石化营业收入 2.02 万亿元,中石油 1.73 万亿元，分别比 2014 年下降 28.6%和 24.4%。中国建筑和工商银行继续位列第三和第四,上汽集团位列第五。记者查询历年榜单发现,两桶油已连续 15 年位列前两强。

四大行“最赚钱”

按照净利润排名情况,2016 年中国 500 强最赚钱的四家公司依然花落工、建、农、中四大行。其中,被业界戏称为“宇宙第一大行”的工商银行以总净利润 2771.31 亿元领跑。

此次上“最赚钱”榜的前 20 家公司里,互联网通信领域的科技公司有四家，分别为中国移动、阿里、百度与中国电信,而腾讯则被上汽取代,跌出前 20 位。银行、证券、保险等金融类企业共 10 家，占最赚钱 20 个公司的半壁江山。

据记者统计,四大行在 2015 年度的净利润之和为 8567.03 亿元，前 20 最赚钱公司 2015 年的净利润共计达到 16201.6 亿元,四大行总净利润则占所有 20 家最赚钱企业合计净利润的 53%,是其他 16 家最赚钱企业总净利润的 1.12 倍。

钢铁煤炭企业亏的多

本年度的中国 500 强企业中，亏损企业有 53 家，包括 18 家钢铁与 6 家煤炭相关企业,占所有亏损企业的近一半。

武钢是本次排名第二的亏损企业，亏损金额高达 75.14 亿元,仅在京东之后,本次亏损的 18 家钢铁相关企业均为国有企业。

本次亏损企业的第二军团为煤炭类企业,有包括陕煤、中煤、山煤在内的 6 家煤炭相关企业录得亏损,这些企业也均为国有企业。

记者统计，本次亏损的钢铁煤炭相关企业达 24 家,将近总亏损企业的一半。分析指出,第二产业的上榜亏损公司数量上升,表明去库存和去产能仍然面临着压力。

有分析称,在国家“去产能”的大势下,传统钢铁煤炭等产业的“凛冬”已至,这种行业趋势或将成为新常态。而国有企业作为上述产业的主力军，其业绩也势必将在未来很长一段时间里受到影响。

京东位居互联网营收和亏损第一

本次公布的 2015 年度中国 500 强企业排行榜中，京东集团的营业收入为 1812.86 亿元,总排名第 31 位,这也是京东连续三次登榜后首次冲到互联网行业第 1 名，超越阿里和腾讯。此前两年，京东的总排名依次为 79 名和 45 名。

与营业收入排名攀升相对应的，是京东不断攀升的亏损数据。2014 年度,京东的亏损为 49.9 亿元,位列 2015《财富》500 强亏损企业第二位,领跑互联网行业。今年,京东的亏损数额突增到 93.78 亿元，增幅达到 87.9%,卫冕“亏损王”称号。

中国互联网协会网络营销专家委员洪仕斌表示,京东巨额亏损是源于其对未来物流仓储建设的布局考虑。洪仕斌表示,单就京东的电商平台而言，其盈利能力是十分理想的,亏损主要原因在于对于物流仓储建设的投入。

央企整合全面提速 将成下半年重头戏

■ 王雪青

两年前的 2014 年 7 月 15 日，国资委发布首批“四项改革”试点,打响了本轮国企改革实务操作的发令枪;弹指两年刚过,国资委继 2016 年初披露“十项改革”试点计划后,再于 7 月 14 日发布试点扩围名单。

“目前央企改革试点工作已全面铺开。”国务院国资委副秘书长彭华岗在 14 日国资委举办的媒体通气会上表示:“在国有资本投资运营公司试点方面,中粮集团、国投公司试点工作继续深化,陆续将 21 项权利归位于或授予企业,在此基础上,选择诚通集团、中国国新开展国有资本运营公司试点，并选择神华集团、宝钢、武钢、中国五矿、招商局集团、中交集团、保利集团等 7 家企业开展国有资本投资公司试点。”

中国企业研究院首席研究员李锦对记者表示:“新增的 7 个投资公司试点都是行业的龙头老大,主要是围绕去产能去库存的主题。其中,神华、宝钢、武钢、五矿四家企业分别是煤炭、钢铁、有色行业的龙头,与供给侧改革有直接联系;后面三家则跟房地产行业有关。整体来说，新增的 7 家投资公司试点都是为了进行产业结构调整,使所在产业高度集中,未来与之相关的重组整合必不可少。”

另一个备受关注的动向当属中央企业兼并重组试点，国资委选择中国建材和中材集团、中远集团和中国海运、中电投集团和国家核电等 3 对重组企业开展了试点。

此外,在落实董事会职权试点方面,国资委将进一步深化中国节能、中国建材、国药集团、新兴际华集团 4 家试点;在央企信息公开工作方面,国资委选择中粮集团、中国建筑 2 家企业开展试点。

“国资改革在低调推进数月后有望迎来又一高潮，近期无论从高层会议表态还是配套政策发布，都传递出中央坚定推进改革进程的信号，预计央企整合将成为下半年的重头戏。”资深国企改革人士对记者表示。

对于央企整合，彭华岗指出:“集团层面重组步伐正不断加快,5 组 10 家中央企业重组工作正在积极推进，还有几组重组工作正在酝酿之中，中央企业户数年内有望整合到 100 家之内。”

在中国国旅集团有限公司整体并入中国港中旅集团公司后，国资委直接监管企业的数量已经降至 105 家,但近日,随着中国航空发动机集团有限公司正式成立，央企数量再次回到 106 家。

还有什么领域有望整合？中金公司研报认为，可以从两大脉络梳理合并可能性较大的央企：一是供给侧改革和国企改革重叠的领域。从近期的动作来看,在去产能等供给侧改革推动下,产能过剩领域(煤炭、钢铁、建材、有色)是央企合并的重点,主要目的是加大去产能力度、提升企业盈利能力。

第二大脉络是“一带一路”和国企改革重叠的领域。央企合并另一个目的是通过集团整合提升海外市场竞争力。例如交通运输以及相关的基建建筑、机械类的央企,亦存在整合可能。

值得注意的是,国资委在 14 日通气会上还表示，要抓紧做好“国有资本风险投资基金”和“国有企业结构调整基金”的设立工作,这是国资委首次提到两大基金的组建。

“实际上，两个基金已经研究酝酿了很久。”上述资深国企改革人士告诉记者,“其中,风险投资基金主要为混改配套,结构调整基金主要是为供给侧调结构设置。有了风险投资基金,可以进行国有资本股权运作,使国有企业的股权多元化操作更加便利。”

何处可“令资产最大化创造价值”

■ 蒋坛军 资深管理顾问

“令资产最大化创造价值”,是诸多资产密集型企业孜孜以求的夙愿。若想较好达成此夙愿，则先要识别在何种环节可令资产创造更多、更优的价值。本文所提及的资产,主要是指固定资产(Physical Asset),例如设备、土地、建筑等。又因在固定资产中,设备常占比 70%以上,故下文主要结合设备特点进行阐述。

总体来说，资产创造价值环节的识别活动应覆盖:资产全寿命周期、三种属性、四个层次(详情可参考表 1-1《资产价值创造识别参考表》):

① 全寿命周期:设计与制造、获取与安装、使用与维护、设备报废与处置(可依据实际情况进一步细分)；② 三种属性：物理属性、组织(企业)属性、社会属性；③ 四个层次:单台套资产、资产群、资产系统、总资产。

基于资产全寿命周期、三种属性、四个层次,应独立或合并形成“资产 LCC(life cycle costing,全寿命周期费用)统计表”、“资产全寿命周期价值创造核算表”、“资产全寿命周期投入产出表核算表”。现就几个相关的要点予以简单说明。

对于全寿命周期，资产使用方常易疏忽“设计与制造”的环节。但不幸的是,该环节会决定资产全寿命周期费用的 90%。笔者曾多次目睹,一些企业所购之昂贵设备,因为先天性毛病而成为累赘的情形。因此,资产使用方必须采用有效措施（例如全寿命周期费用预估表、投资决策失误得问责制等),对拟购资产予以考察、验证与验收。

对于三种属性中的“组织(企业)属性”,企业较多关注设备的 OEE（Overall Equipment Efficiency 设备综合效率)。据卫军峰先生的数据,“对于 100 亿元系统成本的企业,1 个 OEE 百分点的提升，意味着 2000 万元的运营开支减少”,故在资产密集型企业里,OEE 是不应被忽略的一个指标。但,单改善设备本体而不改善企业运行结构来对待 OEE,则较难实现“令设备最大化创造价值”。例如:在“小批量、多品种”的制造业工厂里,若不采用连续流生产方式，而仍采用车间分割式的批量生产方式,易滋生过量库存、生产周期延长等诸多弊端,于是在相同的单位时间内、继而在全寿命周期内,设备所创造的价值均会降低。

“不谋全局者,不足以谋一域”,同样适合于资产管理。对于四个层次中的“总资产”,其意为:应将一个组织(含企业、公司、工厂等),整体视为一个“总资产”,且令“总资产”最大化创造价值。有人可能认为,这是把资产的概念扩大化了,但实际上“总资产”是不可或缺的一个概念。

依据高德拉特先生的“TOC 原理”(Theory of Constraints,瓶颈管理),我们不难得知:若采取的改善措施未有效针对“总资产(即整个企业)”的瓶颈,则该改善措施对该“总资产”的整体收益没有意义（反倒可能浪费宝贵的资源、延误发展时机等);只有改善措施有效针对了“总资产”的瓶颈,“总资产”的整体收益才会提高。而在实际情况中,即便是资产密集型企业,但有时制约“总资产”的瓶颈,未必就是资产本身,而常有可能是其它因素(例如市场开发、产品研发等)。在此情形下,若还一味顽固地对资产本身采取改善措施，最后会发现根本就不能帮助“总资产”增加整体收益。因此,应先树立“总资产”的概念,继而精准分析出制约“总资产”最大化创造价值的瓶颈是何物、在何处，然后采取有效的改善措施,如此方有助于“总资产”尽快地、且使用相对少的资源,但获得最大化的价值回报;也就彻底跳出了久遭诟病的窠臼:“就资产论资产”、“就设备论设备”。

美的董事长方洪波先生最近一次演讲的内容,是一个基于“总资产”概念的成功案例:“(过去三年)美的所有的财务结构,都是往好的方向发展、在不断优化。但有一个指标是在下降,就是固定资产在过去三年下降了 70 亿元。这说明资产效率非常地高效。为什么能达到这个？基于大数据和云平台的数字化改造和升级。”当然，从该案例还可得到两点启示:可通过对闲置资产的关停转并售、推行智能维护与智能制造等,可令“总资产”最大化创造价值；尽可能采用财务数据展示资产所创造的价值。

“令资产最大化创造价值”,当然需预防、消除、纾解与资产、资产全寿命周期活动、资产管理体系相关的各类风险。有关这一点，John Woodhouse 先生枚举了一些例子：①与资产相关的风险:故障、安全事故、排污超标等;②与资产全寿命周期活动相关的风险:在操作或维护过程中对人的伤害、破坏性维修(对资产的损害)等;③与资产管理体系相关的风险:各自为政的“孤岛管理”、内外部沟通障碍、人员技能欠佳、供应链中断、信息系统失效等。

参考文献:

[1] Eliyahu M. Goldratt. Theory of Con-straints.[S].Massachusetts: North River Press.1990.

[2] John Woodhouse.ISO55000 Asset Man-agement: What to do and why [M].Switzerland: ISO,2016.

[3] 美的.波哥跟你谈谈制造业未来的企业形态是什么？[R].顺德:美的微信公众号,2016.

[4] 卫军峰.液态奶行业资产价值风险与对策[R].上海:嘉宽咨询微信公众号,2016.

表 1-1 **资产价值创造识别参考表**

资产管理体系	全寿命周期 / 资产属性 / 资产层次	资产设计与制造			资产获取与安装(含验收)			资产使用与维护			资产报废与处置		
		物理属性	组织属性	社会属性	物理属性	组织属性	社会属性	物理属性	组织属性	社会属性	物理属性	组织属性	社会属性
	单台套资产	考虑资产在全寿命周期的功能、可靠性、成本等。	1. 设计与制造的效率、成本、安全事故等;2.资产设计/制造方与经销商/采购方/使用方的交流与互动等。	1. 设计与制造过程中的工伤、事故、职业健康、排污、能耗、法规符合性、相关方满意度等;2.考虑资产在全寿命周期中的工伤、事故、职业健康、排污、能耗、法规符合性、相关方满意度等。	功能、质量与可靠性等。	计划；进度控制、成本控制等。	工伤、事故、职业健康、排污、能耗、法规符合性、相关方满意度等。	预热、调整、速度下降、小停机、故障、备品备件不良等。	1.营销与研发：订单不足、产品单价偏低等; 2. 生产管理机制：智能制造、5S、人员操作技能、首检、连续流、标准作业、产线平衡率、自动化、产品合格率、快速换模、物料供应等; 3. 设备管理机制：智能维护、消除空转、维修策略(点检、润滑、离线或在线状态监测、质量维护、预防维护等)、人员维护技能、维护工器具配备等; 4. 供应链管理优化、关停转并售不必要的资产、公司上市、兼并或并购等。	工伤、事故、职业健康、排污、能耗、法规符合性、相关方满意度等。	1. 局部功能继续使用; 2. 修旧利废、变废为宝; 3. 再制造工程等	1. 通过租售等手段实现残余价值的最大化;2.依法进行保险索赔;3. 通过合法手段降低报废与处置费用等。	工伤、事故、职业健康、排污、能耗、法规符合性、相关方满意度等。
	资产群 (由功能相同或不同的设备组成的一条生产线,例如一条五金冲压生产												
	资产系统 (由设备、建筑、土地等要素组成的相对独立的资产系统，例如制造车间、动力车间、污水处理系统)												
	总资产 (将一个组织或公司整体视为一个总资产)												
	备注:物理、组织、社会属性之间可能存在交集的情况,依就近原则进行归于一种属性即可。												