

市场战略 | ShichangZhanlue

无论是小米手机的推出,还是马云联手天语布局云战略,方兴未艾的移动互联网注定将成为业界争论的关键词,随着华为与 360 高调宣布合作推出智能终端,智能终端市场是否以此为契机改写格局? 这无一不是近来业界猜测议论、推断辨析的话题!

华为牵手 360 推手机 赢利模式是关键

桂小笋

“华为终端的开放合作,最根本的出发点是希望为全球消费者提供更好的移动互联网应用体验。”华为终端相关人士对记者回复道,而对于此次与 360 的合作,华为方面做出了如下表述:“华为终端与 360 公司之间有着共赢合作关系,并计划共同推出手机产品,具体信息将适时公布。”

不过,对于推出手机进展情况等问题,华为方面并未给予明确答复。

360 进军终端

5月4日,周鸿祎首次在微博上抛出了进军手机市场的论调,声称将和国内外厂商推多款智能终端,正当大家猜测“国内外厂商”都包括哪些企业时,华为高级副总裁余承东在微博上回应,将与 360 合作推出智能手机,随后,余承东在公开场合进一步确认了此事。

毫无疑问,吸引了众多企业目光的,源自移动互联网巨大的市场蛋糕。中国互联网协会秘书长助理石现升近日公开介绍,2011 年中国移动互联网产

光伏组件受挫 力诺转身 太阳能电力公司

在太阳能光伏市场一片萧条、电池板企业全线亏损之际,太阳能电站市场却开始崛起。5月11日,山东力诺太阳能电力集团(以下简称“力诺电力”)与山东建筑大学联合建设的 1MW 光伏电站项目正式启动。力诺电力副总经理刘建力表示,今年光伏电站市场开始崛起,预计 2012 年力诺电力装机容量将达 260MW,3 年内可跻身世界大型太阳能电力公司之列。

根据该项目的规划,光伏电站使用寿命为 25 年,总投资达 2600 万元。1MW 光伏电站每年可发电 120 万千瓦时,共计可发电 3000 多万度,节省 12101 吨标准煤,同时减少 21994 吨粉尘、29560 吨二氧化碳和 9137 吨二氧化硫。

“这只是力诺电力最小的一个项目。今年太阳能光伏电站的崛起,将为企业带来近 30 亿的新增投资。”力诺电力副总经理刘建力介绍道,未来 3 年企业已制定了“百所高校、万户屋顶、万亩荒山、万间厂房”的规划,预计到 2015 年力诺电力总装机容量可达 31GW,每年产生电量 16 亿度。

近来,国家不断加大光伏电站的扶持力度。《可再生能源发展“十二五”规划》显示,到 2015 年太阳能发电将达到 15GW,年发电量 200 亿度,这一指标较原目标高出 50%。今年刚刚批复的 2012 年金太阳示范工程项目总量就达到了 1.7GW。

由于太阳能电池组件市场一片萧条,许多企业像力诺电力一样,开始把逐渐崛起的光伏电站作为释放产能的渠道。

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司

海南快克药业总经销



奇虎 360 董事长周鸿祎

业规模达到 393.1 亿人民币,同比增长 97.5%。且 2012 年中国的移动互联必将在传统行业在新兴行业之间凸显跨界与融合。

对于华为和 360 的此轮合作,一方面,不少人认为 360 和华为双方合作目的不同,360 启动此次合作,旨在寻找上市后的多渠道拓展途径和以终端为切入点的移动互联网市场,而华为则是为了增加用户数量和品牌形象。在此背景下,双方合作能否顺利进行以及有哪些实质进展,都充满了变数。

独立评论人孙永杰分析,目前看来,苹果及三星拿走了手机市场几乎所有的利润份额,剩下的一小部分利润,其他品牌也在进行惨烈的竞争,华为核心业务

依旧是电信设备及服务,在这场与 360 的合作中,“华为能从中得到什么好处,确实想不明白”。

另一方面,当小米手机开始风风火火进入市场、百度也开始与富士康接洽推出易手机、阿里系与天语合作云手机整合旗下服务、盛大系欲推出终端捆绑游戏时,市场对传统互联网企业杀入终端市场的行业已不再感到稀奇,下一个是谁,以何种方式进入才是关心的主要点。亦有分析人士认为,从华为透露出的信息来看,其正在从电信向企业网、手机终端领域转型,此时,与知名互联网企业合作,是个不错的契机。

华为价格之痛

海澜之家 新股发行“折翼”

日前,服饰公司海澜之家迎接发审委大考。然而,证监会发审委并没能如约给海澜之家发放“准生证”。据悉,海澜之家原拟发行 4900 万股,发行后总股本从 44000 万股增至 48900 万股。按原先的融资计划,公司拟融资约 10.63 亿元用于四个募投项目中,其中,营销网络建设项目投资总额为 65732.5 万元,物流仓储配送中心将投资 32277.77 万元。CFD 服装研究设计中心建设项目投资总额为 49999.93 万元,全流程信息化管理系统建设项目投资总额为 3325.2 万元。

对于海澜之家为何没有过会,证监会发审委并没有给出答复。一位财务专家表示,行业前景、经营模式以及财务状况等综合作用,或是导致海澜之家未过会的原因。记者注意到,在海澜之家发布预披露信息后,



很多投资者均从公司公开资料中寻找破绽。其中,对公司存货问题最

为关注。该财务专家也指出,如今服装更新换代的频率在加快,如果

余承东认为,智能手机距离通用化还很遥远,互联网企业不懂硬件设计,以目前的趋势,智能手机在未来很长一段时间之内仍将继续拼设计、拼硬件。艾媒咨询 CEO 张毅在接受采访时分析,“至少在未来的 5 年内,看不到终端是免费的趋势。”

对比华为 2010 年和 2011 年年报可以发现,其对智能终端的重视程度,在 2011 年开始有强烈表现。在 2010 年度业务进展叙述中,华为从巩固电信领域市场地位、在新领域为客户创造价值、围绕客户需求持续创新获广泛认可、构建安全可靠的网络和推动可持续发展五个方面进行叙述,但这些叙述均与电信相关业务密不可分。

赢利模式是关键

按照余承东曾公开的说法,360 有安全解决方案,华为有手机的硬件和软件,且华为是开放的策略,“不限于某一家,包括百度、腾讯,他们的软件也都会预装在我们的手机里。”在这种背景下,孙永杰提出了质疑:“360 可以把 PC 上的服务放在手机终端上,但华为呢? 目前来看,没有想到它们合作的赢利模式是什么,双方如何分配利润?”

“从华为过往的市场战略来看,其在国内外市场推出的大批手机其实还是围绕核心业务而开展,北美及欧洲的市场,国内电信设备制造商要想进入并不容易,于是大家就采用以低价终端作为渗透的工具,希望可以借助它打开市场。”孙永杰认为。互联网企业在介入终端时,应该想清楚自己的核心优质是什么,如果只是单纯地把价格压到一定程度,但相应的服务并不是独到的,后续将会“很麻烦”。

存货多、周转率慢,公司势必存在一些经营风险。截至 2011 年末海澜之家存货达到 386261.59 万元,比 2010 年末增加 226988.05 万元,增幅达到 134.10%,占总资产的比重达到 56.82%,而 6 个月以上库龄的存货有 62329.72 万元,占总存货余额的比例 40.87%。而业内人士认为,面对较高的存货,公司存货跌价准备提取得并不够,这也会对未来公司财务带来潜在风险。

该位财务专家指出,公司所从事的是服装生产销售领域,与报喜鸟、希努尔、七匹狼为同一行业,但营业利润率却显著要高,这难免让人生疑。据悉,除报喜鸟的营业利润率较高外,其他公司的营业利润率均低于 20%,而海澜之家这一指标却高达 24.57%。

(深圳)

陶瓷企业欧美出口受限 转耕新兴市场

高敏仪

第 111 届广交会已结束,在佛山 444 家陶瓷企业的密集建材展区已难觅欧美客商身影。

长期以来,欧盟市场是国内陶瓷三大出口市场之一,但目前绝大部分佛山陶企被欧盟征以 69% 的高额关税,中国陶瓷产品廉价优势已然不再。面对疲软的欧美传统市场,国内陶瓷企业纷纷加紧布局南美、中东等成长性较快的新兴市场。

广东金科陶瓷有限公司位于佛山南庄镇贺丰工业区,与国内鹰派和东鹏等一线品牌位列前五,出口部分约占总产量 20%。金科陶瓷出口部袁静雅表示,自欧债危机爆发以来,欧美市场几乎无利可图,市场份额已从 30% 下降至 15% 左右,而新兴市场从过去的 20% 上升到 50%,未来中东、东南亚和南美是主攻的市场,欧洲市场将会暂时放缓。

尽管巴西去年 10 月宣布针对中



国进口瓷砖的关税从 15% 提高至 35%,但袁静雅表示,“35% 的关税我们认为也是暂时,因为巴西当地生产的是中档的釉面砖,而金科的产品是高档抛光砖,巴西要想获得物廉价美的抛光砖仍需要从中国进口,未来仍会深拓南美市场。”

金科陶瓷加强新兴市场布局并不是个例。广东欧雅陶瓷集团营销总经理谭肖文也表示,今年欧雅陶瓷巴西市场保持 3%-5% 的增长并不难,过去 8 年新兴市场最好是在印度,但未来 5 年将是巴西,未来巴西和东南亚是要重点开发的市場。

中国陶瓷出口约占全球陶瓷出口的 60%,欧美地区长期是我国陶瓷三大出口地之一,自去年欧盟对华实施 69% 的高额关税以来,人民币汇率走高以及原材料成本增加,加上国内实施严厉的房地产调控政策,出口转内销也困难重重,令国内众多陶瓷外贸企业几乎面临倒闭的危险。

“欧洲市场萎缩,未来三年不会

数千家中外企业参与全国法律巡讲活动

探索促进和谐劳动关系新路

2012 年“律·动中国”FESCO 全国法律巡讲活动近日正式启动。此次活动以北京站为起点,5 月至 9 月之间走遍全国 18 个城市开展 19 场活动。

主办方北京外企人力资源服务有限公司(FESCO)13 日表示,巡讲活动将面向数千家中外企业客户,围绕劳动政策趋势、劳动管理热点问题,通过专家讲解、现场案例分析、疑问解答等方式,帮助企业人力资源管理者正确掌握和科学实施相关法律政策。

据介绍,活动还将针对企业人力资源服务需求、人力资源服务现状及问题开展行业调研,并逐次向社会发布调研报告。

记者在北京站活动中了解到,人力资源和社会保障部有关部门负责人作了“劳动合同法实施评价”主题演讲,FESCO 资深律师与企业代表进行了“劳动用工管理重点环节法律风险控制”专题分享,企业代表们还就管理中遇到的具体问题进行了现场互动和交流。

有关法律专家表示,随着中国人力资源市场法律法规政策的逐步完善,企业和员工对相关法律的关注也日益增强。举办全国法律巡讲活动,不仅为全国企业客户在法律方面提供增值服务,更是积极承担企业社会责任,为客户解决实际问题、增强员工法律意识、提高人才素质、促进和谐劳动关系的一项重要举措。

据了解,2011 年,FESCO 尝试以社会保险法和新工伤保险条例为主题,邀请了相关专家为全国 15 家分支机构上千家客户企业进行了专业政策解读,受到了 3000 多位企业代表的认可和期待。

在此成功实践基础上,FESCO 希望将开展“律·动中国”活动作为一项有益尝试,加快完善和推进全国专业化人力资源服务的网络平台建设和发展,带动更多业内企业参与到传播人力资源服务行业法律知识、提高企业人才素质、解决企业管理实际问题的行列中来,助力中外企业客户腾飞和中国人力资源服务行业发展。

成立于 1979 年的 FESCO 是中国率先为外商驻华代表机构、外商金融机构、经济组织提供专业化人力资源服务的公司。

(新华)

有太大的逆转可能。”谭肖文表示,“金砖四国”强劲经济增长势头已然成为国内众多陶瓷外贸企业的救命草。

4 月 26 日,电子商务平台环球市场集团运营总经理潘建岳表示,从 2012 年前 3 个月的情况来看,今年金砖国家的采购增长比较乐观,新兴市场代表逐渐被国内陶瓷企业视为未来 3 年外贸增长的突破口。

来自环球市场电子商务平台的相关数据显示,2011 年巴西、印度、俄罗斯、南非的采购量平均增幅达到 136%,其中印度和巴西同比增长幅度更是达到 162% 和 151%。

但在国内陶瓷企业积极布局新兴市场之时,新兴市场的“低价倾销”问题再次成为业界热议的话题。

中国佛山陶瓷协会秘书长尹虹指出,俄罗斯、非洲和南美是未来要抓住的市場,但由于国内陶瓷出口商品的附加值低,新兴市场以低价倾销抢占市场的问题的确存在。