

中兴通讯机海战术盈利存疑

连年巨亏显疲态

■ 郭昆达 李瀛寰 报道

据《时代周报》报道:历经大幅裁员、巨额亏损后的中兴,正以全新的面貌登场,在智能手机领域的快速挺进更为明显。

今年以来,中兴在手机领域的发力令外界咋舌。短短两个月的时间,已经连发天机、V5、努比亚等手机,并在韩国发布“星星手机”。

中兴连发手机,到底要做什么?在手机竞争激烈之际,其他手机厂商也在发新品,但像中兴如此高频度发手机的,非常少见。中兴的手机会不会自己打起来?中兴今年的战略是“机海”战术?中兴“疯狂”背后是怎样的手机布局?

中兴迷局

在智能手机的红海中开拓更为广泛的市场,中兴的步伐越来越快。

4月9日发布中兴通讯与旗下Nubia共同操刀的全新智能手机V5,提前将4G手机带入千元时代。需要注意的是,多款手机在四月份相继面世,其发布间隔不到一周,并以中低端手机主打市场。

红牛V5售价为799元,因其性价比高,因此吸引了不少用户驻足。红牛V5配备5寸720p屏幕、高通骁龙四核处理器、1300万主摄像头以及500万前置,运行专享版nubia UI 2.0系统,支持双卡双待、移动4G网络。

目前红牛V5还在中兴红牛官网以及京东进行预约,目前已有457万人在京东进行了红牛V5预约。V5对手机市场的冲击已经显现。

毫无疑问,智能手机领域是一块大蛋糕,前来抢食的手机厂商大有人在,但类似中兴这种近乎“疯狂”的打法,实在少见。甚至有人称,中兴连发手机,是不是自己打自己?

中兴终端CEO曾学忠在接受记者采访时表示,中兴手机希望打造全新的用户体验,给消费者不一样的感觉,最大可能地满足消费者需求,同时进一步提升中兴在消费者心中的形象。

但从产品层面来看,中兴的五款手机各有侧重点,虽然以中低端为主,但主打的市场并不相同。V5以极低价为主,就目前来看中兴V5又创造了一个4G手机定价新的最低点。

发布会上,京东副总裁王笑松说:“这款手机京东是不赚钱的,中兴也是不赚钱的。”的确,目前来看,搭载同档次高通处



理器、支持4G的手机产品,普遍都比中兴V5的价位贵上300元左右。

中兴连发手机,到底要做什么?分析师简衡认为,中兴正努力抓住4G的契机,目前来看已经在快速小跑的路上,这与中兴前期的布局是分不开的。中兴打破此前的低调路数,采取高举高打的“机海”战术,对中兴品牌的提升很有帮助,也证明了中兴正在找到重心。

智能手机领域如火如荼,今年又是4G的开端年份,中兴动作频繁,主打中低端手机杀入市场,提升了自身品牌形象,同时也会给手机市场格局带来冲击,但这些变化与其前期的布局是分不开的。

前期布局

2014年被称为4G的开端年,中兴在第一季度的“反常”表现博来众多眼球。连发手机、一改低调的高举高打都与老牌中兴的作风反差太大。

事实上,前人栽树后人乘凉的逻辑是对的。中兴敢于迈开步伐,其背后是有原因的。

2012年,中兴通讯巨亏。对于亏损原因,公司曾在当年年报中明确表示,原因之一是海外扩张时,外围经济恶化带来的冲击。

分析人士指出,关键还要看开源,也就是各项业务如何增收。2013年12月31日下午,中兴通讯发生了一次巨大变革,涉及战略、组织架构、高管分工三个领域的调整。

断特征在市场经济发展过程中,体现的更为明显。由于市场缺少竞争对手或民营金融体系进入困难,使得息差收入与垄断特色的经营阻碍了其他形式的经营体参与竞争,尽管互联网金融风起云涌,部分民营银行经营有所突破,但其规模或市场准入方面并无过大的改变。

日前博鳌论坛发布的亚洲影响力百强榜总榜显示,包括中国银行、工商银行、中石油、中石化、中国移动、万科等30家中国大陆企业上榜,但对比来看,绝大多数体现出明显垄断性特征,而与市场经济国家竞争而出的影响力企业形成明显不同。这些资本市场的上市公司,如果能够通过公平与公开的市场竞争,形成较大的国际影响力,其活力方面将体现真正而长期持续的影响,但实际情况并不完全如此。

研究认为,尽速推进金融领域的市场化改革,切实打破垄断,提升公平竞争环境,让民间能够享受更多金融便利,让资本市场体现出上市公司真正的市场化竞争才是根本,才是提升资本市场活力的最为关键环节。

二是杜绝不必要的上市公司财政补贴,形成优胜劣汰机制。

随着2013年上市公司财务报告的密集公布,笔者观察,在目前已公布年报的近2000家左右上市公司中竟然有85%左右公司获得了政府补贴;从历史来看,2012年报显示,存在政府补贴家数与上市公司总数占比突破90%。可以看出资本市场财政补贴现象已形成一个重要的企业运营因素,而这一因素的变化,实际上对于上市公司充分竞争与优化资源配

关于主要调整内容,包括三个层面,一是在战略方面,强化政企网、终端业务,给予更多的资源投入,确保能把握机遇;

二是在架构方面,中兴宣布,将成立终端事业部,独立运营、并将政企网提升为公司二级经营单位;三是在人事方面,曾学忠升为执行副总裁,全面负责未来公司终端业务的运营,高级副总裁庞胜清全面负责政企网业务的运营,执行副总裁赵先明任公司CTO,执行副总裁何士友继续担任公司执行董事。

这次调整可以看成是中兴的一个转折点。彼时,中兴通讯董事长侯为贵有着清醒的认识,如果固守电信业或许还能赢得一席之地,但是,如果固守传统的电信思维,那么,未来可能会一败涂地。基于公司2014年集约化的经营战略,2014年公司在政企网、终端市场会迎来重大机遇,因此强化终端产品、政企网纵向运作和贯通,给予更多的资源投入,确保能把握机遇。

值得一提的是,此次调整相当于一批少壮派被提拔到重要岗位执掌一方业务,例如终端业务新的“掌门人”曾学忠为一名“70后”,年仅40岁,他之前曾负责中国市场营销,业绩突出,被认为具备互联网思维。

按照公司CEO史立荣的说法,“公司的管理层、机制和文化要变得更加年轻,公司需要重新唤起创业激情,把自己的未来抓在自己的手中”。

可以看出,借助4G的好时机,中兴正在无畏地前行。而中兴的各方调整,无不有着互联网的影子,人事方面的曾学忠是

置形成了严峻的挑战,甚至出现领域内的较大腐败,严重制约了资本市场活力的释放,急需加强监督机制。

市场经济国家股市基本没有政府补贴给上市公司,我国上市公司如此补贴是一种非正常现象,如果未来市场化过程中,此类减少,或出现较大面积的业绩回落。目前新三板IPO过程中,我们发现,过大规模的财政补贴依然。

据相关统计显示:作为中国上市公司的权重公司——中石化、中石油十年来共获政府补贴超千亿元,从其年报数据统计来看,自2004年以来,两家公司共获得国家财政补贴1258.83亿元,其中,中石油获得补贴484.38亿元,中石化获得补贴774.45亿元。政府补贴成了部分上市公司扭亏盈利的“法宝”,一些*ST公司靠此方式避免退市,长期留在资本市场。

对于公益性企业的补贴如果说能够勉强认可的话,那么对于高污染与产能过剩行为的补贴则是一种乱象。近年来,财政“乱补贴”现象并不罕见,如重庆钢铁历年公告显示,近两年来,重庆钢铁获得政府补贴近24亿元,虽然近24亿元财政补贴计入当年的损益,但此举仍无法撼动重庆钢铁巨亏的现状。其2013年年报称:“因铁矿石价格高位、下游需求回落、产量增长过快、钢材价格大降,导致公司去年净亏损24.99亿元。”

上市公司作为公众公司,是市场经济最为活跃的组成部分。从国际经验来看,世界知名的大企业几乎全是上市公司。例如,美国500家大公司中有95%是上市公司。而从市场经济国家上市公司的运营来看,其遵循自由竞争、优胜劣汰

互联网思维的代表。其实,远不止于此。

互联网思维

互联网思维正在向中兴渗透,除人事方面的大换血,还有更多的体现。

2014年4月16日,星星一号在韩国发布新品手机。选址在韩国,命名为星星手机,是因为最近的一部很热的韩剧《来自星星的你》。

此外,一改传统运营商渠道,携手京东,都是中兴在拥抱互联网的体现。

不容忽视的是,国外运营商渠道是不容小觑的力量,而中兴此次联手京东,契合了国内的实情。

作为B2C的一枝独秀,京东成为中兴强有力的合作伙伴。

京东Q1季度销量统计显示,国产手机品牌在京东平台的销售量已超过总销量的60%。其中,iDphone计划手机表现抢眼,包揽了前三强席位,包括备受好评的华为荣耀3C系列、“第一夫人手机”努比亚大小牛系列等。

一个疑问是,中兴主打中低端手机,4G千元机抢先登场,如何保证盈利?

曾学忠表示,线上销售的最大好处是省去了传统渠道抽取的利润,厂商可以直接让利给消费者,目前中兴只为更好的用户体验做出努力,盈利方面暂不考虑。

不难发现,国内厂商选择线上合作预售的机型都是明星产品,通过树立品牌来提升未来的溢价能力。

有调查显示,去年全年中国市场内销突破4亿部手机,其中网购市场共销售手机约5300万部。

在中兴V5发布会上,王笑松表示,中兴手机销量已月破百万,同中兴的合作,是创造两家共赢的格局。分析人士认为,网购的日益普及,线上渠道对于手机厂商来讲是有优势的,节省成本,扩充了销量,是一个双赢的局面。

实际上,中兴在销售渠道的改变,结合互联网热点进行品牌营销,提升影响力的同时,无不是在发出一个信号:中兴在全面拥抱互联网。

不过,互联网最显著的特点就是变化快。目前来看,中兴在4G的开篇发力够狠,但能否在众多手机品牌中亮出自己,占据自己的地位,还需自身的努力。记得曾学忠在V5的发布会上开场的一句话:“2G时代是诺基亚,3G时代是苹果,那么,4G时代会是谁呢?”

让我们拭目以待。

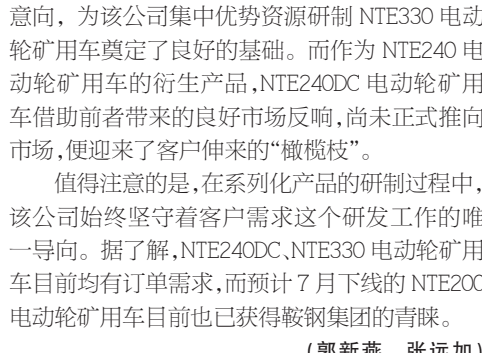
北重集团北方股份 NTE240DC NTE330 电动轮矿用卡车密集问世

2014年,尽管全球经济复苏乏力,矿车市场需求不振,行业竞争极端激烈,但北方股份发展的步伐并没有放缓,反而更加急迫。近日,两台重量级电动轮矿用卡车NTE240DC、NTE330在北重集团北方股份公司如期下线。其中NTE330电动轮矿用卡车将公司自主品牌产品载重量提升到了30吨级的新高度,这也标志着该公司成功构建了覆盖市场需求各种主流吨位、较为完备的产品体系。

据统计,当前世界矿车业巨头企业,如卡特、小松、日立、别拉斯,以及国内湘电集团,均已生产出300吨级电动轮矿用卡车,型号不少于8种。在竞争激烈的市场环境下,NTE330究竟凭借何种优势寻求自己的发展空间呢?据项目组相关人员介绍,NTE330研制对标产品是当前市场保有量最大、由小松生产的930E-4车型。与其相比,NTE330不仅具有载重量大、容积大、装载方便、发动机更加可靠、爬坡能力强、缓行功率大等差异化优势,而且装配有西门子领先的驱动系统。总体来看,整车综合技术性能不逊于国际品牌。

当然,向国际一流标准看齐只是基础,潜在的市场需求才是NTE330电动轮矿用卡车呼之欲出的最大动力。《NTE330可行性研究报告》显示,目前国内中电投白音华二、三号矿,神华准格尔哈尔乌素矿、黑岱沟矿,中广核纳米比亚铀矿,以及位于非洲、美洲、大洋洲的中资企业投资的矿山项目,对于300吨级矿用卡车都存在不同程度的规模化需求,并且多家企业在接洽过程中都表达过合作意向,为该公司集中优势资源研制NTE330电动轮矿用卡车奠定了良好的基础。而作为NTE240电动轮矿用卡车的衍生产品,NTE240DC电动轮矿用卡车借助前者带来的良好市场反响,尚未正式推向市场,便迎来了客户伸来的“橄榄枝”。

值得注意的是,在系列化产品的研制过程中,该公司始终坚守着客户需求这个研发工作的唯一导向。据了解,NTE240DC、NTE330电动轮矿用卡车目前均有订单需求,而预计7月下线的NTE200C电动轮矿用卡车目前也已获得鞍钢集团的青睐。



(郭新燕 张远加)

核电工地上夜校亮堂堂

中国能建安徽电建二公司防城港核电项目部重视员工培训

■ 申建生 江小努 报道

“工程质量是核安全的根本,核安全就是核设施发生不放射物质……”这是中国能建安徽电建二公司防城港核电项目部生活营地三号食堂正在对新进场的384名新员工进行2014年核电工程安全常识培训。

“职工夜校”系列培训由项目部安环部、人力资源部组织开展,培训内容主要是核电基础知识、安全管理、专业技术讲座等等。

职工夜校”主要采取一人主讲、全员参与互动讨论的方式进行,让职工来培训职工,每个人既当老师又当学生,学习新知识,拓展旧知识面,达到全体员工一起学习、共同提高的目的。

今年是开展职工夜校培训的第2年,培训 works 力度加大了。如安环部组织安全员根据个人特长当老师授课,讲用电安全、讲脚手架安全、讲大型机械的安全等等。每名安全员轮流当老师,讲授自己熟知的专业知识。随着授课范围的扩大,职工参加“职工课堂”的兴趣更高了,讲课采用幻灯片课件(PPT),增加授课的生动性、趣味性,避免了学习效果单一、枯燥。

据人力资源培训主管陈鑫介绍,培训工作每年围绕重点工作,分专业、分层次开展各项培训课程。主要是组织开展新进场员工的安全技能培训,掌握核电工程施工的安全要求;技术人员看图讲题,旨在推进典型技术方案的应用,同时给公司广大技术人员提供一个展现自我的平台;跨专业人才培养、机务、电仪调试知识讲座,看系统图回答调试经理的提问,从实战出发,你问我答,其他技术员也很受启发,达到共同提高的目的。

据了解,两年来,项目部职工夜校已举办479班,培训学员8617人次。职工夜校亮堂堂,通过一系列培训讲座,多渠道提升施工人员的安全知识、安全技能、技术管理人员的业务素质和水平。

“呵呵,没想到,出来打工还能上夜校,在工地干活,要懂安全,懂流程,按规矩来,不踩红线,否则就会一棒出局,这样的课太重要了,下次这样的课我还要参加”。一位刚接受培训的新进场员工笑嘻嘻地与自己的施工队安全队长交流着心得。