

4 营销渠道 Marketing Channel

渠道实战 净利断崖式下跌 传统手机销售渠道拉响警报

李何冉 侯智勇

临近年关，本身因为礼品流通而繁荣的手机、数码等电子消费品市场，并没有给传统手机渠道商带来温暖。在本该喜庆祥和的日子里，各大传统手机渠道却只感受到了瑟瑟寒风。

上周五，国内最大的手机销售渠道商爱施德与天音通信分别公布了财报预期，天音通信 2014 年预亏 3.23 亿元~3.57 亿元之间，该公司在去年还曾盈利 2748 万元。而爱施德虽然预计盈利 500 万元~2500 万元，但该公司在去年盈利 7.84 亿元，2014 年的预期利润较去年相比下降 96% 以上。两家公司的净利润不约而同地出现了断崖式下跌。

事实上，爱施德与天音通信净利润的大幅缩水并不是什么个案。至少两年多来，传统手机渠道厂商的颓势就已经显现，只不过现在已经到了这些渠道厂商们必须要作出变革的时候了。

“一年”河西

十年河东，十年河西。当日新月异的电子商务，逐渐渗透入通信领域时，无疑前者的高速发展，加速了通信领域的市场变化。甚至不用十年，传统手机渠道商一年内就从“河东”轮到了“河西”，日子不好过起来。

对于传统手机渠道出现的巨亏，天音通信是这样解释的：1、手机行业销售格局变化较大，公司代理的部分主流手机品牌市场萎缩严重；2、公司规划代理的新产品销售利润未能达到预期目标；3、随着 4G 牌照的发放，公司配合厂商大力清理 3G 产品库存，产品销售毛利率阶段性受到影响；4、公司移动互联网业务和移动转售业务还在投入期。

爱施德虽然没有解释自己因何导致利润大幅下降，但从财报可以看出，除其本身手机分销和零售业务的利润缩水外，移动互联网和移动转售业务的持续投入也让其 2014 年的业绩雪上加霜。

对于两家的艰难处境，iSuppli 中国研究总监王阳对记者表示，除了电子商务渠道的兴起外，传统渠道商的没落还源于现在手机厂商之间的价格战，手机厂商自己的利润都被压缩得很厉害，渠道的利润空间便会更加

国外酒庄借道电商渠道 “开路”中国市场

刘一博

越来越多的海外酒庄把目光投向国内市场。3 日，记者发现，与以往通过传统渠道层层批发进入中国市场的方式不同，越来越多的国外酒庄和红酒企业开始绕过渠道商直接与零售端的电商合作，希望借道电商拓展中国市场。

1 月 27 日，法国、德国、美国等 12 个国家的部分葡萄酒企业与京东达成采购协议，涉及 100 多个品牌，未来将有近百万瓶原装进口葡萄酒通过京东入华。无独有偶，国内许多酒类电商也成为海外酒庄进军中国的首选路径。酒美网、酒仙网等国内酒业电商早就涉足了海外葡萄酒直采的项目。酒美网副总裁肖乔告诉记者，目前海外直采葡萄酒的比例占到网站销售葡萄酒的 70%。酒仙网近日也与法国最大酒庄的原酒供应商 CVB 集团合作进行全球直采，推出名为茉莉花的互联网红酒品牌。

对此，葡萄酒及烈酒展览会 VINEXPO 市场总监理查德·居荣表示，现在国内葡萄酒渠道发展越来越完善，市场也更加开放成熟，许多国外的酒庄进入中国可以有多元化的选择。而国外酒庄通过电商平台进入中国市场，也与国内电商平台积极扶持直采模式的态度有关。酒仙网相关负责人称，直采模式让电商平台的选择度更高，可以根据消费者的需求进行采购，而不是之前从经销商进货之后想办法卖出去。

据了解，直采模式能让葡萄酒价格更加透明，也让葡萄酒零售价格更低。直采模式还可以让酒庄从源头上对商品的品质进行把关。国外某酒庄负责人称，与传统销售渠道相比，电商渠道在品牌推广方面更具优势。

面对直采模式的快速发展，国内葡萄酒经销商、代理商的市场份额正在一步步被电商分食。据了解，葡萄酒传统渠道商在前几年快速发展得益于大宗团购市场，然而在国家出台相关政策之后，这块市场业绩直线下滑，取而代之的是大众消费市场。一直以来，电商渠道低价位的产品更符合大众消费需求。Sament(上海)有限公司相关负责人直言，电商自采模式的快速发展会淘汰国内一批经销商和代理商。

然而，北京天裕风范国际贸易有限公司 CEO 庄武英认为，国内葡萄酒传统渠道商的生存现状并没有想象的那么险恶，但调整经营思路是当务之急。“传统渠道商应把握住接地气的优势，与消费者进行一对一的深度交流，这个优势是电商渠道的短板。与此同时，提升线下服务体验，比如通过举办品鉴会、酒品论坛等形式与消费者进行多维度的交流，从而提高消费者消费黏性和忠诚度。”



至少两年多来，传统手机渠道厂商的颓势就已经显现，只不过现在已经到了这些渠道厂商们必须要作出变革的时候了。

有限。

此外，2014 年，在手机厂商大打价格战的同时，来自三大运营商渠道的补贴也悄然消失，这让传统手机渠道商与运营商渠道处在了一起起跑线，加剧了渠道商之间的竞争。

线上渠道暗渡陈仓

真正给传统渠道厂商造成重创的是各种暗渡陈仓的线上渠道，它们正在通过一些更接近用户的中间环节，抢夺本该属于传统渠道商的市场份额。

现在越来越多的手机厂商把销售渠道转到线上，一些旗舰的产品也通过与电商平台合作的方式进行首发、预售和销售。

对于手机厂商而言，通过与天猫、京东这样的大型电商平台合作，不仅简化了手机产品销售的中间环节，减少了层层代理的繁琐程序，还节省了线下的实体店面的成本，进而提高了厂商自身的利润。

对于用户来讲，手机产品在线上销售，价格更加透明，避免了一些线下渠道“加价购买”、“捆绑销售”等乱象，这自然得到用户的欢迎。

一头讨好手机厂商，一头受到用户欢迎，

再加上物流配送等服务的完善，线上渠道正成为越来越大的手机销售渠道。

事实上，国产手机线上销售业绩的集体大涨证明了电商渠道的巨大潜力。

在去年的双十一电商购物节上，手机成为最大的销售品类，其中小米手机以 15.6 亿元的订单额傲视群雄，华为荣耀的销售额达到 10.6 亿元，相比上年激增超过 25 倍，而魅族手机在天猫平台销售额也增长 10 倍，挤进天猫手机品类销售的前三。

此外，除去天猫等第三方平台的线上电商渠道，越来越多的手机厂商也开始着力搭建自有的线上销售渠道。

小米公司就是依靠电商的销售渠道成为了一个快速崛起的手机品牌。在它之后，诸多的手机厂商也开始注重线上渠道，进一步提升用户对手机品牌的忠诚度和黏性。

小米联合创始人黎万强曾透露，小米手机在去年二季度出货量约 1600 万台，其中线上渠道出货 1119 万，约占 70%，销售额超过 100 亿元。

虽然电商渠道下沉到三四线城市乃至农村，还是比较困难，但进一步下沉也应该是大势所趋。记者获悉，针对三四线城市的移动电

牡丹花开随人愿 一年四季皆是春 垫江县牡丹花期控制技术试验成功

李强 本报记者 何沙洲

一年四季牡丹花开已不再是梦。重庆市垫江县太平红牡丹花花期控制技术试验取得成功，今后一年四季可以指定牡丹花的盛开时间，以满足人们在特殊时期观花、用花需要。

重庆市华运现代农业有限公司负责人陈永忠告诉记者，首期 500 盆太平红牡丹花将于 2 月 15 号至 18 号盛开，比正常的花期提前了两个月。他表示，有了这项花期控制技术，以后一年四季都可以看到牡丹花。

人工调控花期 花开花落随人愿

记者在垫江县现代农业示范园区的华运国际牡丹园温室大棚里看到，在一盆盆摆放整齐有序的太平红牡丹中，有的含苞待放，有的已竞相盛开。而在温室的一角，摆放了一台空调，旁边还有一支温度计，这些便是牡丹花花期控制的主要工具。

“牡丹花可以不按照大自然的规律花开花落，完全可由人工控制。”陈永忠告诉记者，



● 工作人员正在观察牡丹长势。

花期控制主要分为低温处理和加温控制两大块，首先是将牡丹放在冷库里低温处理，精确控制花开时间，然后对它进行加温控制，施以药物刺激，并让它在适合的温度、光照、水分环境里生长。

为了攻克技术难题，满足人们对牡丹花的观赏需要，去年，华运国际牡丹园与洛阳牡丹研究院经过合作，由研究院提供技术支持，通过技术手段对牡丹进行物理控制和化学控制，使牡丹在全年中的任何一天盛开，想什么

适应新常态 聚合新能量 驱动新发展 东风德纳车桥公司隆重召开 2015 年度经营工作会暨 2014 年度表彰大会

2 月 3 日下午，东风德纳车桥有限公司在总部召开 2015 年度经营工作、企业文化核心理念发布暨 2014 年度表彰大会，盘点 2014 年工作，发布新提炼的企业文化核心理念，隆重表彰各类先进，聚合发展新能量，激发全体干部员工见贤思齐，以时不我待、只争朝夕的紧迫感，以抓铁有痕、踏石留印的工作劲头，投入到新的一年各项工作中去，以新文化、新行动、新业绩驱动新发展，争创东风德纳车桥事业新辉煌！

公司总经理麦克作 2014 年度工作报告，并对 2015 年度工作进行展望；公司常务副总经理金仁勇发布新提炼的企业文化核心理念；公司党委书记叶征吾主持大会并对企业文化核心理念宣传贯彻进行了部署；公司副总经理刘国庆宣读表彰决定；公司副总经理陆定文、王军，各工厂厂长、党委书记出席会议并为先进颁奖，公司各部部长及各类受表彰人员参加大会。

麦克总经理在工作报告说，2014 年，受诸多不确定因素的影响，公司的销售目标及利润均低于预期，但在新品开发、质量改善、成本管控、员工劳动强度改善等方面也取得了不错的成效。2015 年，在行业微增长的态势



● 东风德纳车桥表彰会现场。

下，公司要完成 51.8 亿元的销售目标及 1.38 亿元的利润目标，需要公司上下团结一致共同承担，并通过企业文化宣贯及学习型组织

商平台“买卖宝”，在去年双十二的时候便创下了单日销售额 5000 万元的销售纪录，一年的销售额在 15~20 亿元之间。

无论是第三方主导的销售渠道，还是手机厂商主导的自有渠道，都在打压、侵蚀着传统手机渠道商的奶酪。从现状来看，这一趋势只会愈演愈烈，直到传统渠道商被边缘化。

转型前景未知

传统业务持续低迷，传统的手机渠道销售商们也都着急转型，其中天音通信、爱施德和中邮普泰等厂商不约而同地选择了“虚拟运营商”业务作为突破口。此前，三家也分别入围国内虚拟运营商的试点名单。

虽然拿到牌照，挤进了这个市场，但是从过去一年多的发展来看，虚拟运营商的业务还不足以成为这些传统手机渠道商们的业务增长点。

最新统计数据显示，截至 2014 年 12 月 31 日，国内虚拟运营用户数仅 100 多万。如果平均到每家虚拟运营商，所获得的用户也只有几万人，天音通信们奢望盈利根本就不太现实。

需要指出的是，在获得虚拟运营商业务相应的收益之前，天音通信们投入了大量的资源来建立与业务运营能够相匹配的支撑系统，包括计费、客服等。这意味着，在核心业务急剧下滑的情况下，天音通信们实际上面临着巨大的运营压力。

当然，国代商们也没有在虚拟运营这一棵树上吊死。例如天音就在 9 月 9 日发布公告，称拟出资 3.8 亿元设立全资子公司天乐联线科技有限公司进军移动互联网，业务涉及移动游戏、移动阅读、移动浏览器等行业，同时还关注着移动健康等新兴行业。

此外，手机厂商也给了渠道商们另一种选择，酷派的 ivvi 品牌正是与传统的渠道商合资共同打造的，他们期望通过这种利益共同体的形式来提高各方的积极性。但这种模式仍然面临着电商等渠道的冲击，前途仍未可知。

现在，净利润断崖式下跌已经为传统手机渠道厂商拉响警报。在核心业务加速下滑，新业务前景渺茫之时，传统手机渠道厂商们确实该好好思量一下——你们的未来究竟在哪里了。

时候开就什么时候开。

打破花期限制 太平红牡丹更具价值

众所周知，太平红牡丹在垫江县有近千年的种植历史，与洛阳牡丹、菏泽牡丹齐名，早已成为垫江县响亮的城市名片。然而，由于牡丹花盛开时间主要集中在三四月份，花期限制、花期时间过短等瓶颈制约了牡丹产业的发展。

陈永忠说，花期控制技术试验取得成功，让牡丹花开花时间精确到“天”，实现了牡丹花开花落随人愿。

下一步，他们将进行量产，进一步推广，不断提升牡丹的观赏价值。

垫江县旅游局相关负责人表示，牡丹花花期控制技术试验成功，使花期提前或延后，这将进一步提升该县牡丹花的观赏价值，不但使来垫江县观光旅游的市民一年四季都有牡丹花可观赏，而且在丰富牡丹文化内涵、提升牡丹影响力、推动垫江旅游产业发展等方面都将发挥重要的作用。

渠道双雄 联手家电厂商谋转型

钱玮珏

家电行业正在面临更为严峻的态势，去年国内家电行业增速集体回调，大家电行业陷入负增长态势，互联网也对行业产生了巨大冲击。面对新的形势，同样处于转型中的家电企业和渠道商有了更紧密深入合作的需求。据南方日报报道，近期，国内外家电巨头老总纷纷造访苏宁、国美总部谈合作，而合作的领域也进一步扩展到了智能家居、渠道沉、金融等更多领域。

国美：意在构建家电零售生态圈

刚刚提出将坚持深化落实“O2M 全渠道零售”战略的国美，近期迎来了索尼(中国)有限公司董事长栗田伸树和康佳集团董事长陈跃华分别率领的团队来谈合作。

试图构建家电零售生态圈的国美，正在打造智能化零售体系、提速整合二级市场、协同优化供应链等多个方面。与索尼和康佳的合作，更多将重点放在了智能化零售建设、供应链协同优化、大数据信息共享、二级市场拓展以及差异化产品定制等多个方面。

据了解，国美和索尼将在 PS 游戏机、数码、电视等领域展开深度合作。其中，针对电视品类，双方将重点聚焦高端市场，包销定制多款 48 寸~65 寸的 4K 智能电视。数据显示，2014 年，索尼彩电在国美销售同比提升 60%，其中 48 寸、60 寸、65 寸的 4K 智能电视大单采购占比非常高，今年则目标实现索尼在国美全渠道销量同比 2014 年增长翻番。

国美总裁王俊洲表示，2015 年，国美要极速整合二级市场资源，渗透至 378 个二级市场，将二级市场的市场占有率提升到 50% 以上。而康佳在三四级市场具有一定品牌优势，双方将就渠道下沉布局农村进一步合作，目标 2015 年康佳产品在国美全渠道销量增幅逾 70%。

苏宁：极效协同厂商进驻联合办公

就在苏宁云商董事长张近东提出面向供应商搭建极效协同平台不到半个月的时间里，美的、康佳、TCL 等厂商大佬纷纷造访苏宁总部，据悉，南京苏宁总部的办公平台将在今年向供应商全面开放共享，美的、TCL 等企业的团队都将进驻联合办公。

在美的集团董事长方洪波拜访苏宁总部之后，为了实现美的在苏宁平台空调 100 亿、整体 200 亿的销售目标，美的的团队还将进驻苏宁总部展开联合办公、联合营销。据悉，“会员营销”将是苏宁和美的在 2015 年共同的发展重点。根据合作会上的计划，苏宁与美的将共同推出“分期商城”、“美的贷”等会员营销服务产品。苏宁将与美的共同打造集合“物流、售后、安装”等内容为一体的增值服务体系，并完成智能家居产品的无缝对接，共同建设智能家居生态圈。

而 TCL 集团董事长李东生与张近东谈成的合作中最引起外界关注的是苏宁与 TCL 在金融业务方面首次全面对接。TCL 金融事业部都是近期 TCL 集团刚刚成立的部门，在“双+战略”中占有重要地位。据悉，双方在供应链金融、大数据客户研究等方面进行了深入沟通，并计划在易付宝、零钱宝、消费金融、票据理财等方面开展合作，以此加快 TCL 资金回笼和融资，提高资金周转率、创新产品营销方式。

遗失启事

李春蓉位于三环路金丰路华桥城东岸 50 幢 3 单元 302 号房屋购房及车位合同遗失，房屋合同号：JD—销售 11，收据号：DAICWFK00573。声明作废。

心理理念发布报告中说，重新定义企业文化既是公司面对内外部挑战的需要，又是合资双方达成新的共识的需要，更是企业文化自我更新的需要。新的企业文化核心理念由先前的 5 个减至 3 个，即企业使命（承载车桥梦想，传递卓越价值）、企业愿景（打造倍受信赖与令人向往的车桥公司）、企业价值观（诚信、协同、创新、超越）。金总希望通过企业文化核心理念的发布和实施，进一步凝聚起全员对未来发展共识，最大程度取得大家对公司事业的理解、认同和支持，不断提升公司的核心竞争力，为“车桥梦”的实现提供强大的精神动力！

公司党委书记叶征吾发布企业文化推进计划，他强调，发布企业文化核心理念是公司企业文化建设在新的发展进程中的崭新一步。下一步，企业文化的传播、落地、践行更为重要。2015 年，公司将以规范宣传用语、加强核心理念全员宣贯、开展企业文化故事分享、开展企业文化知识竞赛、探索核心理念融入行为规范的方法等活动为依托，进一步增强企业文化的穿透力、影响力和渗透力，以文化力驱动发展力，为 DDAC 事业梦想的实现提供软实力。（韩世永

建设，为年度经营目标的达成提供精神动力及智力支持。

公司常务副总经理金仁勇在企业文化核