

实业精神回归:互联网手机的泡沫或将破灭

■ 欧爽王

手机市场势能转换 是实业精神与资本主导的比拼

在小米手机市场份额大幅下滑,估值暴跌之后,乐视的资金危算是捅穿了互联网手机泡沫的最后一层窗户纸。来自 TrendForce 第三季度中国智能手机市场数据显示,OPPO、vivo、华为为分列国内智能手机市场份额的前三甲,三家市场份额达 49.9%,几乎占据半壁江山。而去年同期排名首位的小米,滑落至第四位,市场份额仅为 8.7%,同比下降幅度达 42.3%。

从全球市场第三季度来看,华为不仅扛起了国产手机的大旗,进入全球市场前三名,mate9 保时捷版的热销也让开始在高端市场有所突破。与之相比,小米同样跌出全球市场前六名。

在小米手机市场后劲乏力,并力图通过多元化来弥补增长困局之际,更会做 PPT 和营销的乐视一度被误认为是小米的加强版。不过现实总是残酷打脸,从一开始就要玩生态,烧钱烧的外人看不懂的乐视,在喊出要卖 1 亿部生态手机的口号后,就因为多元化战线拉得太长扯了蛋。在酷派创始人及产品灵魂人物郭德英离开后,乐视入主的酷派今年交出了 30 亿元亏损的惨淡成绩单。

华为、OPPO、vivo 等老牌的强势崛起,与小米、360、锤子、乐视这些互联网手机品牌集体失意之间的鲜明对比,不仅是手机市场简单的势能转换,更是一场实业精神与资本主导入口布局的鲜活成绩单。

互联网手机 被山寨机留下的“春药”迷惑

互联网手机品牌最近几年的逆袭,一方面得益于手机产业链条高度 IT 化后的低门槛,另一方面就是曾经规模庞大而零碎的中低端山寨机市场,提供了足够的市场整合空间。

山寨机市场的巅峰时期,曾一度让三星等一线正规军谈之色变,数千个大小不一的山寨手机厂家,全球年销量达到 2.28 亿台,年增长率达到 43.6%。号称山寨机之王的天语手机市场份额占比一度超过 6%。

与目前众多互联网手机品牌擅长内斗不擅外战不同,山寨机的黄金时间海外市场战绩同样显赫。其中深圳基伍通讯 2010 年销量位居全球手机销量第 9 位,超过中兴、华为等众多国产手机,在印度的销量仅次于老大诺基亚,在肯尼亚,中国山寨手机占据了当地手机市场的半壁江山。2011 年山寨机的销量达到创纪录的 2.55 亿台。

手机市场在从功能机向智能手机消费升级

依靠线上营销、电商渠道的病毒式裂变模式,在智能手机市场增长红利逐渐消逝后,立刻失去了养分,手机市场的竞争焦点将重新回归产品本身。小米类互联网手机暴发式成长的土壤已经难以再现,华为手机的崛起证明实业精神才拥有打磨产品的战略定力。



级的过程中,Symbian,Windows Mobile, Linux 以及 Palm 四大阵营相对封闭,界面体验风格迥异的独立发展,一直没有形成牵引市场的热潮,这也给苹果 iPhone 的蹿红留足了时间窗口。完全开源的 Android 系统,又一次将智能手机的门槛拉到了新低。

与魅族这些从消费数码转型,继续在手机硬件上做文章的 IT 企业相比,做过传统软件又通过米聊小试身手的雷布斯显然更能看懂智能手机消费升级的庞大市场潜力和移动互联网终端入口的双重利好。

不以短期盈利为目的,更懂线上渠道,更懂用户心理,没有太多营销费用被迫专注于事件炒作,更彻底地学习苹果的套路,以网上预订的名义拉长账期,超低库存运营。一个互联网思维下的手机品牌,玩出了足够多的花样,自然成为了市场的焦点。

对于还停留在工业品思维的众多手机行业老兵来说,都是同一批元器件,都是同样的主板,也是同样的代工厂,这么多年沉淀的供应链体系也比小米完善很多,手机品质和性价比不比小米低,可是短时间内就成为了市场的弃儿。很多山寨机品牌还没有来得及看清楚小米的模式就已经纷纷倒下了。

既要市场份额也要移动互联网的硬件入口,中低端无疑是最肥沃也是门槛最低的市场。在传统的机海战术里,小米为这些买不起高品质智能手机的年轻人提供一个“正确”的选择,一个贴有潮流标签的文化附加值内涵,迎合了年轻人没有钱还希望有点追求和品味的心理。

数千个山寨手机企业各自为阵,只懂做产品,仍在高度依赖传统渠道追求高毛利,市场特征极为碎片化,几乎没有城池可言。小米站在新媒体红利、文化变革红利和电商渠道红利的风口上,轻松完成了对山寨手机市场的接管,也塑造出了中国手机市场的另一个“现象级”的增长。

IDC 数据表明,小米在 2015 年巅峰时期,市场份额高达 15%,全年销售智能手机 6750 万台,蝉联国内手机市场第一位,全球智能手机销量排名第六位。这一表现超过了曾经叱咤中低端山寨机之王天语和海外市场宠儿基伍。

小米对山寨机市场的接管,直接的连锁反应就是山寨手机企业和代工厂的倒闭潮,传统多级分销渠道的萎缩变革。曾经的山寨手机之都华强北,早已不复当年的繁华,落魄萧条了很多。

然而这种依靠线上营销、电商渠道的病毒式裂变模式,在智能手机市场增长红利逐渐消逝后,立刻失去了养分,疲惫尽显。除了小米外,阿里、360、京东、百度、乐视这些互联网企业都尝试过做手机,甚至包括罗永浩这样的门外汉也推出了“相声手机”,却难以再出现第二个小米。一方面雷布斯做手机最认真,对细节更为苛求,小米抢得了先发优势。另一方面,所有互联网企业并不擅长做硬件产品,大家都在做营销,做个性化,做渠道和体验上的差异化,可谓定位相同、目标人群相同,套路雷同。在互联网渠道裂变式的增长模式下,小米先入为主的第一选择地位的确定,让后进者很难再有较大的市场机会。

山寨机被革命后留下的市场空白,是互联网手机品牌的一场盛宴,也几乎是最后的午餐。增长红利消退后,热热闹闹的都会出局,手机市场的竞争焦点将重新回归产品本身。产品功能与应用场景的创新决定着下一个市场红利的起点。一大批互联网企业在资本驱动下,通过商业模式变革来寻求短期套利的投机式发展,注定了耐不住这份打磨产品的寂寞。互联网手机品牌在接下来的出局潮,必将刺破这场资本盛宴的泡沫。

华为手机杀出重围 实业精神甘与寂寞为伍

在联想、TCL、酷派、中兴、华为、金立这些传统手机正规军面对互联网手机品牌和外资品牌凌厉的夹击攻势下蹒跚前行时,几乎没有人会料到最擅长做消费品市场的华为能杀出重围,重新扛起国产手机品牌的大旗,并在高端手机市场开始对三星和苹果形成竞争力。

看到华为手机现在如日中天的表现,又有几人还记得 2008 年以前手机业务曾被华为内部视为包袱,准备整体出售而又因经济危机未果。“既然卖不出去,就沉下心来把它干好。”任正非给终端业务定了调子后,华为的狼性文化里不缺纳投名状的干将,更不缺执行力。

三年前看着余承东学习魅族黄章和小米凌晨一点多在微博上与网友互动,通过微博向自己的团队开炮,开始发表激进的观点搏眼球,满满的都是后来者亦步亦趋的样子,这些动作并没多大改善外界对华为不会做消费者品牌的印象。外人看不到的是华为在终端研发上的持续高投入,坚持做自己的芯片,强调对底层核心技术的把控,对塑造产品核心差异化竞争力的战略框架构建。华为在研发领域的投入几乎为国产手机品牌之和。

手机产业链已经没有任何秘密可言,红利期过后的饱和竞争,焦点重新回归到了产品。好的产品一定是偏执者的游戏。在这个不缺钱、不缺流量、不缺牛人、不缺概念的扁平时代,投机者们总在寻找下一个风口,实业精神才拥有打磨产品的战略定力。

手机也对传统社会形态产生了强烈的冲击

手机和超级应用的组合,有着明显的双向

剑特征。仅就国内而言,在一个由 13 亿智能手机用户和 10.5 亿移动互联网用户构成的线上虚拟社会里,手机作为个体与线上虚拟社会唯一的连接器,一方面提升了信息获取与信息服务的效率,另一方面也明显削弱了个体与现实社会、生活场景的联系,对传统社会形态产生了较强烈的冲击。

由手机垄断的单一入口所带来的负面效应正随着移动互联网生态的膨胀被几何式放大。信息过载下的个体被各种线上社群分类禁锢,被大数据圈养,开始喜欢被贴标签,面对兴趣内容的填塞普遍进入了贪恋痴狂状态。公交车上、地铁上,步行途中,开车途中、饭桌上……手机入口链接的兴趣化商业生态,无时无刻的在争夺用户所有的碎片化时间。

对于人性的盲目迎合,加剧了群体的趋同性,以及性格与思维的割裂。信息不对称空间的大幅压缩,让人际沟通快速贬值,对于自我存在感的焦虑超过以往任何一个时期。楼越盖越高的都市丛林里,人口在加速集中,而人们彼此之间被信息流隔离与填塞后的陌生与孤独却在不断加深。

技术变革的目标在于对人性的延伸,而场景聚合、信息过载所催生的群体性焦虑达到临界点后必然将迎来强烈的反弹。未来接入互联网生态的随身智能终端入口从单级走向多级,由多场景聚合向独立场景渗透的趋势不可逆转。

与智能家居类似,智能汽车同样正在成为下一个重要的场景入口。智能网联汽车集合了车载传感器、控制器、执行器等装置,并融合 5G 通信与网络技术,实现车与人、车、路、后台等智能信息交换共享,具备复杂的环境感知、智能决策、协同控制和执行等功能,并能实现无人驾驶。与手机相比,智能汽车带来的将是另一种出行与生活方式的变革。

赤峰石材城五大核心价值成就财富典范

■ 高彦庆

赤峰石材城是一家集建材批发、石材加工生产、工艺雕塑、工程设计、装饰施工、销售贸易、投资管理、地产业务为一体的多元化综合性企业,是赤峰市红山区政府批准立项的桥北物流园区的八大重点项目之一。石材城主要有石材仓储和批发销售两大功能区。项目建成后大大促进了赤峰乃至整个北方地区的建材产业的生产加工、仓储和配送,成为北方地区规模最大的建材石材交易集散地。

位于核心区域,地理位置优越。该项目在赤峰市桥北物流园区核心位置,位于赤承高速公路北,赤通高速、赤大高速、赤朝高速、赤城高速及国道干道均交叉在此,直通赤峰十二个旗县区及锡盟、通辽、承德、朝阳。东面是规划待建的汽车产业园区及配套商业区。南面紧邻高速路口,云计算产业园区、汽修汽配城、金融物流港、蒙东绒毛城、契丹城、宝峰禅寺。西面是建设中的松山物流园区、农副产品



赤峰市委领导、红山区政府领导、红山物流园区管委会领导在公司董事长赵国栋陪同下,来到赤峰国际石材城项目建设工地实地调研、考察。

批发区、农机产品集聚区、西山信息科技区、松山五金机电城。北面是建设中的赤峰钢材城、赤峰石材城、赤峰商贸物流城。

产业集群优势互补,政策有力保障,行业群策群力。项目立足赤峰,以赤峰为核心,辐

射赤峰 12 个旗县区,带动边缘经济,现在已经形成以赤峰建材批发、家居建材城为核心的大消费圈、大经济链,在服务城市消费人群的同时,拉动周边经济快速发展,带动相关经济和市场联动发展,形成特色各异、优势互补

的产业集群,提升整体竞争力,与周边产业共生共荣,促进经济群大发展。

环保环评,赤峰首家。项目总建筑面积 21 万平方米,总投资 8 亿元,是首个通过环保环评石材类产业市场,建设成功后将成为蒙东地区规模最大、业态最丰富、产品最全、价格最实惠、采购成本最低的品牌石材、家具建材一站式购物地,是蒙东地区一级石材、家具建材批发总站和品牌汇集地。

产业布局合理。科学规划布局合理,努力打造星级服务型市场。各功能区道路交通网络便捷、顺畅。办公、居住、适合现代化商业经营模式。总绿化面积达 35.55%,容积率 0.65。10kv 高压电源供电,满足加工厂区大负荷用电,同时给排水、换热站、节能环保设施齐全。

超大仓储空间便捷的物流体系。运输便捷,市场运营潜力无限。市场拥有超大的仓储空间,超大的体系构架。可以容纳各种大件特种货物及零担货物的存储货物及运输配送。市场道路开阔,交通顺畅。

羚锐制药 组织部署 冬季安全生产工作

■ 汤兴

日前,河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部就做好冬季安全生产工作作出部署,要求事业部各部门、生产车间针对冬季安全生产工作雨雪天气增多、极易发生各类事故的特点,坚守“安全红线”,切实做好冬季安全生产工作。

一是做好冬季“四防”工作。按规定为员工配备冬季劳动防护用品,配齐各种安全防护设施尤其是动力维修人员登高作业安全防护装置,落实防滑、防冻、防摔、防高空坠落,杜绝人员冻伤、摔伤及高空坠落事故的发生;冬季取暖要制订防火制度和措施,配备必要的消防器材;各部门、生产车间和现场要制订防火预案,并进行演练。

二是做好安全用电管理和易燃物的清理工作。生产车间和现场,所有用电场所必须安装漏电保护器,实行“一机一闸一保护”,保障办公场所和员工宿舍用电安全,禁止电炉取暖和私拉乱接电线。各部门、生产车间要对车间、库房、员工单身宿舍等重点部位的消防设施和电力线路进行逐一检查,清除厂区附近杂草、树枝等易燃物。

三是加强交通安全管理。对驾驶员进行冬季安全行车教育,针对大雾、雨雪、冰冻恶劣天气,坚决杜绝超车和人员超载;司机出车前要对车辆进行全面检查,采取防滑措施,谨慎慢行。

四是切实做到生产安全责任落实到位。做好员工冬季各项安全生产措施的教育培训工作,重点是生产操作现场和交通、消防知识培训,使员工掌握冬季安全生产的相关知识和技能,特别是在危险源的场所、部位、岗位和人员,特别是外来人员,要强化监控、监督,层层分解责任,签订安全生产责任协议或承诺书,把责任落实到人。

五是全面细致地开展自检自查。各部门和生产车间要结合自身安全生产实际,对生产现场和经营场所场所进行全面细致的安全生产和设备管理自检自查活动,夯实安全生产基础工作。

湖北省第五届技能状元大赛暨第二届技工院校技能大赛举行

■ 特约记者 田伯韬 通讯员 任丹丹 邹蕾

12月5日上午,2016年中国技能大赛湖北省第五届技能状元大赛暨第二届技工院校技能大赛襄阳赛区启动仪式在襄阳技师学院隆重举行。湖北省人力资源和社会保障厅副厅长、党组成员张建平出席并宣布大赛开幕。启动仪式由湖北省职业技能鉴定指导中心主任徐淳主持。省人社厅职业能力建设处处长周春华、襄阳市人民政府副秘书长张辉,市人社局、襄阳技师学院、市职业技能鉴定指导中心、武汉华中数控股份有限公司负责同志,以及各参赛队代表、襄阳技师学院师生代表近 500 人参加了仪式。

这次大赛由省人社厅、省总工会、省妇联、团省委联合主办,襄阳市人社局、襄阳技师学院、武汉华中数控股份有限公司承办。整个大赛设置 20 多个比赛项目,分设襄阳、武汉等 7 个赛区,将有 1500 余名选手参赛。襄阳赛区设置了数控车工、数控铣工、工业机器人、3D 打印、机电一体化、电气安装及维修等 6 个比赛项目,共有 51 支代表队,439 名选



大赛中的工业机器人项目

手、教练、领队和裁判参加(其中参赛选手 205 名),参赛队中除技工院校外,还包括 13 所高

职业院校和 7 家企业。

启动仪式后,为期四天的比赛正式开始。获得比赛前三名的职工组和学生组选手,将授予“湖北省技术能手”荣誉称号;符合国家职业标准的比赛项目,直接晋升技师职业资格(已具有技师职业资格的,晋升高级技师职业资格),对学生组选手最高晋升到技师职业资格。

获得比赛 4-8 名的职工组和学生组选手,符合国家职业标准的比赛项目,直接晋升高级工职业资格(已具有高级工职业资格的,晋升技师职业资格);对学生组选手最高晋升到高级工职业资格。

对获得比赛第一名的职工组选手,报请省总工会后,按相关规定和程序授予“湖北五一劳动奖章”荣誉称号。对获得比赛第 1-10 名的职工组选手,符合团省委“湖北省杰出青年岗位能手(限比赛前 3 名的选手)”、“湖北省青年岗位能手”、省妇联“湖北省巾帼建功标兵”条件的,按规定授予相关荣誉称号。