



通讯数码周刊

Digital Weekly

总第363期 今日4版 每周三出版
新闻热线 8610-84285566-3174
主编 李卉

B1-B4

2013.3.6

B2 搜狐开通手机投诉平台

近日,央视“3·15晚会”宣布联合搜狐新闻客户端开通央视“3·15晚会”官方手机投诉平台。从3月1日起,用户可通过搜狐新闻客户端随时随地进行爆料投诉,维护自己的合法权益。

B2 工信部提“2013年宽带中国”目标

上周,工业和信息化部(以下简称“工信部”)在“宽带中国2013”专项会议中透露,2012年我国光纤入户(FTTH)覆盖家庭已达到9400万。同时,工信部提出2013年新增FTTH覆盖户数超3500万的目标。

B3 联想剑指智能机头把交椅

继成为国内第二大智能手机厂商后,联想手机在海外市场也寻得重大突破。近日,据IDC发布的去年四季度全球智能手机市场报告显示,联想以940万部的销量,跻身为全球第五大智能手机厂商。

茶座

手机与平板的跨界

吴辰光

是大尺寸手机?还是小尺寸平板电脑?如今的智能产品正掀起一股跨界风。

当三星推出Galaxy Note系列产品时还曾遭到质疑,但现在看来已成为此市场的先驱。在刚刚结束的西班牙通信展上,多家厂商均推出了跨界智能产品。

随着手机日渐走向大型化的趋势,而平板电脑为了便于携带则逐渐推行小尺寸,导致手机与平板的界线正在缩小,过去智能型手机落在3.5-4英寸左右,平板电脑的主流尺寸则约为10英寸,但这种情况已成为过去式。

就连此前一直坚持3.5英寸体验最佳的苹果也加入到了扩屏的队伍中,推出搭载4英寸屏幕的iPhone 5手机。但这与当时安卓阵营里动辄4.5英寸以上的屏幕对比起来完全是小巫见大巫。现在,5英寸、6英寸的智能手机已经开始横行。

调研机构Strategy Analytics更是大胆预言:2013年将是Phablet(平板手机)元年。平板计算机的崛起浪潮,已加速3C产品如手机、PC、电子书等厂商的跨界竞争。也许有一天,手机、相机、平板电脑、笔记本电脑、智能家电都将打破平台相隔,融为一体。

搜狐微博观点

网民 Andoville <http://andoville.t.sohu.com>: 平板手机(Phablet)由Phone(电话)加上Tablet(平板电脑)两个英文词语组成,是一种大小在大型智能手机和小型平板电脑之间的跨界移动电子设备。



PC业务快速萎缩 手机盈利成难题

台企押宝智能手机为时已晚

作为PC领域的难兄难弟,宏碁、华硕不得不将战略重点重新放在智能手机业务上。近日,这两家台系企业纷纷亮相西班牙通信展。不过,在智能手机全球普及的今天,宏碁、华硕要想翻身似乎为时已晚。



PC业务严重萎缩

日前,IDC公布的2012年四季度全球笔记本电脑市场调查显示,华硕以11.5%的市占率,首次挤掉宿敌宏碁成功跻身全球笔记本销量三甲。

由于宏碁押宝Windows 8换机潮,在去年就开始调降旧机库存,但由于Windows 8普及速度不如预期,再加上触控面板吃紧,影响了宏碁笔记本的出货量。最新数据显示,宏碁今年1月营收下降到263.4亿元新台币,不仅落后华硕,较去年同期也下降15%。

对此,宏碁董事长王振堂表示,一季度受到淡季效应影响,因此出货估减10%-15%,营收约有同样的降幅,也因此一季度营收表现弱势,预期今年2月会再较1月下滑,3月可望明显回温。

不过,王振堂的表态似乎远没现实那么轻松。宏碁已经连续12个月营收下滑,仅去年11月就同比大幅下降了31.88%。而华硕的日子也不太好过,该公司去年全年营收起伏较大,忽涨忽落。其笔记本电脑产品型号杂而多,难以俘获大众市场。

前不久,两家公司还不约而同地宣布不再生产上网本,恰恰作为最早一批提出上网本概念的厂商,宏碁和华硕也不得不承认“上网本已死”的说法。

据Gartner的数据显示,去年四季度全球智能手机销量同比增长38.3%至2.077亿部,而同期个人电脑发货量仅9040万部,同比下滑4.9%。

智能手机难成气候

面对PC发展颓势,宏碁和华硕不得不将重点重新定在智能手机领域。不过,在错过了最佳转型时期后,要想后发制人其难度可想而知。

数据显示,由于未能推出有竞争力的产品,以及在运营商和渠道合作方面策略失败,宏碁、华硕去年智能手机销量均未达到100万部,全球智能手机份额几乎可以忽略不计。反观宏碁、华硕的老对手联想,已经完成智能手机布局,其2012年智能手机出货量超过2000万部,成为全球前十大智能手机厂商,并已开始盈利。

对此,宏碁智能手机业务总裁刘思泰一改此前态度,表示公司可能要用三年才能实现收支平衡。同时,计划将今年的智能手机销量翻番至150万部,明年在此基础上再翻一番。而去年9月他曾预计宏碁手机业务有望在今年盈利。

华硕CFO张伟明则预计,智能手机业务将于今年下半年实现盈亏平衡,预计2013年销售约100万部智能手机。

有分析师称,要想在智能手机市场做大,个人电脑生产商仍有很长的路要走。凯基证券分析师认为,宏碁和华硕的智能手机销量将不会有太大增长,对销售额的贡献将非常有限。同时,以华为、中兴、酷派、联想为代表的国内厂商在完成智能手机技术和产品积累后,已开始大规模“出海”,留给宏碁、华硕等的空间和时间机遇已经越来越少。

管理短板制约发展

一直以来,宏碁、华硕等台系企业倡导国际化品牌路线,然而业绩的持续下滑也让他们管理模式的短板开始凸显。

多品牌战略曾经是王振堂引以为傲的业绩之一,但现在显然已经成了负担,据此前宏碁公告透露,宏碁无形资产将减计35亿元新台币,eMachines品牌将停止运营。

除了Acer外,宏碁还持有多个品牌,Gateway、Packard Bell和

eMachines扮演的都是低端产品角色,并没有实质意义上的不同,Acer品牌扮演的角色和它们也并未拉开距离。而eMachines品牌停止运营并不意味着宏碁品牌战略的明晰。

不仅是PC领域,宏碁前任CEO兰奇在离职后曾多次抱怨过宏碁在移动终端领域动作过于缓慢。据悉,2008年宏碁就以60亿新台币并购了倚天手机,数年时间过去,曾经略有声势的倚天手机早已不见,宏碁手机仍处于试水阶段。宏碁内部人士透露,在押宝上网本初尝甜头却最终失利后,宏碁内部对手机和平板等新业务的发展意见一直不统一。

台湾科技专业人士指出,品牌忠诚度不高;面对产业调整动作缓慢;不重视危机公关;轻视竞争对手成为宏碁甚至大部分台系企业的通病。尽管宏碁等貌似早已走上了国际化之路,但是本质上仍都无法放弃台湾化的管理方式。台系企业高层往往无法准确把握关于自身企业在台湾市场之外的真实情况,大部分台系企业高层往往对于自身企业的品牌影响力过于乐观。

北京商报记者 吴辰光

记者观察

台系企业老本还能吃多久

曾几何时,在笔记本电脑高速发展时代,以宏碁、华硕为代表的台系企业产品在市场上颇受欢迎。然而随着智能时代的到来,PC市场急剧萎缩,前五名厂商中,似乎除了联想,其余都无法摆脱颓势,台系企业尤为如此。

在科贸电子城三层,一家综合型经销商负责人熊先生告诉记者:“曾经凭借低价、轻薄的特点,台系笔记本尤其是上网本风靡了一两年。但在整体PC萎靡的时候,台系产品毕竟在品牌和功能上无法和惠普、戴尔比拟。而手机方面,只在功能机时代偶尔能见到华硕的产品,现在根本瞧不见这两家产品的影子。”

“品牌价值的不足让台系产品无法保持忠诚度,现在的宏碁和华硕就是在吃老本。”某电子卖场相关负责人向记者说道,“短时间内笔记本仍然可以作为电子卖场的销售主力,但在品牌的吸引力方面,宏碁和华硕已远远落后于联想。”

先不说宏碁和华硕属于智能手机领域的后来者,常年征战这块战场的另一家台系企业HTC也是江河日下。据Gartner日前发布的全球手机销量十强排行榜中,HTC已掉出了前十名。同属于台系企业,相仿的管理模式,HTC似乎恰恰是在告诉宏碁、华硕:这个领域不是那么简单的。

随着智能市场越发成熟、PC加速萎缩,反应迟缓的宏碁和华硕还有多少老本可吃?

北京商报记者 吴辰光