



HTC的手机之殇

HTC的收缩战略又进一步,日前,HTC官方宣布“暂时关闭HTC手机京东旗舰店和天猫旗舰店”,距离退出内地手机市场仅一步之遥。作为曾经的一代机皇,HTC全球手机市场份额曾一度超越苹果,掌门人王雪红曾宣称,“若未来手机厂商只剩下两家,HTC一定是其中之一”。但现实如此残酷,技术研发和销售渠道的短板,使HTC不断被竞争对手超越。没有手机业务的支撑,HTC只能靠着VR产品孤注一掷。

关闭旗舰店

HTC在官方微博上发文宣布:出于对HTC中国长期经营策略的考量,我们将暂时关闭HTC手机京东旗舰店和天猫旗舰店。”HTC强调此次下架是HTC在进行电商渠道的运营调整,用户依旧可以到HTC官网及线下实体店购买和售后服务。

北京商报记者在京东商城上看到,HTC手机旗舰店已经不见踪影,官方店铺只剩下HTC(VIVE)京东自营旗舰店,销售VR一体机等虚拟现实产品,第三方店铺仍有HTC手机出售;在天猫商城,HTC已经没有任何官方店铺。同时HTC中国官网的手机产品页面也均显示“无货”状态。

HTC对手机业务的调整其实早有端倪。去年底,HTC天猫官方旗舰店清空了所有商品,仅剩一件USB数据线,疑似将停止运营。虽然在HTC官方旗舰店的首页,仍然挂着HTC U12+、HTC U11、HTC U11+、Vive Focus VR一体机等产品,但点击链接后显示全部下架。而HTC手机京东自营官方旗舰店当时仅有两款手机在售,分别是HTC U11和HTC U11+。

当时,HTC有关负责人回应称:是店铺运营的调整和渠道整合,手机还会继续销售,明年也会有新机。”

今年2月,HTC官方在其社区发布公告,称将于2月14日取消官方论坛售后服务模块。社区公告显示:经HTC相关部门研究讨论,将于2019年2月14日起关闭讨论区下的售后服务板块,若有相关售后问题,请联系在线客服人员或者致电客服专线电话。”

对于京东和天猫手机旗舰店的关

闭原因,北京商报记者联系到HTC公关部相关负责人,该负责人只表示以官方声明为准,并未做出更多解释。

尽管HTC从未承认过要退出内地手机市场,但从最近半年的收缩速度来看,退出内地手机市场似乎已经是板上钉钉的事。

在从线上撤离之前,HTC还曾在今年3月提早撤离了印度市场。当时据Brand Equity报道,HTC已经与多家印度小型智能手机厂商洽谈品牌许可事宜,其中包括Micromax、Lava和Karbonn。如果谈判成功,这份品牌许可协议将能给HTC补充一项可观的收入。

节节败退

HTC手机业务在内地市场的一步退,其实正是该品牌这几个年的一个缩影。据调研机构IDC发布的数据,在全球智能手机市场排名中,HTC的市场份额已不足1%;在天猫、京东等电商平台上,HTC的手机月销量只有两位数。

反映在财报上,从2016-2018财年,HTC全年营收分别为781.6亿新台币、621.1亿新台币、237亿新台币。HTC这三年内,每一年的营收降幅都超过了20%。2019年1月,HTC营收10.1亿新台币(约合2.22亿元人民币),环比减少25.63%,同比减少70.46%,创下了2002年3月上市挂牌以来新低。

作为曾经的“安卓机皇”,HTC市值在辉煌期曾超过9000亿新台币,销量也

曾占据近1/4的美国智能手机市场,且HTC是全球第一家推出智能手机的企业,2002年10月,该公司推出了第一款Windows Mobile手机Orange SPV。由于进入智能手机市场比较早,把握住了市场先机,HTC早先在全球市场取得了不错的成绩,一度成为可以与苹果相抗衡的公司之一。在2010年和2011年,也就是小米刚刚准备进入手机市场之时,HTC已经是巅峰时期。

但如今HTC早已没有了昔日的光彩。从one X开始HTC就走上了下坡路,包括M7、M8在内,该公司在市场上几乎完全落败。

第一手机界研究院院长孙燕飏表示,HTC的手机业务目前基本上坍塌了,尽管在印度和东南亚还有一些销售,但这些手机有相当一部分已开始委外代工生产,HTC手机业务基本上可谓“强弩之末”,发展无力。

在业内人士看来,HTC在技术实力和营销渠道上本身就存在短板。产业观察家洪仕斌指出,在技术研发实力上,HTC的出身就是一个短板,该公司以手机代工起家,缺少苹果和三星等手机企业的技术积累,苹果在软件系统技术方面的实力毋庸置疑,而三星则拥有全产业链优势。

在营销渠道上,消费电子产业观察家梁振鹏认为,HTC只重视一二级市场,却忽略了三四级市场的布局,丢失了大量的市场空间。

为挽回颓势,HTC确实做了一些补救措施。HTC曾于2012年实行“薄利多销”政策,但与此同时,国内华为、中兴和酷派等手机品牌也逐渐打开市场,诺基亚、三星等企业也开始试水中低端产品,HTC的降价战略无果而终。2017年9月,HTC与谷歌共同宣布签订11亿美元合作协议,HTC将参与打造Pixel手机的HTC团队出售给了谷歌。

押宝VR

在手机业务遭遇滑铁卢后,HTC不断谋求转型,几年前火热的虚拟现实成了该公司手里的救命稻草。从HTC目前的布局来看,京东商城仅留下VIVE旗舰店就说明了这一点。在今年初的国际消费电子展CES 2019上,HTC也没有向公众展示最新的手机产品,而是发布了最新的VR设备。

2015年12月,HTC推出HTC Vive,这款产品是HTC与Valve联合推出的首款虚拟现实头戴设备;之后,HTC又将其VR业务分拆为独立公司;2017年3月,售卖上海工厂获得的6.3亿元也投入到了VR领域。

可喜的是,从销量上来看,HTC Vive在VR领域奠定了一席之地,公开数据显示,2018年一季度,中国VR市场同比增长200%,其中VR一体机一季度出货量达9.4万台,占国内总体市场的51%,而HTC以33%的市场份额独占鳌头。

然而,前途无量的VR市场却还有很多问题亟待解决。洪仕斌指出,VR的内容和资源取决于其市场规模,没有足够数量的用户群,开发者就无法从中获得收益,也不会有热情去产生更多的优质内容;因为VR概念变得火热,资本开始大量涌入,但是多数都是投入到了硬件制造方面,国内生产和计划制造VR设备的企业已经很多,并且还会继续增加,但好的内容提供者却寥寥无几。

“因此,HTC未必能依靠VR扭转在电子消费市场中的不利地位,转型过程中还会面临种种困难。”洪仕斌坦言,VR是持续烧钱的行业,但目前也是水中花镜中月,对于HTC来说更是承担不起。

不过,也有分析人士认为,尽管目前阶段的VR设备还不能完全满足用户的需求,不过随着5G技术的发展,5G网络的低时延特性或许能够让VR产业真正迎来一场爆发。“再结合智能家居和物联网,HTC或许能凭借自己在VR领域的技术优势,重新在消费电子市场开辟一片天地。”北京商报记者 石飞月

图片来源:HTC中国官网