

华为逆境中觅曙光

漩涡中心的华为发布了备受关注的新一季度财报。从整体来看,华为营收稳定增长,此前预测中最受禁令影响的消费者业务也表现优异。如今,美国的禁令仍是“半解除”,华为还没有摆脱危机,但正如华为创始人任正非此前预测的,这两年是华为最艰难的时期,熬过去便是晴天。

稳定增长

7月30日下午,华为在深圳总部公布了上半年的业绩。2019年上半年,华为实现销售收入4013亿元人民币,同比增长23.2%,净利润率8.7%。不过,华为没有公布净利润的具体数据。

华为各大业务中,运营商业务收入为1465亿元,占整体收入的36.5%;企业业务收入为316亿元,占总体收入的7.9%;消费者业务收入为2208亿元,占整体的55%,已然成为华为第一大业务;其他业务收入为23亿元。

在ICT基础设施领域,生产发货情况总体平稳,除了智能计算业务受到影响,无线网络、光传输、数据通信、IT等生产发货量都在增长。尤其是在5G领域,华为已经获得了50个商用合同,并发货超过15万个基站,5G商用全球领先。

消费者业务方面,2019年上半年,华为智能手机发货量(含荣耀)达到1.18亿台,同比增长24%,平板电脑销量同比增长10%,PC增长3倍,可穿戴设备增长2倍。

在全场景智慧生态能力建设上,华为已初具规模,如华为终端云服务生态,全球注册开发者已经超过80万,汇聚了全球5亿用户;iLink生态已经有超过260个品牌入驻,拥有超过3000万的用户和超过1.4亿台IoT设备。

华为董事长梁华表示,今年5月美国将华为加入“实体清单”,给公司的经营带来了一些干扰,但对主力产品没有影响,属于可控的,客户还是信任华为。华为没有一天停止生产,也没有一天停止对客户发货;我们也要客观地看到,5月之前,华为收入增长较快;“实体清单”之后,因为存在市场惯性,也取得了增长。”

坎坷76天

这是华为在5月16日被美国加入“实体清单”后发布的第一份财报,在这76天内,华为经历了来自不同供应链、企业甚至学术协会的抛弃,包括谷歌、ARM、微软和伟创力等,但也收获了来

自友好合作伙伴和消费者的支持。

从财报整体来看,华为仍保持稳定增长,但国内和海外的数据对比也可以反映出这段时间华为所受到的影响。根据市场调研机构Canalys发布的数据,在华为二季度全球智能机出货量中,64%来自中国,创下自2013年二季度以来的最高比重。Kantar的最新市场分析显示,华为二季度在欧洲的增长已经放缓,该公司在法国、德国、英国、意大利、西班牙市场的智能手机销量下滑幅度比2019年一季度增长1.9%,从5月到6月增长9%。

2018年,华为共出产了2.06亿部智能手机,近半销往海外市场。其中,欧洲是华为手机的第二大市场,仅次于中国本土市场。根据美国市场研究公司IDC年初的报告,华为手机在欧洲占据了29%的市场份额。

6月,任正非接受采访时谈到,华为手机2019年在海外的销量有可能减少40%-60%。好在2019年上半年业绩报告会上,梁华表示,目前华为手机受影响的程度,已经恢复到禁令前80%的水平。

欧洲市场销量受到影响,最根本的原因出在谷歌的安卓生态上。对于可能无法使用安卓系统的担忧,梁华直言:“新的手机能不能用,不取决于我们,而取决于美国让不让安卓给我们用”。不过,据外媒报道,谷歌公司已经向美国商务部申请“恢复与华为业务往来”的许可证,以寻求继续与华为开展合作。

梁华还在发布会上回应了关于“鸿蒙系统”的质疑。他表示,鸿蒙系统一开始就是针对IoT物联网做的操作系统,未来会在产品中使用,不是噱头,也不是应对谈判的策略。短期内,如果谷歌允许华为使用安卓系统,华为手机还是会使用安卓,鸿蒙是为长期发展做准备。

未雨绸缪

“华为在特殊时期依然能稳定增长,离不开该公司的未雨绸缪。”产业观察家洪仕斌说。任正

非此前曾透露,在和平时期,华为从来都是“1+1”政策,即一半买美国公司的芯片,一半用自己的芯片。

北京商报记者从各大社交平台注意到,很多国内消费者都表达了对华为的支持,包括口头支持和实际购买支持。这一点从华为二季度国内智能手机市场份额上就可以看出。

7月9日,美国商务部已经宣布向美国企业发放许可,允许它们继续向华为出售零部件,但所谓的“解禁”并不彻底,因为华为依然在美国的黑名单上,也就是说,华为的危机还未真正解除。

今年初,华为预计全年能够实现销售计划1350亿美元,后来任正非将目标下降300亿美元至1000亿美元左右,在采访中他表示这是一种极端的估计;“可能由于我们的努力,会缩小(收入)下滑的比例”。他认为,“补洞”和切换版本对华为今年的经营业绩会有一定影响,预计到2021年公司会恢复增长。

梁华也坦言,华为面临的困难依然很大,华为需要投入非常大的人力物力进行版本切换、供应连续性管理、保障对全球客户的交付等,这些都可能对华为未来的经营业绩造成影响。“正如那架‘烂飞机’,我们还需要继续‘补洞’,运营商业务基本上‘补’得差不多了,现在重点在消费者业务‘补洞’,我们仍然要‘求生存’而奋斗。”

“外部环境的困难,可能会暂时影响我们前进的节奏,但不会改变前进的方向,华为还是坚持战略方向不改变,我们一定会活下来,首先保证公司生存,同时坚持对未来的投资,计划今年研发投入1200亿元。相信在克服短期困难和挑战以后,华为会进入一个新的发展时期。”

通信专家马继华认为,华为今年的业绩肯定要受一些影响,但从华为现在的状态能看出,整个公司的基本面并没有发生变化,所以对其下一步的发展仍然是充满信心的。另外,华为有专利等技术上丰富的积累,即便消费者业务受到影响,也有别的收入可以弥补。”

北京商报记者 石飞月/文 宋媛媛/制表



智能手机出货量连续9个季度下滑

北京商报讯(记者 石飞月)7月30日,市场调研机构Canalys发布的2019年二季度中国内地智能机市场统计报告显示,当季中国智能机出货量为9760万部,较上年同期的1.036亿部下降6%,连续第9个季度下滑。

报告指出,中国消费者的智能机使用时间变长,升级频率降低。今年上半年,影响消费者升级手机的一个重要因素就是5G网络和设备的即将推出,对于新一代网络的期待促使消费者推迟购买中高端LTE设备。

如今,主流品牌的5G手机纷纷加快上市节奏,7月26日,华为首款国行5G手机Mate20 X 5G正式亮相,已经开启预售,8月16日正式上市;此前三天,中兴通讯抢先开启旗下首款5G手机天机Axeon10 Pro 5G版的预约,8月5日正式上市;vivo和OPPO的5G手机也会在今年三季度上市。而三星更是在今年2月就发布了首款5G手机——三星Galaxy S10 5G版本。

根据中国信通院最新发布的国内手机产品通信特性与技术能力监测报告,2019年二季度,我国手机市场4G向5G的过渡期正式开启。4G手机产品款型占比基本稳定。2019年二季度申请进网的手机产品178款,其中5G手机6款,款型占比3.37%;4G手机143款,款型占比80.34%,与2018年二季度相比,4G手机款型占比增长2.3个百分点,与2019年一季度相比,下降4.1个百分点。

梵和生物三无奶粉仍有售

北京商报讯(记者 姚倩)7月30日,记者在淘宝官网发现,仍有商家在淘宝销售被人民日报曝光的不具备生产配方粉资质的山东梵和生物科技有限公司(以下简称“梵和生物”)旗下产品。

标示为梵和生物生产的倍安宝深度水解乳清蛋白配方粉售价114.8-208元不等。在产品外包装上,该产品标有“适宜为蛋白过敏、乳糖不耐受人群提供营养支持”。店家介绍,该产品为深度水解的配方奶粉,适用于有过敏情况的宝宝。不过,北京商报记者在包装的类别项发现,该产品所属为其他固体饮料。

日前,据人民日报报道,作为固体饮料的雅乐迪配方粉,在包装上标注“适度水解蛋白配方粉”;适宜为乳蛋白消化不良、乳蛋白过敏高风险人群提供营养支持”。该产品生产企业梵和生物不具备生产配方粉的资质,涉及虚假宣传。

45.6万元

梵和生物属地市场监督管理局做出行政处罚,没收12种违法生产经营的食品,以及标签不合格的预包装食品包装罐,并处罚款45.6万元。

事实上,这并非梵和生物首次陷入虚假宣传。乳业专家宋亮在接受北京商报记者采访时表示,三无“特医”奶粉的出现一方面是市场的需求,另一方面,该行业的高毛利让部分不法企业钻监管空子以及监管盲点。特配粉具有一定的市场,但从研发到配方申请整个过程需要花费上千万,国内一些企业不具备这样的能力和专业背景,只能钻监管空子。固体饮料的成本只需要几十元,但通过夸大宣传的方式可销售至上百元。”

同样,中国食品产业分析师朱丹蓬认为,消费者的需求决定了这一产品有一定的市场。在高毛利的驱使下,不少企业不惜违法生产、销售产品。“特殊配方奶粉有着较高的申请门槛和临床试验,部分生产企业望而却步。但受利益驱使,部分企业以固体饮料冒充特医食品,欺诈消费者。”

针对梵和生物此次雅乐迪产品的处罚情况,产品仍在虚假售卖的原因等问题,北京商报记者多次拨打梵和生物联系电话,截至发稿无人接听。

陆正耀就位 欲借“神州模式”盘活宝沃

陆正耀“空降”,命运多舛的宝沃汽车正式进入“神州时代”。7月30日,北京商报记者从天眼查平台了解到,7月29日,北京宝沃汽车有限公司董事长已经变更为陆正耀。此前,这位神州优车董事长在接盘宝沃汽车后,虽然依旧在神州优车总部坐镇,但面对宝沃汽车的亏损立刻开始大刀阔斧改革,并开出“新零售”药方,希望通过“神州模式”盘活宝沃汽车。在陆正耀看来,只有全面革新的宝沃才能真正“重生”。

神州系到岗

从福田汽车手中收购宝沃汽车控股权半年后,神州正式入主,7月29日宝沃汽车董事长人选落听,陆正耀亲自坐镇,成为宝沃汽车董事长。

2018年12月28日,福田汽车发布公告称,宝沃汽车67%股权成功转让,长盛兴业(厦门)企业管理咨询有限公司(以下简称“长盛兴业”)成为受让方,成交价为39.73亿元。而为促成长盛兴业完成受让宝沃汽车67%股权交易,神州优车作为担保方,为北汽福田向宝沃汽车提供的股东借款提供不超过24亿元的担保。

今年3月,神州优车以41亿元价格从长盛兴业手中获转宝沃67%股权,成为宝沃汽车直接控股方,宝沃汽车也成为神州和福田的合资公司。天眼查平台显示,今年3月宝沃汽车(中国)有限公司(以下简称“宝沃中国”)投资人也从宝沃集团股份有限公司变更为北京宝沃汽车有限公司,成为宝沃汽车100%控股子公司,同时公司性质从国外法人独资的有限责任公司,变为法人独资的有限责任公司,同时获得宝沃汽车注资,注册资本由1500万元增至1.14亿元。

据了解,除陆正耀正式成为宝沃汽车董事长,宝沃汽车法人也已从王百因变更为神州优车CFO陈良芸。资料显示,投行出身的陈良芸,2016年加盟神州专车担任CFO和董事会秘书。此前,曾在中国国际金融股份有限公司任投资银行部执行总经理,参与过包括神州租车香港IPO在内的诸多重大投资项目,具有丰富的企业并购经验。

实际上,神州入主宝沃汽车后已多次调整内部架构,此前宝沃汽车发布内部任命文件进行高层“大换血”。其中,宝沃原首席运营官兼营销公司总经理杨嵩,回归福田汽车集团担任副总裁;原本担任宝沃营销公司总经理和市场部总监的熊毅和霍静,也被调任至福田。此外,原麦格纳亚洲区总裁布鲁诺·兰伯特出任宝沃汽车总裁。

41亿元

今年3月,神州优车以41亿元价格从长盛兴业手中获转宝沃67%股权,成为宝沃汽车直接控股方,宝沃汽车也成为神州和福田的合资公司。

动刀渠道

2015年,宝沃汽车在中国市场重生,2016年销量近3万辆,2017年在产品数量增加的同时,该品牌销量仅增长至4.43万辆。前期的巨额投入和销量的疲软,使宝沃汽车母公司在成本和利润上压力倍增。

福田汽车财报显示,2017年宝沃汽车净亏损逾2亿元。数据显示,2018年宝沃全年销量下降25.7%至3.29万辆,其中四季度暴跌40.3%,同时宝沃还出现16亿元(2018年前8个月)高额亏损及42.7亿元负债。

对于亏损,神州为宝沃汽车开出了“新零售”药方。陆正耀认为,宝沃汽车的产品没有问题,唯一的问题在于销售渠道,神州将推翻宝沃4S店的销售模式,采用新零售模式帮助宝沃提升销量。

在陆正耀看来,“重”主要体现在两个方面:一方面,小店模式下导致4S店建店成本过高,并且整车厂压库行为已成为行业通病,很容易造成经销商资金链紧张;另一方面,传统经销商的历史包袱过重“船大难掉头”。

神州招商政策显示,宝沃汽车将颠覆过去的4S店模式,转化为“旗舰店+专营店+销售点”,分布在从一线城市到县级市以下的各级城市,一线城市旗舰店、专营店和县级专营店经销商分别需要交纳100万元、50万元和30万元保证金,销售点则可以免费加盟。

但对于汽车销售行业来说,汽车新零售是个新事物,而传统车企和传统经销商又相当保守。像神州优车这样的互联网企业,要让宝沃汽车及经销商接受新模式,神州优车在接盘后,推出“千城万店”策略,但触及到原有经销商的利益。改变传统销售渠道,将带来更多可能与机会,同时也意味着更多的风险与挑战。

零售闭环

实际上,对于目前的改革,神州希望宝沃更加贴近用户,打通线上与线下的边界。陆正耀表示,新零售并非抛弃经销商,而是为其赋能,让卖车能“轻”一点。

北京商报记者注意到,近日在神州租车平台新上线试车功能,宝沃通过神州租车密集线下网点,为意向车主提供零门槛试驾体验服务,同时神州还上线以宝沃车型为主的分时租赁。这意味着,神州正通过自身资源为宝沃汽车进一步铺路,神州希望宝沃更加贴近用户,打通线上与线下的边界,让宝沃的曝光率加大,从而推进销量的提升。

业内人士认为,神州不仅在资金上,而且在渠道方面为宝沃汽车提供帮助,无论是租车还是专车,在销量上神州本身就可以很大程度上消化掉一部分宝沃车型,同时神州在线上和金融板块的优势,也可以帮助宝沃进一步地吸引消费者,神州不仅是要盘活宝沃,更是要构建神州系人车闭环生态布局。

神州优车内部人士对北京商报记者透露,在收购宝沃后发布的“新零售计划”正在逐步推进中,未来将公布更多细节。

值得注意的是,作为汽车制造商的宝沃,不仅拥有传统燃油车和新能源车的双资质,还拥有智能制造工厂以及完备的研发生产销售体系。在收购宝沃后,神州优车在汽车制造领域更进一步。

汽车行业分析师钟师表示,神州和宝沃汽车打造的平台首次让经销商零库存,这冲破了传统4S店销售模式的束缚,可直接帮助经销商解决生存难题。同时,行业内也罕有企业敢于尝试大区中转库的建设,这需要垫付大量资金。可以看出,神州将曾经经销商的资金压力转移给自己,并通过旗下租车、专车、卖车等业务去消化。

北京商报记者 钱瑜 实习记者 刘晓梦