



■ 本版撰文 本报记者 陶海青



编者按:智能手机正在中国普及,互联网企业趋之若鹜。然而,在苹果、三星共享智能手机市场99%利润的大背景下,中国互联网企业要从所剩无几的利润空间里分一杯羹,注定备受煎熬,前路迷茫。

狂赌智能手机 中国互联网巨头深陷零利润困局

互联网巨头纷纷进入智能手机市场,一场声势浩大的国内智能手机战役拉开序幕。

近日,有消息称,盛大将于6月6日对外发布首款智能手机,但上市日期目前尚未确定。

此前,也有传言称,网易将加入千元智能机大战,样机已问世,但上市时间未定。5月18日,记者致电网易求证此消息的真实性,网易手机频道主编骆峰的答复是:“我真的不知道。”可见,网易对做智能手机非常慎重。

目前,百度、奇虎360、阿里巴巴等互联网企业都推出了低价智能手机。然而,不容忽视的是,苹果(Apple)、三星(Samsung)掌控全球高端智能手机市场,地位不容撼动;华为、中兴、联想等手机厂商崛起,也只能在中低端智能手机市场激烈厮杀;面对低价智能手机零利润或负利润风险,中国互联网企业依然踌躇满志,争相涉足。

“这主要是因为未来的互联网人口将逐渐由PC(个人电脑)转移到智能手机,争夺人口是中国各大互联网企业试水智能手机的一个重要考虑。”中国移动互联网产业联盟常务副理事长兼秘书长李易在接受本报独家专访时如是说。

5月25日,北京兴长信达科技发展有限公司董事长刘磊在接受本报记者采访时表示:“中国互联网企业试图抓住机遇,正通过软件、APP应用服务嵌入等形式抢占市场、绑定用户。但因为创新能力不足、研发资金缺乏等因素,中国智能手机只能是低价仿造,本身就是山寨模式,最多做一些微创新。因此,中国智能手机厂商只能在国内低端市场求生存,且生存前景堪忧。”

模式之惑

公开数据显示,2012年第一季度,全球智能手机发货量为1.46亿部,同比增长45%。其中,中国发货量约占全世界发货量的22%,超过美国的19%。中国已经成为全球最大的智能手机市场。

中国智能手机市场的巨大潜力吸引着众多互联网企业争相涌入。曾以免费杀毒模式创造网络安全行业传奇的奇虎360公司近日宣布,将与国内外厂商合作,以接近零利润的售价推出智能特供手机。该公司董事长周鸿祎认为,未来3年将是通信与互联网大融合的重要时期,手机的硬件免费为大方方向,互联网增值服务可能成为最佳盈利方式。

记者了解到,奇虎360的商业模式是从手机厂商处订购一部分手机,然后以进货价格或更低价格销售给奇虎360的用户,其风险是奇虎360必须对用户有绝对影响力。

除此之外,其他互联网企业也在寻求自己的智能手机发展模式。例如,在生产线、售后、供应链管理“一无所有”的情况下,小米科技公司通过自主研发,由代工厂生产,推出的小米手机正式预售不到半年时间即销售180万部,此模式一度被业界看好。另外,阿里

巴巴、百度、腾讯等也与手机厂商达成了合作协议、由后者推出符合其复杂要求及设置的终端;人人公司、新浪等与HTC(即宏达国际电子股份有限公司)等公司合作,由HTC推出内置其应用的智能手机;青橙公司打造智能手机“核心产业链+移动互联”的商业模式,借助高通公司的全方位支持,把“高性价比”作为杀手锏。

刘磊认为,无论哪一种模式,中国互联网企业在低端市场打造的智能手机,其商业模式都过于理想化。虽然智能手机“软件+硬件+服务”的发展模式已成共识,但要通过软件和服务赚钱,目前仍有困难。在移动互联网时代,终端与服务分离,没有一家公司,甚至苹果也没有真正实现产业链的垂直整合。尽管苹果应用商店汇集全球最好的应用,并与开发者利润分成,但应用商店创造的利润不值一提,苹果仍主要依靠iPhone、iPad等硬件产品赚钱。

李易告诉记者,苹果“软硬一体化”已成中国互联网业界新显学,乔布斯生前已经提前布局了“软硬件+内容”一体化的平台模式,即iPhone+iOS+App Store。苹果掌控着产业链最重要的三大核心因素:硬件、操作系统、应用平台,这令苹果获得巨额利润,市值全球第一。

但是,全球只有苹果一家公司能够做到如此一体化,苹果的商业模式仍无法复制。目前,尚没有一家互联网公司宣称找到了基于手机的成功商业模式。

盈利之忧

国产智能手机异军突起,令这个市场看上去很美,但众多企业还挣扎在份额与利润的博弈中。

据美国市场调研公司Asymco公布的最新数据显示,2012年第一季度,苹果、三星两大巨头主导了整个智能手机市场的利润和营收,二者夺得全球智能手机市场99%的利润,除HTC保持收支平衡外,诺基亚、LG等都处于亏损状态。

99%,一个令人震撼的数字,足以说明苹果、三星共享智能手机的利润盛宴,而国产手机厂商只能从所剩无几的利润空间里进退两难。

虽然接近零利润,但竞争已经白热化。最近,HTC与中国联通合作的首款千元智能机已经入市,摩托罗拉发布的千元智能机的裸机价是1299元。不过,三星也最新推出了两款千元智能机,其中一款裸机价为1158元。随着跨国公司加入战局,对智能终端的抢夺更趋激烈。

刘磊认为,千元智能机很难讲有价格优势。这是因为硬件价格优势源于规模,如果一开始就大规模制造,其库存风险、售后服务风险都将难以掌控。由此看来,中国手机生产厂商和互联网企业的日子都不好过。

长虹移动智能终端事业部总经理陈晔公开表示,千元智能手机

刚开始卖时,肯定不赚钱。在他看来,30万部到50万部的销量是一道“生死线”,超过50万部后才能谈盈利。

小米手机虽已累计发货180万部,年内产量有可能达到500万部,但该公司负责人仍对外声称“3到5年内不考虑盈利”。小米科技董事长雷军认为,智能手机硬件零利润是趋势,但需要有更多的商业模式支撑硬件的成本。

谈到华为2012年联合中国电信推出的智能手机C8812,华为终端董事长余承东坦言:“此产品严重亏损。”

显然,无论未来智能机是否趋于零利润,在目前仍需拼硬件的情况下,千元智能机利润微薄已是不争的事实。

李易对记者表示:“中国互联网企业进入智能手机市场采取的策略是在硬件上不赚钱甚至倒贴,通过互联网服务来获得利润。这种典型的中国互联网行业发展模式,对轻资产的互联网行业也许有效,但对于重资产的手机行业来说,或许只是一种美好的幻想而已。”

刘磊也认为,目前,千元智能机的利润还远不如PC。虽然千元智能手机出货量很高,但如果在保证性价比的同时以千元价格进入智能手机市场,中国互联网企业肯定是不能盈利的。

李易预言,在当前粗放型的贴牌模式之下,互联网企业要盈利基本上是一件不可能完成的任务。千元智能机市场已经饱和,明年将有很多企业退出这个市场。

成功之谜

在刘磊看来,中国移动互联网快速发展,智能手机将成未来3年到5年内发展最迅猛的移动设备。移动互联网将是企业争夺的焦点,手机作为移动互联网最主要的人口,其经济意义不言自明,中国互联网巨头跨界掘金,争切这块蛋糕也是必然。

然而,创新工场的创始人李开复断言,大部分互联网公司做手机都将失败。

李开复认为,这不仅是因为企业基因不同,更主要的是这些企业只是为了嵌入自己的服务,争夺移动互联网入口。

对此,周鸿祎坦言:“无论是互联网厂商做手机,还是手机厂商自己做,最终都要通过互联网增值服务挣钱,而不是靠卖硬件去赚一次性的钱,这需要勇敢尝试和探索。”

显然,这条路并不好走。从移动增值服务赚到钱的是互联网厂商,终端制造商未必愿意地弃硬件利润,双方必然要进行利益博弈。

“百度、奇虎360等中国大牌互联网企业涉足智能手机的初衷无疑都是正确的,因为这始于一种危机感,但是,中国大牌互联网企业却集体忘记了‘专注’二字,在缺乏独立思考的情况下,试图用智能终端去夺得一席之地,很难获得成功。”李易不无担忧地说。

互联网做手机 岂能只玩概念

10年前,专利只是协议中的注脚,难以计入交易中。但现在,即使小公司也开始利用专利诉讼赢得官司,而跨国公司除了注重研发外,更是投入巨资收购专利,以抵御诉讼。

这些迹象折射出全球企业之间惨烈的竞争。以智能手机为例,全球智能手机行业产值超过2000亿美元,各国企业都看到了机会,其中包括诺基亚和摩托罗拉等手机制造商、苹果等偏硬件制造商、谷歌和微软等偏软件企业,以及三星与HTC等电子企业。

苹果曾公开声称,即使是最细小的独特功能,对获得竞争优势都至关重要,而令这些独特功能获取利润的砝码就是专利。如果想要在科技领域立足,必须做一些防御措施。因为在互联网时代,专利竞争与专利纠纷和网络创新一样出名。

反观中国,国产手机创新能力不足而受专利所困,只要能规模不要利润,发展不尽如人意。

此间,有关中国政府将对自有手机操作系统开发进行补贴的消息不胫而走。传言称,工信部正在推进

鼓励中国互联网公司发展自主知识产权操作系统,并有可能针对开发者提供政府补贴。

一石激起千层浪。此消息刺激了中国互联网企业的敏感神经,因为害怕输在抢占移动互联网入口的起跑线上,中国互联网企业高调圈地运动骤然爆发。

目前,中国互联网厂商普遍采用简单的内置APP方法,复制其在PC上的成功策略,即通过免费模式赢取用户,再借助手机平台,推广自身应用,达到足够的量之后,通过增值服务,或者“流量批发”盈利。硬件厂商在此商业模式上似乎有利可图,但归根结底还是扮演代工角色。即使贴上厂商自己的品牌,也无法解决未来的发展难题。

况且,中国互联网公司嫁接到硬件厂商并进行资源整合绝非易事。自主知识产权的手机操作系统如果得不到解决,互联网公司做手机玩的就是概念,甚至就是一个骗局。

细数目前面市的国产手机系统,移动Ophone OS、联通沃Phone、小米MIUI、点心OS、联想乐OS

等层出不穷,但都是基于谷歌安卓系统(Android)的二次开发,并没有真正属于中国的底层架构。由于并非自主研发,这些应用在国际化后还将面临知识产权问题的困扰。

如此看来,中国政府对产业链核心技术自主知识产权的期盼,并没有达到预期目标。比如TD-SCDMA(中国提出的第三代移动通信标准,简称3G)与当初的预想就相差甚远。

事实上,手机操作系统并非一个独立存在的产品,需要手机生产企业、运营商、程序开发者、芯片制造商组成产业链并相互配合,而如何加强整个产业链的合作能力是一个难题。显然,互联网企业没有这种驾驭能力。另外,操作系统需要强大的技术及资本支撑,而且做手机操作系统并不是互联网企业的长项。因此,互联网企业跨界做手机操作系统并不是明智的选择。

可见,在iOS、Android、Windows Phone“三国鼎立”之势已渐成形的大背景下,国内手机操作系统短期内或难有作为。