

国产手机热炒“生态”难掩创新短板

■ 安妮

当贾跃亭借“炮轰苹果”完成一次疑似炒作后,乐视终于推出号称“首个生态品牌”的超级手机。按照贾跃亭的说法,在生态系统内,乐视的触角延伸至智能手机、电视、影视业各个领域。

事实上,除了乐视,其他厂商也都开始玩生态。TCL集团强调了其智能+互联网的“双加”战略,构建自己的开放生态体系;小米作为生态的大玩家,雷军的生态构架是一面拓展小米产品线,一面加大对初创企业的投资并购;而联想、TCL、魅族、中兴、华为等传统手机企业,在寻求转型过程中,在宣传上都拿苹果和三星为目标;在手法上都将物联网作为方向,整合上下游,构建新生态。

“这年头,你不玩生态就OUT了!”IT评论员孙永杰曾著文感叹道:“生态”一词几乎要被用滥了,就连一些初创企业,在发布一些新品时也不忘打起生态旗号。为此相关人士一针见血地指出,不少国内厂商跟风打出“生态”牌,实际上是转移消费者及投资者的视线,最终的目的是获得资本市场的青睐。

尽管厂商“痴迷”于构建生态,但残酷的现实是,生态不是你想建就能建的,很多企业甚至根本不理解生态究竟

是什么,这让市场变得异常浮躁。简单来说,生态系统,往往又被称为生态链或闭环,是指厂商自身整合上下游产业链的能力,或通过产业链上某核心链条的掌控而拥有较高的话语权,体现在实际运营中,就是“以我为主”。但是,了解和熟悉智能手机产业的业内知道,当前,在智能手机产业中,最挣钱或者说能够放在台面上说挣钱的企业,除了苹果就是三星。国产手机既然言必称生态,既然对苹果和三星言必批之,那么就以生态的名义,做个行业比较吧。

这两家企业,无论是从我们企业主观设置的竞争对手,还是客观所处的产业范畴,都是不可回避的。先从苹果整个营收和利润的来源看,硬件占据了其90%以上的份额。所谓的生态,给苹果带来的营收和利润充其量在10%左右。当然,这并不意味着生态就不重要,至少让人认为,在苹果商业循环中,生态其实是为硬件服务的,生态本身给苹果带来的营收和利润微乎其微。而国内目前某些“生态恋”企业与此截然相反,按照他们说的,不指望手机硬件本身挣钱,而是以硬件做支撑,赚的是生态钱。

再说三星。虽说现在的三星在市场上出现颓势,其根本的原因,一是手机硬件败给了iPhone硬件的品质,二是性价比输给中国手机,与业内所谓的三星缺乏生态系统没有直接的关系。这点通过今年三星新近发布的Galaxy S6和Galaxy S6 Edge受热捧,预订量目前已经超过2000万部也得到了证明。

生态构建的另一种模式典型代表则是亚马逊,亚马逊推出小尺寸平板之时,与苹果打起价格战,以零利润+内容服务收费的模式暂时占据

了一席之地,只不过随后平板市场趋向饱和,智能手机战略失误,致使亚马逊的生态体系受挫。

通过上述分析看出,既然手机硬件本身能够带来巨大的营收和利润,为何国产手机业却羞于谈这些?而对所谓生态,他们从亚马逊失利中又能吸取多少教训?

当下,智能手机市场已是一片红海,产品同质化现象严重,参与各方在价格战中一次又一次刷新底线,大多厂商往往陷入增量不增收,甚至赔钱赚吆喝,品牌形象及品牌溢价能力有限,高端市场难突破,由此以生态为幌子,借助生态概念赚取关注度。

正是由于上述创新力的缺乏,为了能够博得投资人及用户的认可,不指望手机本身挣钱,而是通过服务和应用挣钱的“生态”,就成为了极好的借口,混淆用户对于手机硬件优劣的认识。尤其是对于投资人,谁都知道,建立生态系统需要一定的时间,因此让人想到,做生态其实有利于获得资本的长期关注。至于未来能否成为营收和利润主力,“那是未来的事”。从目前恋“生态”的厂商看,多数的营收还是来自手机硬件本身,至于利润率,大家心知肚明,总之还没有显示出“生态”的作用。

(作者系中国品牌推进中心市场总监)

观点



中巴经济走廊有望成区域合作“样板间”

■ 闫志明

国家主席习近平20日至21日对巴基斯坦进行国事访问期间,“中巴经济走廊”的建设备受关注。我国将中巴经济走廊定位为“一带一路”计划的“旗舰项目”。

中巴经济走廊如同一个“样板间”,走廊建设顺利、效果突出,则必将起到良好的示范作用,并大大促进“一带一路”的建设。当然,中巴经济走廊这个“样板间”,不仅是用来看的,更是改善当地民生的基础。走廊计划包括逾4000公里公路网、输油管道、铁路和各项基础设施建设,中巴经济走廊将能够惠及30亿人。

中巴经济走廊能否打造成“样板间”,其关键因素是政治高度互信,而这恰恰是中巴两国关系的强项。不久前发生的墨西哥政府取消中国高铁中标,以及突然叫停坎昆龙城中国商品集散中心项目等事件,充分说明了国家间政治互信对经济合作的重要影响。类似事件,在中巴“全天候战略合作伙伴”关系中不可能发生。

中巴经济走廊把中国、波斯湾和阿拉伯海连接起来,由此开辟的内陆能源通道远胜拥堵不堪且成本高昂的马六甲海峡。要知道,中巴经济走廊的建设不仅能缓解巴基斯坦的能源、基建不足问题,更重要的是将改变全球贸易路线,中国目前正在积极推动亚洲经济一体化,相信中巴经济走廊在促进周边地区民生改善的同时,也将促进亚洲命运共同体的实现。

股市“健康牛”更须政策“紧箍咒”

■ 雷振华

在全体股民的诧异中,4月22日上证指数和深圳成指双双创出年内新高,再度引发新老股民和全社会的一片叫好。但前事不忘后事之师。回望过去,股市不仅没有给广大股民带来财产性收入,反而成了大多数股民财富的“抽血机”。

虽说当前股市摆脱了往日的阴霾,但股市内生性的一系列“制度沉痾”依然存在,倘若证监会把今年的主要工作用在注册制改革和一味地增加新股供给上,而不在分红改革、信息披露、违法严惩等方面下足“真功夫”,那么股市抽血的悲剧就会重演。比如,多年来实施至今不变的分红后除权除息制度,就是典型的“画饼充饥”,表面上股民得到了上市公司真金白银的现金分红到了交易账户,但一等到开市交易,现金分红却莫名其妙地被除权除息给“处理掉”了。再如,上市公司的送股制度,以10送10为例,股民手里的股票数量确实翻了一番,但开市除权后股价却直接腰斩。

要想确保股市“健康牛”牛气不断,管理层有必要从正常退市、分红保障、信息披露等涉及股市配套政策制度改革上入手,一是对经营不善、资不抵债、连续亏损3年的公司强制退市,逼迫其破产清偿股民的投资,从源头消除“抽血型”公司;二是推行“分红不除权除息”的分红新政策,实施有盈利的公司必须每年无条件拿出60%以上的利润来分红的硬规定,以及送股不改变股价的送股新政策,让股民享受“真家伙分红送股”,真正体现股市的投资价值;此外,改上市公司季报披露制为月报披露制,做到次月10日前无条件披露,并对重大事项实施实时发布,消除信息披露滞后造就的内幕交易。还有,要像中央反腐一样严惩股市各类违法违规行为,为股市营造出持续健康发展的好环境。

对“水十条”拉动经济功效不宜盲目乐观

■ 莫开伟

我国是全球最缺水国家之一,《水污染防治行动计划》对江湖水源、黑臭水体、工业废水、城市和村镇生活用水等提出了未来15年治理目标。而由“水十条”衍生出的产业投资无疑是巨大的。有专家大胆预测,在未来5年内,“水十条”将拉动总投资2万亿元,新一轮环保投资“盛宴”将开启。

这些预测数据出笼,从表面上看,令人振奋,但如果稍加思索,从“水十条”主客观多种因素分析,可能就会对这些预估数据的现实可能性大打折扣。

一方面,水污染防治具有跨区域性和整体协调性,需几省或数十省全力配合,才能见效。而在治水效益前景不明确情况下,加之各地财政收入状况不一样,地方在各自行政区划内治水责任就不会明确,治水效果就会被大打折扣。

另一方面,水污染防治与地方经济发展形成较大矛盾,越是经济发展地区,污水排放相对较多,这是水污染防治最需逾越的利益障碍。“水十条”明确狠抓工业污染防治,2016年底前按照水污染防治法律法规要求,全部取缔不符合国家产业政策小型造纸、制革、印染、染料、炼焦、农药等严重污染水环境的“十小企业”,同时制定造纸、焦化、氮肥等十大行业整治方案,实施清洁化改造。这些相关企业,如果属小企业关停相对好办;如果是大企业,通常是很多地方经济支柱产业、重要财政收入来源和就业场所,环保部门在监管工作存在担忧,也面临着行政级别低于地方国企有心无力的窘境。

再一方面,民间投资与收益不匹配,靠财政投入困难较大,水污染防治如期完成存在很多不确定因素。众所周知,目前靠财政拿出2万亿投资资金,很不现实。一是财政收入增长因经济下行出现23年增幅首次减缓,财政收入增长乏力;二是各级地方政府头上悬着20多万亿债务,地方政府面临较大压力。

【图话】

创业时很热情 开心者却很少

一个成功的创业者,身价过亿,财务自由。在常人眼里,功成名就的创业者应该会比一般人快乐很多,事实并非如此。

换言之之,创业者永远没法消除焦虑和心理上的折磨。常人选择安逸和舒适,但他们从一开始,选择了这条难走的路,注定就是生活在一个反复痛苦和重复打击的环境中,甚至因此会进入到一种类似病态的心理状态中。但是这种焦虑和痛苦又会激励和鞭策创业者奋不顾身地去挑战自己,通过克服自我障碍去完成新的自我救赎。正如英国登山家乔治·马洛里面对媒体说的:你问我为什么要攀登珠峰?因为山在那里!

王利博制图



说法



红木产品泛滥 产区监管何以“缺位”

■ 蔡之岳

据央视报道:一名消费者在花费37万元购买“连天红”红木家具后,却陷入了“等不来货,退不了款”的消费纠纷。此后,人民网又一篇名为《连天红家具由“搅局者”变“出局者”》的报道被刊发,中央媒体的连续播报,让红木行业和红木消费纠纷备受关注。

在全国著名红木家具产区和原材料集散地福建省仙游县,连天红为规模最大的红木家具之一。早在2013年3月,《法制晚报》就开始披露,福建红木企业“佳惠红木”用血檀等非红木材料冒充紫檀,以近1500万元价格出售给北京某企业的纠纷。该纠纷被立案审理期间,《北京青年报》、《法制晚报》和央视《经济与法》栏目对此做了深度报道,此案作为红木行业有史以来最大“假紫檀案”引发广泛关注。无独有偶,佳惠红木的注册经营地也在福建仙游。

近年来,中国传统文化的回归,社会经济的发展与人们生活的富裕几乎同步,这种变化也清晰体现在人们对红木产品消费意向和消费能力上,短短十余年,人们先是对红木概念仅有模糊的理解,发展到现在,在

部分地区,几乎人人腕上有紫檀或黄花梨串珠,普及得不可谓不快。同样“快”的是红木引发的赚钱效应,十余年间,黄花梨价格疯涨400余倍,紫檀、红酸枝价格分别涨了50至80倍,通过这些数字是正常经营的企业都赚得盆满钵满。遗憾的是萝卜快了不洗泥,总有渴望“更快”者在行业飞速发展中成了“搅局者”,侵蚀着本应健康发展的行业肌体。

“终身无理由退货”曾是连天红营销炒作的亮点,但据央视报道,连天红实际所为却是先签合同后套取全款,到期无法交货又拒绝退款,这种行为已触及商业经营应遵守的道德底线。据人民网引用行业知情人士的话说,对消费者已缴纳的货款,连

天红不仅无法退回,对部分木材供应商的货款也无法结算,目前连天红陷入“商业欺诈”的质疑困境。连天红企业员工数千,资产规模几十亿元,若听任类似事件大规模暴发,无疑又是行业规模最大“商业欺诈案”。

行业内知名企业发生的“商业欺诈”事件,无疑会引发全行业和消费者的普遍关注。据媒体报道,类似事件并非突如其来,更非偶然发生。

现在,全国多处连天红门店收取家具全款后,存在让消费者“等不来货、退不了款”现象。在佳惠红木“假紫檀案”之前,央视也多次曝光过仙游红木产区,在制作红木家具时掺假白皮皮的“行业内幕”,相关事件不仅影响当地企业声誉,而且给全行业抹黑,严

重损害了红木市场的良性发展。

近来媒体上对连天红“涉嫌欺诈”、佳惠“假紫檀案”连续报道,颇有“痛打落水狗”之势,但是,仅停留于声讨涉事企业还不够,人们还应同时追问:当地政府的主管部门是否有效地承担起相应的责任,是否对行业管理、对违规企业做及时纠偏乃至问责处罚?至少从目前看来,从报道上看来还没有,据称仙游县的行业主管方对涉事企业屡屡“护短”,致使“假紫檀案”纠纷发生两年,至今得不到有效解决。而在连天红“搅局”式发展过程中,当地政府则一直以贷款倾斜方式,支持连天红并为其谋求上市。

政府扶持当地重点企业,希望快速发展地方经济的心情可以理解,但听任企业经营上“搅局”失控,致使业内罕见的商业纠纷接连发生,显然存在监管缺位的嫌疑。

亡羊补牢,犹未为晚。浙江东阳整顿红木家具的乱象,已给同类产区提供了可借鉴的经验,如果福建仙游主管部门及时加大力度整治,肃整当地产业环境,处理好连天红纠纷和“假紫檀案”造成的负面影响,能挽救的或许不止是一个连天红企业,或许还有当地的行业声誉。