

国产手机陷高端无量低端无利两难困境



移动互联网时代，沉寂许久的国产手机终于在智能手机市场的浪潮中翻起朵朵浪花。然而，不断攀高的出货量与节节走高的市场份额并不能掩盖其跃进式发展背后的种种隐忧。日前，有媒体报道称，国内3000元以上手机市场90%的份额被苹果和三星两家占据，国产品牌占有率几乎为0。即便在最擅长的低端领域，国产手机的表现也并不乐观。数据显示，国产手机出口量占全球市场的80%，但利润仅为1%。

高端市场挤不进去，低端市场苦苦耕耘却收获甚少，国产手机所处的地位颇为尴尬，核心竞争力与品牌影响力的匮乏已经成为不得不医的硬伤。

高端市场：洋品牌垄断，国产手机难分羹

一直以来，高端手机市场似乎是洋品牌的专属领地。智能手机时代，这一局面依然在延续。

据市场调研机构赛诺统计数据显示，国内手机市场上，价格3000元以上的产品中，除了宇龙酷派有一款产品外，没有一家国产品牌的手机能卖到3000元以上。这一区间目前主要被国际品牌所垄断。其中，苹果和三星占据了九成以上的市场，摩托罗拉、诺基亚、索尼等品牌占据了剩余的市场，国产品牌几乎没立足之地。

有调查显示，在京东网上商城，价位为4000~4999元的智能手机，只有苹果的iPhone 4S和三星Galaxy S III两款。价位为3000-3999元的，有三星、HTC、诺基亚、索尼四个品牌。价位为2000-2999元的，有联想、魅族、三星、华为、摩托罗拉、诺基亚、OPPO、索爱、HTC、飞利浦等品牌。价位再往下，1000-1999元，中兴这才现身。由此也可看出，国产手机几乎是低端的代名词。

客观来说，单纯以价格来区分高低端似乎不那么合理。毕竟，国产品牌的智能手机中也不乏高性能、高配置的产品。现实是，即便配置高端，只要打着国产手机的旗号，价格也高不上去，美其名曰“高配低价”，但这也从一个侧面显示出国产手机与国际品牌之间的差距。尽管用手机咨询公司战国策首席分析师杨群的话来说，“手机业发展历史证明，国产品牌的竞争力就在3000元以内，角逐3000元以上区间不是做不到，而是不值得。”但这话多少还是透出些“酸葡萄”心理，毕竟，国产手机在高端市场一直少有建树。

低端市场：国产手机赢得份额输了利润

撬不开高端市场，国产手机理所当然地混迹于中低端领域，且在各大厂商及运营商的不断努力下，国产品牌近两年确实取得了一定的成绩。