

## TCL手机恐难逃出局命运：市场空间微乎其微



近年来的表现似乎离TCL通讯重返全球第七的目标越来越远。图为TCL通讯CEO郭爱平

前三季度净利大幅受挫的TCL通讯近日高调宣布，要重新塑造年轻、时尚、进取和国际化的品牌形象。对于此举，业界表示质疑，TCL通讯产品海外市场需求萎缩而转向国内市场，殊不知国内智能机早已是一片红海。靠品牌定位造噱头的TCL通讯国内发展前景暗淡。

### 强调品牌塑造只是营销噱头

TCL通讯在品牌发布会上推出了以“JOY、STAR、PLAY、YOU”命名的4个系列的12款产品，包括四核CPU、轻薄型、大屏等产品，有望于明年1月15日上市，售价尚未公布。

从TCL通讯推出的这些产品来看，已经毫无新意。目前国内市场上已经大量充斥着配备四核CPU、号称“全球最薄”以及超大显示屏等符号的智能手机，不仅有三星电子等国际巨头，还有联想、华为、中兴通讯等本土厂商，更有小米等互联网企业的手机产品。在这种四面夹击中，TCL产品本身毫无竞争优势，想要在如此饱和的市场占有一席之地很难。

事实上，对品牌的强调只是TCL通讯转向国内市场寻求增长点的一个噱头。国内智能手机市场呈现高速发展状态，国产手机厂商在智能手机的配置和价格

的竞争中早已杀红了眼，硬件配置与外观设计上都已不输洋品牌，然而同质化现象却日益严重。在这样的情况下，作为国内智能手机市场的后来者，TCL通讯已无力与各路手机厂商争夺，只能打出强化品牌的旗号。

据悉，今年前三个季度，TCL通讯实现净利润1459万元，同比下降了97.1%之多，这意味着其离亏损只差一步。

### 市场抢食空间已经微乎其微

在国内智能手机市场，TCL通讯是后来者。此前，该公司在2004年收购了法国老牌手机厂商阿尔卡特，长期专注于海外市场，但近年来欧美市场不景气，需求量出现大幅下降。去年12月，借国内3G用户激增和智能手机迅速普及的影响，TCL通讯携阿尔卡特手机品牌“回归”国内市场。

不过，记者在走访手机电子卖场时发现，阿尔卡特手机已经基本不见踪影，TCL智能手机在售机型也比较少，某卖场一位王姓销售人员一听到记者询问TCL手机时，热情顿时全无，指了指角落里一个柜台，“您自己看吧，TCL、海尔、长虹什么的都在那里”。由此，TCL品牌的窘境可见一斑。此外，TCL通讯与互