

联网企业360高调合作的“阿尔卡特AK47”手机也出现“雷声大雨点小”的状况，市场表现不佳，甚至有观察人士预测，阿尔卡特将再次退出中国市场。

值得注意的是，TCL通讯曾借力阿尔卡特品牌在海外市场的良好表现跃居全球第七大移动终端厂商，而如今在各大研究机构的智能手机出货量排名上，早就不见了TCL通讯的影子。当下的智能手机市场，前有三星电子和苹果这两大巨头鲸吞行业90%以上的利润，后有以“中华酷联”为代表的本土厂商牢牢占据国内千元智能手机阵地，再加上诺基亚、黑莓、索尼等国际品牌也垂涎于国内智能机市场，不难看出，可供TCL通讯抢食的市场份额已经微乎其微，其欲打开国内市场的难度自然不言而喻。

未来家电厂商或将大幅撤退

移动互联网的迅猛发展，使手机制造的门槛越来越低，再加上Android系统的开放性，很多原本重心不在手机或者和手机没有关联的厂商也开始纷纷进驻智能手机市场，而包括TCL、海尔、康佳、长虹等在内的传统家电厂商正是其代表。TCL、海尔、海信、康佳、厦华、长虹等大批家电企业纷纷推出了各自的手机、电脑、数码摄像机等产品，力图拓宽企业产业链。

家电厂商涉足移动智能终端领域，是看中国内智能手机市场仍存在巨大的发展空间，同时想借助自己在家电方面的生产线及渠道优势，从智能机市场分一杯羹，但它们在手机竞争中并不占据优势。国产智能手机看似华丽的销售数字的背后是盈利艰难的事实，即增量不增收。况且，这些家电厂商的手机品牌普遍缺乏认知度与影响力，同时在产品的研发、创新以及宣传推广方面都存在缺陷与不足。

业界某资深专家表示，家电厂商与互联网企业一样，怀着投机心理涉水智能手机业务，如不加强“内功”修炼终将难以持续。预计2013年上半年国产手机可能会掀起新一轮的大洗牌，届时一大批“内功”不足的家电厂商或将被扫地出局。

记者手记

TCL：难圆的手机梦

手机，一直是老牌家电厂商TCL难以割舍的情结。在过去的十几年中，TCL手机经历了几度沉浮。

2001年，TCL率先在手机市场崛起，当年实现了销售收入30亿元的不俗成绩。随后2002年下半年，TCL 3188镶钻翻盖手机横空出世，TCL集团甚至不惜



花重金聘请金喜善做产品代言，市场目标主打女性用户群。

不过好景不长，2004年国产手机开始走上下坡路，洋品牌强势切入国内手机市场，TCL因缺乏核心技术竞争力和完善的产品布局而陷入亏损泥潭，2005年该公司手机亏损达8亿元。

沉寂两年后，TCL手机卷土重来，但发展重点放在了海外市场。而在苹果用iPhone引爆智能手机大浪潮之际，TCL更显得有些措手不及再度受挫。借力开放性的Android系统，TCL又一次踏进国内智能手机红海，但此时的胜算已经很小。

其实，早在功能机时代，TCL的手机业务就没能够打下牢固的产品基础和市场基础。核心专利技术的缺乏使其始终处在产业链的低端，手机业务的好坏只能依赖产业发展的大环境，而这恰恰是难以持久的。

进入移动互联时代，以TCL为代表的家电厂商力图在电视机、平板电脑和智能手机之间实现互联互通及多屏转换。但是，TCL未来如若不转变思路，实现产品差异化发展，在产品质量精细化上好好下一番功夫的话，它所怀揣的手机梦也将永远只是个梦。

(来源：北京商报 曲忠芳\文)