

高端手机和品牌建设的“最后机会”，但由于对市场和预期不确定，中兴、酷派等今年上半年相继缩小了预算投入，联想今年投入最大的K900品牌投放7成据说以上来自英特尔赞助。

高端机型迟迟量产、品牌投入缩水、营销方式匮乏，成为中兴、华为、酷派们这种传统B2B手机厂商们集体遇到的现实问题。

**5、运营商合约机成“份额毒药”。**通过话费补贴，三大运营商目前已占据了超过50%以上的销售渠道，但国产手机厂商们却正陷入“两难”结局。

一家品牌手机厂商主管销售业务的副总对笔者表示，运营商合约机正在成为市场份额“毒药”，不参加合约机会得罪运营商，出货量难以保障；参加合约机出货价又被压至山寨机价格，没有利润甚至亏损；手机厂商内部不同部门也为此争论不休。

在广东、云南等省中国移动地方公司，已联合天语等手机厂商推出了199元的5英寸智能手机，甚至还补贴200-500元不等的话费。某深圳手机厂商老板对此哀叹：“自己成本价都得260元，这个市场是太TM变态了！”

**6、渠道操盘混乱。**华为、酷派等国产手机厂商曾在2012年重金投入社会渠道，但都“铩羽而归”。

某手机连锁渠道总裁在接受笔者专访后曾透露：“与金立这种能够给渠道方35%、甚至50%的利润相比，华为一开始操盘高端手机甚至给出的返点空间不足10%，不被公开渠道接受也是意料之中”。

与社会公开渠道相比，电商渠道也在冲击国产手机厂商的定价体系。通过联发科解决方案、深圳大量代工厂，使得进入智能手机行业的门槛已非常低，而电商成为其成本最低的销售渠道。由于并太多没有研发、人力和线下渠道成本，价格战成为这些小品牌企业的唯一选择。

**7、缺乏核心技术。**虽然国产手机厂商们每年都在宣称获得了多少数量的专利，但从苹果与三星的“世纪大战”中可以看出，传统的基础通信专利在目前的诉讼中已不占优势。

无论是最先进的芯片、摄像头、屏幕、传感器等核心零部件，还是操作系统等软件层面，都跟国产手



机企业没有关系。与苹果、三星等国际厂商相比，缺乏核心技术的国内企业更像一个“装配线”。

随着规模迅速扩大和走向国际市场，国产厂商在供应链、专利诉讼、反倾销等问题上面临的风险正在逐步加大。

**8、水货猖獗。**越来越泛滥的水货市场正在成为国产手机向高端产品

转型的“杀手”。

以三星为例，四核、4.8英寸屏幕的GALAXY S3目前水货价格仅为2400元左右，年内上市的Note2更是不足2800元，这也是成为国产手机厂商推出的高端产品难以逾越3000元这个“生死红线”的重要原因之一。

据华强北市场人士透露，水货手机销量占比已接近三星国内销量的40%，HTC甚至水货销量远大于国内行货销量。

**9、3G到4G，产业转型大限将至。**10年前，联发科等国内芯片企业在3G方案进展曾缓慢导致国产手机企业集体被动。

诺基亚等国际品牌依靠稳固的供应链、以及国际3G手机市场带来的丰厚利润，在中国市场全线产品推行价格战，缺乏“核武器”的国产手机在此类较量中全线溃败，5年内一蹶不振。

而“推动年内发放4G牌照”已成为国务院常务会议明确要求，市场预计10月之前三张TD-LTE 4G牌照就将提前发放。根据三大运营商高层之前的表态，无论是中国移动要求的5模10频或者5模12频，或者中国电信C+W+G+FDD四模9频产品，目前只有高通在芯片方面可以做到全面支持并具备供货能力，而联发科、展讯等预计明年中期都不能量产类似产品。

4G牌照正式发放后，国产手机厂商受限于高通芯片方案售价和专利授权费用，4G手机在价格方面将无法与国际品牌拉开价格优势。而经过5年3G市场“教育”的国内用户，接受4G手机的速度将大大加快。一旦三星等国际厂商仿照2003下半年诺基亚在中国市场发动的全线产品价格战、渠道战和供应链战争，很多国内品牌手机厂商迅速走向衰亡将不可避免。

（来源：搜狐IT）