

Companies

波导夏新 VS 诺基亚: 国产手机业危机毕露

当对A股上市公司2007年三季度净利润进行排行时,波导股份和夏新电子分别名列倒数第三名和第四名。截止到2007年9月30日,波导股份净亏损5亿元,夏新电子净亏损4.6亿元。

波导股份94%营业收入来自手机及配件,夏新电子60%营业收入来自手机产品。波导股份和夏新电子是我国手机行业现状的缩影,几乎所有国产手机制造商都陷入利润下滑,甚至亏损的境地。

与国产手机业相比,2007年诺基亚手机业务的营业利润比上年增长33%,由2006年的41亿欧元增长到54.34亿欧元。诺基亚坦言,中国是诺基亚最重要的市场。

为什么2007年国产手机制造商与诺基亚的经营业绩有如此大的差距?

◎中央财经大学中国企业研究中心 刘殊威



趋势 手机成为个人终端

手机是什么?这个看似简单的问题,实际上涉及到国产手机业发展的方向性问题。

第一代移动电话被称为“大哥大”,因为它像砖头那么大。1973年4月,摩托罗拉公司的工程技术人员、手机的发明者马丁·库帕(Martin Cooper)博士在纽约街头,第一次用一个约有两块砖头大的无线电话打电话。进入21世纪,移动电话变成“手机”,最小的手机重量只有40克,小巧玲珑,可以放到口袋里,随时随地打电话,成为人们日常工作生活的必需品。

进入2008年,需要重新思考的是:手机是什么?只有寻找这个问题的答案,才能找到国产手机业走出困境的路径。

小巧玲珑的手机除了打电话、发短信,还能够做什么?

2007年6月诺基亚推出N95型手机,摄像头像素达到500万,使用卡尔蔡司光学镜头。这款手机已经直接威胁到数码相机制造商的生存和市场份额。诺基亚N95型手机内置GPS,可以随身定位和导航,这项功能已经威胁到GPS制造商的领地。这款手机价格5280元。

2007年11月上市的诺基亚5610 XpressMusic型手机,内置可视收音机、音乐播放器,可以欣赏音乐,也可以与喜爱的广播电台进行互动,查找正在播放哪首歌曲、演唱者及其他艺术家信息等。这款手机价格2350元。

目前,很多手机具有上网、收发电子邮件等多项功能。手机还能够提供什么功能?

2007年12月,波导V800上市。这是一款指纹识别手机,具有手机隐私保护功能,价格1400元。指纹识别手机上市意味着手机可以提供更多的功能,比如,手机可以替代信用卡、交通卡,等等。人们不必随身携带各种卡片,只要随身携带手机,手机内置的特殊芯片可以提供各种支付功能。如果手机丢失,不要紧,因为盗贼盗不走机主的指纹。

现在,可以回答“手机是什么?”了:手机将成为可以放在衣服口袋里,随身携带的个人终端,通话功能将成为手机的附带功能。

“手机是什么?”这个问题的解答有助于分析为什么2007年国产手机制造商与诺基亚的经营业绩之间存在那么大的差距。

比较 三家公司决策思路

据相关统计数据,2007年诺基亚移动通信终端产品占中国市场份额达到31.1%,国产品牌移动通信终端产品合计占国内市场份额三分之一左右。

2007年诺基亚如何占领了中国市场的三分天下?诺基亚在中国市场的竞争力来自哪里?诺基亚声称,2007年诺基亚手机能够占领中国手机市场较大的份额,主要依赖于巩固和扩展营销系统、包罗万象的产品组合以及品牌效应。

比较2007年波导股份、夏新电子和诺基亚的决策,可以发现诺基亚与国产手机制造商的竞争力差距到底在哪里。

2007年中国移动通信终端产品出货量的品牌结构

品牌	出货量(万台)
诺基亚	10000
波导	1000
夏新	1000
其他	1000

诺基亚的决策
2007年10月8日,诺基亚宣布收购Enpocket公司。Enpocket公司是全球著名的移动广告商。
2007年10月,诺基亚收购NAVTE公司。NAVTE公司为自动导航系统提供综合数字地图信息,是一行业的领先者。
2007年11月,诺基亚音乐商店在英国开张,用户使用手机或个人电脑可以搜寻自己喜爱的艺术家和艺术品牌,与艺术家互动,推荐个人频道,等等。

2007年12月,诺基亚宣布“诺基亚音乐来了”计划,到2008年下半年,购买诺基亚手机的用户可以欣赏很多艺术家的作品。

在中国大陆市场,波导、夏新和诺基亚最新手机型号的价位分析

价格区间	诺基亚	波导	夏新
5000元以上	6	0	0
4000-5000	2	0	0
3000-4000	4	0	1
2000-3000	22	0	3
1000-2000	23	12	16
1-1000	22	26	35
手机型号合计	79	38	55

差距 性价比 利润率 新产品

比较2007年波导股份、夏新电子和诺基亚的决策,可以发现诺基亚的手机经营决策更加趋向于将手机制造成为“放在衣服口袋里,随身携带的个人终端”。据初步统计,在2007年中国手机市场上,价位5000元人民币以上的手机中,诺基亚手机具有更多的功能,与同价位的手机相比,诺基亚手机具有明显的性价比优势。

而在55款夏新手机中,只有4款手机价格高于2000元,这4款手机都具有GPS导航功能。波导手机价格都低于2000元,价格最高的一款波导手机E750具有GPS导航功能,售价也只有1999元。

在投资项目选择方面,诺基亚的投资项目有利于保持诺基亚在“手机式个人终端”方面的竞争优势。而波导股份投资近2亿元研发多易随(Doeasy)系列智能手机,由于研究方向仍然以便捷通话功能和外形美观为主,所以没有达到研发项目的预期投资收益。

2007年诺基亚手机营业收入只比上年同期提高1%,但是,手机营业利润却比上年同期提高了33%,原因在于诺基亚手机正在逐步向“手机式个人终端”发展,手机平均销售单价明显高于竞争对手。

2007年波导手机营业收入比上年下降42%,但营业利润比上年下降了73%,利润下降幅度远远大

于销售收入的下降幅度。与波导手机相似,夏新手机营业收入比上年下降50%,但营业利润比上年下降84%。波导手机和夏新手机的营业利润率都从2006年的两位数下降到2007年的一位数,远远低于2007年诺基亚手机的营业利润率21.7%。

2007年波导股份和夏新电子出现巨额亏损,主要原因在于新产品推出缓慢,老机型的库存消化压力较大,并且在新产品投入方面出现较大失误,未能实现预期利润。2007年,诺基亚推出52款新型手机,波导股份推出38款新型手机,

诺基亚手机营业收入和盈利能力

	07年(亿欧元)	06年(亿欧元)	年度变动率
手机营业收入	250.83	247.69	1%
手机营业利润	54.34	41.00	33%
手机利润率	21.7%	16.6%	

数据来源:诺基亚2007年第四季度报告

波导股份手机营业收入和盈利能力

	07年上半年(万元)	06年上半年(万元)	年度变动率
手机营业收入	199154.8	342105.1	-42%
手机营业利润	11431.8	41761.3	-73%
手机利润率	5.74%	12.21%	

数据来源:波导股份2007年中期报告

夏新电子手机营业收入和盈利能力

	07年上半年(万元)	06年上半年(万元)	年度变动率
手机营业收入	91536.8	183798.8	-50%
手机营业利润	6947.6	42335.4	-84%
手机利润率	7.59%	23.03%	

数据来源:夏新电子2007年中期报告

机遇 看准趋势调整战略

通过以上分析,可以发现,2007年国产手机业出现行业性经营业绩下滑,主要原因在于手机制造商的产品发展战略出现偏差,忽略了“手机式个人终端”产品的研发和销售。

目前,手机向“手机式个人终端”发展的关键环节在于手机是否具有支付功能和隐私信息处理功能。手机具有这两项功能的前提条件是手机具有信息安全保护功能。在这方面,波导手机已经具有一定的技术领先优势。

据统计资料,2007年全球手

机销售量大约11.4亿部,比2006年增长约16%。据预测,未来几年,全球手机销售量平均年增长率可能在10%左右。

全球手机市场的发展速度已经为中国手机制造业提供了足够的市场空间。同时,手机向“手机式个人终端”发展的趋势初见端倪,国产手机制造商掌握的相关技术与诺基亚等竞争对手的差距不是很大。只要国产手机制造商把握住正确的产品发展战略方向,中国手机制造商可能后来居上,赶上或超过同业竞争对手。

目前,我国有上百家手机制造商,其中,有年销售额近67亿元的老牌手机制造商波导股份,也有掌握领先技术的新手机制造商。面对手机向“手机式个人终端”的发展趋势,国产手机业将出现兼并重组浪潮,具有生产规模的手机制造商与掌握领先技术的手机制造商之间将发生兼并重组,因为只有领先技术与规模生产融合起来,国产手机业才能在困境中突围,抓住“手机式个人终端”的发展机遇,重展雄风!

(梁恩奇、赵宁、金威、赵鸿和杨思参加本文的资料收集整理工作)

■券商报告

重组是手机类上市公司的现实选择

对于国产手机行业而言,2003年是拐点。国产手机行业从1998年起步,经过五年的快速发展,到2003年市场份额已超过海外品牌达到55%。之后,海外手机厂商调整了经营战略,在巩固高端产品市场的同时向中低端手机市场延伸,在巩固一线城市的同时向二、三线城市的渗透,逐渐收复失地,到2007年底国产手机品牌手机市场份额已下降到31%。

手机类上市公司业绩亦随着行业的兴衰在2003年达到最佳后,从2004年开始迅速下滑,到2005年波导股份、夏新电子、中科健及东方通信等以手机为主要业务的上市公司全面亏损。2006年各公司或通过进入新的产品领域或通过产品结构的调整及费用的降低得以扭亏,但手机业务并无实质性改观。2007年前三季度波导股份和夏新电子分别亏损5.1亿及4.5亿元,而东方通信则主要通过为摩托罗拉手机代工录得盈利,自身自主品牌手机业务已经萎缩得很小,中科健录得盈利亦因为其参股的三星科健利润大增导致投资收益大幅增加所致。进入2008年,波导出售了其与法国萨基姆公司合资公司的股权,回收1.6亿元资金,而ST科健目前在停牌,如果其重组方案得到顺利实施,重组后其将转变为房地产公司,手机业务将整体剥离出上市公司。手机类上市公司的手续业务仍然没有摆脱困境。

在最早一批国产手机代表波导、夏新等企业经营步入困境的同时,中兴通讯利用其综合通信设备商的优势,手机业务收入近几年除2005年下降外均保持持续增长,2007年中期同比增长39.2%;TCL的手机业务在几年的大幅波动后利用海外市场的发展已经连续两年取得盈利;国虹手机从2006年起步当年实现16亿销售收入,2007年中期同比增长77%;此外,2007年新天宇重组更成为当年国产手机的黑马,其销量曾一度超过摩托罗拉。

至此,过去五年,在国内市场的激烈竞争中,一些企业生存下来了,一些新企业开始崭露头角,而一些企业经营陷入了困境。随着3G的启动,国产手机的机遇和挑战何在?行业将走向何方?我们的基本结论是:股权或业务重组是目前纯手机类上市公司的现实选择。

(东海证券研究所 姚军 刘深)

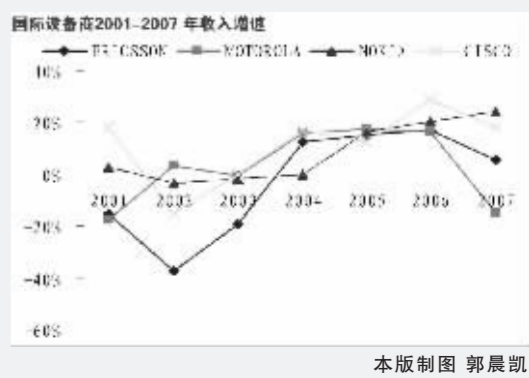
国际通信设备商 2007年两极分化

自2003年下半年,步出电信泡沫后的国际通讯设备商业绩呈现恢复增长。2004年至2006年整体保持稳定持续增长,但是,到2007年设备商出现显著的两极分化:一方面,摩托罗拉、阿尔卡特一期陷入困境,爱立信也出现利润倒退。爱立信的收入增速从2006年的17%下降到2007年的5.62%,净利润自2007年下半年出现下降,全年同比下降16.3%;摩托罗拉则受高端手机匮乏和价格竞争的影响,手机市场份额从2006年21%下降至14%,2007年收入同比下降14.6%,再加之毛利率下降2.5个百分点,导致2007年出现亏损;合并后的阿尔卡特一期未实现整合效应,收入同比下降2.5%、毛利率下降3.45个百分点,2007年亦为亏损。

另一方面,诺基亚、思科仍保持健康增长。思科虽收入同比增长从2006年的28.7%下降至2007年的18%,但由于产品毛利率略升及期间费用率略降,净利润同比增长率却从2006年12.8%提高至24.7%;全球手机市场份额第一(占40%)的诺基亚2007年收入同比增长24.17%(2006年为20.27%),虽然其中手机的收入仅同比增长1.27%(2006年为19.02%),占收入比例从2006年的60.23%下降至49.13%,但手机业务毛利率从29.4%提高至34%,这是净利润增速从2006年的19.1%提高至2007年的67.3%的主因。

高性能或低价手机将赢得手机市场。2007年全球手机销售总量11.5亿台,同比增长16.4%,预计2009年全球销量增幅为10%左右,需求仍来自两方面:一是高端消费者追求更高性能、设计时尚的集手机、电脑于一体的智能型手机通讯产品;另一方面新兴市场如中国和印度的需求强劲,低价产品对消费者具有诱惑力,如中兴通讯与Vodafone合作推出新兴市场的手售售仅40美元。诺基亚2007年相继推出其3G功能的8800Arte、生态外壳的3110Evolve、收发邮件功能的6263,市场份额自2006年的34.8%提高至37.8%,但由于苹果I-PHONE的推出及竞争日趋激烈,诺基亚的平均价格从2006年的71.81欧元下降至57.6欧元。摩托罗拉的市场份额则自2006年的21.1%快速滑坡至14.3%,为三星、索爱、中兴等提供市场空隙。三星的份额自2006年的11.8%提高至2007年13.4%;索尼爱立信2007年手机销售1.03亿部,同比增长37.6%,市场份额从2006年的7.4%提高至8.8%。

(国泰君安证券研究所 陈亮 张文洁 张培岚)



本版制图 郭晨凯