

诺基亚出局?

(上接第一版)

屋漏偏遭连阴雨。已经快被遗忘的终端市场传来坏消息,2007年6月上市的iPhone异军突起;基于谷歌Android系统的手机在仅仅18个月之内,就成为智能手机里增长最快的平台。这一切都发生在诺基亚的“互联网大梦”期间。

而此时的诺基亚工程师正把冰块切割成手机大小,安装红外摄像头进行触摸屏实验。其每年40亿美元的研发经费都被各种各样奇怪的实验所占。

市场形势在快速变化,而诺基亚判断和决策却出现了失误,即使实施的新战略也没有真正踩中步点。

“作为老大,诺基亚或许可以自满和自傲,但关键是不能只活在自己的世界里。”一位行业分析师说。

脚踩三条船

2010年,诺基亚智能手机市场份额已经从41%降至35%。时隔一年,形势依旧没有好转,为此,从7月起诺基亚全线下调了智能手机价格,旨在阻止其智能手机市场份额一直下滑的局面。

更令人不可思议的是,诺基亚走进了“什么都想要,最后也许什么都得不到”的怪圈。为了保存老本和市场份额,诺基亚一脚踩着三条船:与英特尔合作的MeeGo,与微软合作的Windows Phone和自己独守的塞班。

“广交友”的结果却是高昂成本的付出。据诺基亚公布的数据,其每年投放在塞班系统上的费用高达14亿美元。未来几年的预期成本也将是个不小的数字。

事实上,当塞班的创始人之一摩托罗拉公司退出之后,诺基亚就很难堪,加上索尼爱立信、三星等厂商都投奔谷歌的移动设备操作系统Android,诺基亚简直有点慌不择路。

但诺基亚认为,Android竞争非常激烈,所有Android产品外观和功能都很相似,如无法实现差异,就会引发价格战,诺基亚很容易成为Android众多OEM厂商中的一员。

基于此想法,2010年年初,诺基亚与英特尔联手,打造了全新的移动终端操作系统MeeGo,并且在2010年9月发布N8机型之后宣布,除了N8之外,今后所有上市的N系列旗舰手机将不再使用塞班操作系统,转为使用MeeGo操作系统。MeeGo是由诺基亚的Maemo与英特尔的Moblin两个操作系统组合而成,英特尔主做MeeGo的上网本和车载设备。诺基亚此前的想法是,塞班逐渐向中低端倾斜,高



昔日的手机领跑者如何面对即将出局的尴尬? 本报记者 林瑞泉/摄

端则向MeeGo逐渐过渡,并将MeeGo定位成用来驱赶苹果iPhone和Android的终端,以收复失地。

但市场却没有顺从诺基亚的意志,MeeGo的表现令人失望,市场对苹果的痴迷,开发者对于Android的依赖,让诺基亚心生退意。而在这之前,诺基亚研发MeeGo已经耗费一年多的时间,这期间诺基亚浪费的不仅是财力、人力、物力,还给了竞争者赶超自己的时间。

满身非议后,诺基亚又“移情”微软。虽然与微软的合作让诺基亚信心倍增,但这也是让它损失最大的交易。微软和诺基亚合作,诺基亚提供品牌、移动设备、应用商店和地图,而微软提供WP7软件以及包括Office、Xbox和必应在内的品牌。诺基亚向微软几乎是倾其所有,所有核心业务已全部奉上。

现在看来,只有塞班才是诺基亚心中永远的“自留地”,虽然长不出什么果实,但自己怎么折腾都行,关键是,加着塞班系统的诺基亚中低端手机巨大的出货量为公司提供了很大一部分利润来源。

然而,面对塞班,诺基亚仍然很纠结。如果放弃塞班的操作系统,那诺基亚就没有优势,会完全沦为一个手机制造商,这是一种自杀行为。另一方面,塞班系统太复杂,作为手机操作系统,其代码数量居然与计算机上的WindowsXP相近,这严重阻碍了第三方公司或个人对其应用软件的开发,而在手机应用平台越来越开放的趋势下,苹果和谷歌Android显然更加适应环境。

正是诺基亚在2G时代稳固的地位使其在智能手机开发上犹豫不决。当iPhone成功打破壁垒后,诺基亚似已回天无力,对质量的自信和曾经的垄断最终害了诺基亚。

众所周知,当下智能手机的比

拼不在手机质量上,而在操作平台和应用上。从操作平台上来讲,苹果创新式地提供了一套非常完善的开发工具,加上iPhone硬件完善,可以让很多潮流性的应用和游戏得到最完美地发挥。虽然Android只作操作平台,但它会让手机企业免费使用这个平台,实现移动互联网帝国的搭建,广告和应用可以销售到所有的Android机器上。而诺基亚的塞班系统相对老化,加上诺基亚的屏幕和操控感更适合手机功能性操作,对于游戏、应用软件的承载明显感觉费力。

诺基亚在硬件上输给了苹果,但真正打败它的则是Android阵营。

“我们未来战略的第一个重要组成部分就是Windows Phone将成为诺基亚最主要的智能手机平台,在诺基亚的智能手机平台向Windows Phone平台转变的同时,我们也将对塞班的平台和环境继续加以投入,并对塞班的支持会持续到2016年。”诺基亚现任CEO埃洛普如是说。

过度追求成本控制

短短4年间,诺基亚市值缩水77%,连续14年的手机生产冠军地位,将被韩国三星电子取代,到今年第三季度更会被苹果超越。

祸不单行,惠誉国际将诺基亚债务评级,从BBB+下调至BBB-的最低投资级别,尚差一级就会与垃圾级别看齐。一个有着146年历史的领导企业,怎么能够在4年时间里就危机四伏?

专家认为,诺基亚衰落,是由于其过于追逐成本控制,核心能力变成了核心障碍。或者说是其成本控制思维,杀死了该有的创新。

诺基亚一直战战兢兢,百年来坎坎坷坷无数。从创始期的造纸行业,

到橡胶、电缆和电视机产业,最后进入网络电信产业走向全世界。诺基亚一直都在秉承技术创新的领先步伐。

在推出触控技术上,诺基亚比苹果早3年。1996年,诺基亚就推出智能手机概念机,比苹果iPhone早了超过10年。2007年,诺基亚在全球率先推出移动互联网品牌OVI,比苹果App Store早了一年。早在2004年,诺基亚内部就已经开发出触控技术,甚至是现在当红的3D技术也已投入开发。

“诺基亚是个很追求高效率的公司,非常的成本导向,这些都是他的优点。只是真理走得太远就成了谬误,最后,核心能力就会变成核心障碍,困住自己。”芬兰经济研究院博士说。

事实上,诺基亚舍弃触控风潮,是只看到了高成本风险,他们认为,这市场还小,没人要买,这花很多成本。而不愿早点放弃早已落后的塞班系统,只因它曾在市场有高达80%的成功记录。

当年智能手机只有1千万台的规模,开发成本又高,诺基亚根本不看在眼里,更不会想到台湾联发科从旁杀出,2006年,联发科手机芯片销售超过一亿颗,山寨大军的影响力开始发威。

现在看来,联发科走出一条路,也算是诺基亚自己“促成”的:2002年,联发科工程师捧着刚做出来的芯片,一心想打进诺基亚等手机品牌大厂。为了打入诺基亚,联发科的工程师一手拿着诺基亚手机,一手拿着联发科芯片的手机坐在磁浮列车测试,就为证明联发科芯片的收音功能一流。

结果,诺基亚仍然只采用德州仪器的手机芯片,联发科不得不发展山寨模式并获成功。这是一场创新之战。正是高效率的成本控制思维,杀死了诺基亚该有的创新,导致其正在失去胜利的机会。

现在全世界已经意识到移动互联网的重要性,手机也因此分成三类手机——而不是按过去诺基亚所谓的低端、中端和高端之分——一种是傻瓜机;第二种是特色机,就是拿来发短信和收发邮件,比如黑莓;第三种就是智能手机,智能手机在全世界增长率最近两年为35%到40%。

当一个公司丧失商业想象以后,就不再是一个一流的引领行业潮流的公司。诺基亚曾经是一个在过去二十年不断引领手机行业潮流的公司,但今天却没有真正理解手机用户到底想要什么。那么用户想要的究竟是什么?就是想要一个有手机功能的移动互联网设备而已。

400电话乱象

随着以“400”、“800”开头的企业客服电话日益普及,一些不法企业甚至是小作坊开始钻400电话申请把关不严的空子,借助网络推广平台做起“山寨”生意。

■ 本报记者 王静宇

“我家电冰箱是国内知名大品牌,可企业客服电话怎么乱七八糟的,一点都不正规。”北京的王女士日前向《中国企业家报》记者抱怨说。

王女士家的电冰箱最近出了点问题,她在网上进行一番搜索,按照搜到的第一个“官方售后维修电话”打过去。

“奇怪的是,那边的客服人员居然不会说普通话,接听时不仅伴随着嘈杂的背景音,还传来了阵阵狗叫声。”王女士说。

尽管电话那边“客服人员”一再热情表示会上门维修,并且不收取任何费用,细心的王女士还是婉言谢绝了。

“我又打电话到公司总部,从那里得到了他们厂家正规的客服电话,看来先前那个客服电话是假的。”王女士说。

与王女士有相同遭遇的人不在少数。随着以“400”、“800”开头的企业客服电话日益普及,一些不法企业甚至是小作坊开始钻400电话申请把关不严的空子,借助网络推广平台做起“山寨”生意。

400号码并非都是“正规军”

“400电话业务”,又称主被叫分摊付费业务,是运营商为被叫客户提供的一个全国范围内的唯一号码,并把对该号码的呼叫接至被叫客户事先规定目的地电话号码或

呼叫中心)的全国性智能网业务。该业务的通话费由主、被叫分摊付费。

400电话就是个十位数的电话号码,是中国联通、电信、移动为企业客户推出的全国统一客服、销售热线。企业的客户一旦拨打企业注册的400电话,就会自动转接到企业所绑定的电话上。

在北京西三环六里桥附近住的刘先生最近也遇到了和王女士类似的情况。“我们家液晶电视坏了,我就在网上搜索客服电话找人上门维修,下午来了几个工作人员,可是没一个是穿着制服的,拆装电视的时候一点都不熟练,修完之后还让我交150元上门维修费。”

“我在网上搜索时,一看见这个400客服电话,而且还在网上排的很靠前,所以我就联系了,事后我咨询电视机厂家时,才知道原来我受骗了,厂家说是免费上门进行维修的,而且会穿有厂家统一制作的工服。”刘先生说。

记者登录百度、谷歌等搜索引擎发现,一些出现在搜索引擎前几位的400客服电话并非都是企业正规的客服电话,在搜索结果首页上,号码各异的“官方客服电话”、“官方售后维修电话”便有十几个。

某知名电视品牌企业一位负责人表示,对于“山寨版”客服电话,企业也非常头痛。

“这些维修点上门服务质量不佳,直接影响到我们企业声誉。”

但他坦言,企业对此并没有有效的打击办法。

“我们能够提醒顾客的就是,不要轻易相信网上的电话号码,应登录企业官方网站,或者查看产品说明书来查询我们的正规客服电话,来维护自己的权益。”上述这位负责人说。

不过,许多消费者表示,甄别真假官网同样并非易事。“我查到的那家‘山寨版’搬家公司电话后面就有网址链接,不仅域名地址和正版官网地址非常接近,而且页面也克隆得几乎一模一样,这让我们怎么分辨?”王女士向记者抱怨。

三菱重工空调售后服务负责人表示,“尽量别在网上搜索,可以按照当初购买物品时厂家在购物单上留下的专业正规客服电话拨打进行维修,千万别上了‘山寨’400电话的当。”

违规操作 黑色利益链曝光

8月4日,记者联系北京一家电信技术服务公司咨询400电话申请开通业务。

“你只需要缴纳1000元开户费,同时提供你们企业执照副本和申请人的身份证复印件或者传真件,即可办理400电话业务。如果你缴纳的费用高点的话,还可以对400电话进行选号,选出你较为满意的号码。”该电信技术服务公司一位员工告诉记者。

更让记者瞠目结舌的是,一家电信服务商告诉记者,“400电话从申请到开通,我们这最快只要5分钟,很方便快捷,同时还可以和固定电话捆绑,固定电话也可以用400电话进行拨号。”



《中国企业家报》是由中国企业联合会、中国企业家协会主管的面向企业和企业家的全国性经济类大报。秉承“面向企业,为企业服务”的办报宗旨和“原创、独家、深度、权威、影响力”的办报理念,致力于成为有品质、有实力、服务企业、服务中国与世界经济的现代传媒。

汇聚对企业有价值的新闻资讯



全国各地邮局均可订阅
国内统一刊号: CN11-0029
邮发代号: 1-128
零售价: 2.00元 全年定价: 192元
发行热线: 010-68701548
网址: www.zgqy.cc
邮编: 100048
地址: 北京市海淀区紫竹院南路17号