

被边缘化 微软折戟移动市场

■ 实习记者 郭奎涛

这是一个让 IT 巨头失意的时代。操作系统及办公软件等应用程序实现网络任意下载,让价格数千元的 Windows 操作系统和 Office 办公软件为卖点的微软系统渐渐淡出了人们,甚至电脑厂商的视线。“在互联网尤其是移动互联网时代,有海量的免费软件和应用程序可供人们选择,高昂的 Windows 和 Office 正在渐渐地被边缘化。如果不改变这种软件时代的商业模式,任何人担任中国总裁都是勉为其难,今天的微软中国将是 5 年后的微软美国。”互联网实验室创始人方兴东说。由于业绩未能达到总部的预期,微软刚刚更换了大中华区包括总裁梁坚在内的两名高管。在进入中国 16 年里,微软类似的换帅事件已经重复了 6 次,这便是“微软中国区 CEO 只能做三年的魔咒”。

Windows 和 Office 边缘化

“微软在中国的核心产品无外乎 Windows 操作系统和 Office 办公软件,售价数百元到数千元。一台配置不错的电脑不过三四千元,普通消费者不可能为了一两个软件再支付那么多的费用。”方兴东在接受《中国企业报》记者采访时表示。记者在微软中国官网了解到,以最新推出的 Windows7 为例,共分为家庭普通版、家庭高级版和专业版、旗舰版四个档次,分别售价 399 元、699 元、1399 元和 2460 元。市场的实际情况是,销售人员为了以更低的价格吸引消费者,大都承诺免费安装 Windows7 操作系统。即使使用过程中遇到重装系统的情况,中关村等电子商店也拥有大量 10 元到 50 元不等价格的 Windows7 系统盘可供选择,更不用说还有天空软件等可以提供免费下载的众多专业软件网站。

或许微软已经意识到中国市场这一特别之处,特意在官网的宣传语中着重强调了“真!就是不一样”。不过对中国的多数消费者来说,谁的价格更便宜才是他们选择的首要条件。即使是高端消费者,购买一次往往可以用上两三年,又影响了微软营利的可持续性。方兴东认为,在软件时代,人们用电脑主要是办公,Office 起着至关重要的作用,目前的互联网特别是移动互联网时代,人们上网更多地是为了娱乐和各种各样的应用,即使是办公除了 Office 还有更多的方式。

“Office 正在越来越多被消费者边缘化,因为网上有海量的软件和应用可以选择,微软再把 Office 作为卖点并定高昂的价格,明显跟不上时代的变化了。”他说。网上软件产品的多元化还使得微软的捆绑式销售遭到了挑战。在其官方网站上,随处可以看到 Windows、Windows Live、Office 和 IE 之间的组合销售,但是消费者不想为不需要的多余产品买单。最新推出的 Windows 7 和 IE 9 销量不尽乐观,有分析认为,微软捆绑销售的方式遭到了部分厂家不满,因为消费者除了 IE 9 之外,消费还有 360、搜狗、火狐等众多浏览器可以选择。然而,微软在 4 月 19 日公布的 2012 年

第一季度财报显示,Windows 产品的销售非但没有像分析师预期的那样下跌 4%,反而增长了 4%,原因是全球 PC 销量复苏带动了 Windows 市场的扩大。在此之前,微软的 Windows 产品已经连续三个季度未能达到预期,2011 年第四季度甚至下跌了 6%。

移动互联网时代的救赎

考虑到全球平板电脑和智能手机等移动设备强劲势头,PC 的暂时复苏或许只能给微软短暂的喘息机会。报告显示,2011 年全球 PC 出货量为 3.528 亿台,而全球智能手机的出货量已达 4.914 亿,另外还有 7000 万平板电脑。这些新兴的移动市场基本上被谷歌的 Android 和苹果的 IOS 抢占一空。迟疑了近三年之后,微软终于在 2010 年 10 月正式发布了智能手机操作系统 Windows Phone,随后宣称 Windows Phone 手机“6 周卖出 150 万”。微软之后再也没有更新过这一数据,业内对 Windows Phone 手机的销量一直存在争议。

市场研究机构 Canalis 的报告表示,2011 年 Windows Phone 手机销售了 680 万部,占比 1.40%与谷歌 Android 手机 2.378 亿的出货量、48.8%的市场份额和苹果 IOS 手机 9310 万的出货量、19.10%的市场份额相差悬殊。还有业内人士称,Windows Phone 手机累计仅售出 350 万部。在占据全球份额 20%左右并将接替美国成为最大的智能手机市场的中国,直到今年 3 月底才迎来首款 Windows Phone 手机,即诺基亚 800C。微软一直与诺基亚共同开发 Windows Phone 手机,后者雄踞 15 年的“全球手机销量第一”的宝座刚刚被三星夺去。“这是两艘正在下沉的船。”方兴东评论道。

在平板电脑市场,微软再次与英特尔携手开始了“Wintel 联盟”,将宝押在了 Windows 8 上面,这是一款更加倾向于平板电脑的 Windows 操作系统。微软高管日前透露,Windows 8 有望于今年年底发布,这个版本兼容 PC 和平板电脑,而且比 Windows 7 拥有更好的触摸界面体验,并且特意设计了中国版本。目前,戴尔、惠普等一线 PC 厂商包括诺基亚都已明确表示将推出 Windows 8 平板电脑。

台湾 ODM 公司爆料,微软、英特尔一直与一线 PC 厂商保持密切合作开发基于 Windows 8 系统的新款平板电脑,目的是将苹果 iPad 全球市场份额从现在的 70%降低至 2013 年中期的 50%以下。市场调研公司 Gartner 认为,微软借助 Windows 8 进军平板电脑市场未来取得的成功将非常有限,只能排在苹果、谷歌之后位居第三。Windows 8 还有望推动超级本的爆发式增长,这被视为微软的另一突破口。“未来英特尔 22 纳米技术的 Ivy Bridge 处理器和微软 Windows 8 所配合的超级本,将会进一步打破 PC 和平板之间的界限,引领个人移动计算机的全新变革。”英特尔全球副总裁 Kirk Skaugen 表示。



产品不断创新,利润却持续下滑。互联网时代让昔日 IT 巨头遭遇了前所未有的挑战。微软如此,英特尔如此,诺基亚亦如此。为了重拾竞争力,他们必须进行路径转型,但是在这之前,他们要先明白一个问题,那就是市场竞争的核心不再是单纯的技术,而是像苹果公司那样注重情感和使用体验的商业模式。

王利博制图

能耗软肋 英特尔无力撼劲敌

■ 特约记者 马振贵

商业革命在不同时期总是表现出不同的内容和模式变化,如果在技术驱动时代英特尔是业界霸主的话,那么随着移动互联网时代的来临,新兴模式逐渐占据主导地位,技术驱动退而求其次,英特尔遭受的压力和困顿也就越来越多。近期,英特尔披露了第一季度财报,其营业收入下降 7%,净利润下降 19%,利润无论是同比还是环比都在下降,不可否认,英特尔已经开始走下坡路了。

PC 生态系统趋于饱和

当高通、ARM 在移动市场获得越来越多机会之后,开始逐渐向固有的 PC 领域渗透,笔记本电脑、超级本等等都开始见到更多的选择性,低功耗无疑是一种潜在的机会。当苹果借助 ARM 的芯片在平板电脑市场获得足够机会之后,也让英特尔遭受了前所未有的压力,这种压力是和当初 AMD 竞争所不同的,因为那种竞争是同一模式下的竞争,但是如今却是两个模式的不同。当出发点不一样的时候,产生的竞争价值取向也会发生改变。

有报告称,英特尔固有的一些合作伙伴或许会倒戈,放弃英特尔芯片,在笔记本电脑中采用 ARM 架构芯片。在笔记本电脑市场,或许一些市场份额不是绝对高企的企业尝试变化,开始引入其他的芯片。市场揣测三星有可能放弃英特尔,三星 2011 年的笔记本电脑出货量为 1310 万台,高于苹果的 1290 万台,如果三星采用 ARM 架构,那么对 ARM 的影响也是深远的。由于 PC 逐渐趋于饱和,增长幅度低于智能手机,智能手机年增长率预计为 23%,平板电脑预计为 44%,远高于 PC 的 13%。这也是 ARM 的潜在优势。

进军手机芯片市场

在今年美国拉斯维加斯召开的 CES (消费电子展)上,英特尔正式宣布进军智能手机市场。英特尔 CEO 欧德宁宣布,携手联想推出首款智能手机联想 K800。欧德宁宣布推出基于 X86 架构的 32 纳米 Atom 芯片,并且在能耗上下足了功夫,毕竟 X86 架构的能耗问题一直是市场诟病的焦点。这一次,英特尔煞费苦心地图解决能耗问题,联想现场演示的结果是,X86 的能耗也可以做到不错,英特尔也希望在能耗上能有更好的表现,这样才能在智能手机和平板电脑市场获得更多机会。

在宣布和联想携手之外,英特尔还与摩托罗拉移动达成长期战略合作关系。英特尔希望以此拉开 X86 架构和 ARM 的全方位竞争。英特尔如此积极地布局智能手机市场是因为这个市场的机会太大了,英特尔不想错过了。据市场调研公司 Ovum 的数据显示,去年全球 3G 用户接近 13 亿,WCDMA 用户占比高达 76%,而 2014 年全球 3G 用户将达到 27 亿。这个巨大的市场之前和英特尔几乎没有交集。为了扭转这种颓势,去年 12 月英特尔对公司业务架构进行了重大调整,将上网本和平板部门、超便携部门、移动通信部门和移动无线部门合并为移动通信业务部;曾效力苹果和 Palm 的迈克·贝尔(Mike Bell)领导这一部门。新部门设计的首款产品就是代号 Medfield 的 32 纳米芯片,为了能够在移动市场获得更多的机会,去年 9 月,英特尔还与谷歌宣布就 Android 系统进行合作。英特尔本次发布的 Atom 手机芯片是单核多线程,而竞争对手已经推出了双核芯片。

令人纳闷的是,英特尔和微软的关系一直不错,而微软也有自己的 Window Phone(芒果)系统,但是英特尔并没有选择和微软合作。难道是对“芒果”系统没有信心?或许,英特尔认为微软的“芒果”系统还没有经过市场的验证,不如 Android 的如火如荼,强强联手 Google 才是正道。但专业人士认为,英特尔的选择没有错,如果将来微软“芒果”系统的确有过人之处的话,那么英特尔再和微软携手也为时不晚。在市场还不明朗的时候,选择既定实力派无疑是正确的。目前英特尔已经参与到 Android 开源计划(AOSP)中来,可以访问 Android 核心源代码。英特尔的用意是给 X86 架构带来更加稳定的 Android 操作系统,当然市场最终的接洽才是主要的,在 Android 基础上,英特尔的芯片必须表现出超过 ARM 产品的实力才能得到制造商的青睐,此外价格也是非常关键的一个因素。

尚难以威胁 ARM

既然英特尔已经推出了基于 X86 的移动芯片,那么自然会有评测来检验究竟其含金量有多高。据芯片评测网站 Anandtech 对智能手机芯片进行评测后表示,“代号为 Medfield 的 Z2460 处理器性能极好,最接近平板电脑芯片性能级别。排在第二位的是三星 Galaxy Nexus,它采用了 ICS 版 Android 系统。”英特尔表示,如果使用同类操作系统,Medfield 性能会更好,超过市面上任何芯片平台。

不过,值得我们注意的是,ARM 对英特尔却一直不买账。ARM CEO 伦伦·伊斯特表示,“英特尔势必能够赢得一些智能手机设计,我们将英特尔视为一个重要的竞争对手。但他们能否在能耗方面胜出?不,肯定不能。但他们还可以推出很多功能。”目前,全球约有 275 家芯片厂商以及硬件和软件公司获得了 ARM 公司的授权,使之控制了移动市场的绝大多数份额。ARM 芯片的优势就是低功耗,而能耗问题恰恰是 X86 架构的软肋。此外,ARM 的价格优势也是 X86 架构所不能竞争的,除非英特尔可以把价格压到一个相对低廉的位置,只是英特尔会这么做吗?

英特尔这次下狠心切入到手机芯片市场,自然不是摆摆样子,而是要从 ARM、高通手中抢一份蛋糕。当高通开始挥师笔记本电脑市场的时候,当 ARM 一次次地调整英特尔权威的时候,英特尔推出 X86 架构的移动芯片,显然有放手一搏的架势,只是效果如何,目前还很难说。起码在短时期内,英特尔在手机芯片市场根本无法撼动竞争对手 ARM 的地位,这一点是毋庸置疑的。

反应迟缓 诺基亚陷十面埋伏

■ 特约记者 刘娜

没有一家企业的衰败比诺基亚来得更快。

近日,诺基亚发布业绩预警,鉴于塞班手机(Symbian)需求下滑,Windows Phone 手机营收不足,预计公司第一季度营业利润率为-3%,第二季度也难以改观。

受负面消息影响,当日诺基亚股价大跌,其中在纽约股市市场下跌 15.71%,在赫尔辛基股市市场下跌 14.5%;次日,诺基亚股价在赫尔辛基股市市场继续下跌,短短两天,市值跌去两成多。其市值从高峰期的 2500 亿美元,跌至目前的 150 亿美元,仅为辉煌时期的 6%,达到 15 年来最低点。

紧接着,评级公司穆迪落井下石,下调了诺基亚债务评级,称其前景为“负面”。

自此,诺基亚四面楚歌,陷入了空前经营危机。

痛失手机霸主地位

众所周知,诺基亚曾经是手机市场的绝对霸主,一直以来位居全球手机市场首位,也是大多数消费者信赖的品牌。据相关数据显示,2006 年,国内手机市场,诺基亚的市场份额已经超过了 30%,市场占有率顶峰时曾高达 40%。

然而,随着苹果、三星、HTC 等手机品牌给予的强大市场压力下,近些年,诺基亚却表现出疲软状态,市场占有率迅速下滑。据易观国际最新数据显示,在中国市场,2011 年诺基亚的销量不断下滑,从第二季度的 1635 万部,下降到第四季度的 1089 万部,第四季度的

市场份额为 16.1%。

据透露,三星今年第一季度手机销量为 8800 万部,超过诺基亚的 8300 万部。一位内部人士分析,今年第一季度韩国三星公司的手机销量首次超过诺基亚,从而结束了诺基亚在全球手机市场 14 年的主导地位。

另一则消息称,由于行业竞争加剧,诺基亚在印度、中东、非洲和中国市场的销售受到影响;第一季度该业务的运营利润率相对于上一季度将下降约 3%,而此前的预期与环比持平。

业内很多人士分析,进入智能手机时代后,在 IOS 和 Android 的双重冲击下,诺基亚没有及时做出反应,导致了如今诺基亚渐渐淡出视线的尴尬局面。

战略转型失败

2007 年至今,由于市场竞争力下降,诺基亚的市场份额已连续 5 年呈下降趋势。2011 年 2 月,诺基亚开始实施战略转型,宣布放弃自行开发的 Symbian 智能手机操作系统,转而与微软公司联手,采用微软的 Windows Phone 系统。2011 年 10 月,诺基亚正式发布首款基于 Windows Phone 系统的智能手机 Lumia800。此后,Lumia 系列手机陆续上市,但作为期望与 iPhone 抗衡并拯救诺基亚于水火的救命稻草,Lumia 手机在市场上虽有不错的销售业绩,但并未达到预期的轰动效应。

而在进入全国最大的手机市场中国时,诺基亚则选择了与电信合作推出 CDMA 版手机,这是诺基亚 Lumia 系列进入大陆手机市场的首款产品。

对于此次合作,中投顾问 IT 行业研究员李方庭表示,“中国电信是诺基

亚在全球化和本土化中间找到的一个最佳平衡,并且对诺基亚复兴具有战略意义。美国和中国都是 CDMA 的“大本营”,中国电信拥有国内覆盖最广、质量最稳定的 3G 网络,可以给智能手机用户带来最佳体验。”

诺基亚此番新型手机的推出,或许将给诺基亚的现状带来转机,然而,据了解,Lumia 系列手机在国外市场的表现并不出色,因而对于新款手机在中国市场的表现多数人并不持乐观态度。

一位业内人士认为,诺基亚渠道的铺货能力和品牌的影响力,都可以帮助诺基亚提升在中国的市场份额,但目前由于其他品牌借助 Android 已在中国市场取得不错的表现,诺基亚很难回到以前的霸主地位,一家独大的局面不可能重现。

开源无望只能节流

据业内人士分析,导致诺基亚陷入重重困境的主要原因是,愈演愈烈的业界竞争使诺基亚的产品失去了原有的竞争力。在目前的智能手机市场上,诺基亚腹背受敌,在高端市场均面临巨大挑战。

在高端市场,来自苹果和三星等智能手机制造商的竞争压力进一步增大,在以印度、中东地区、非洲等新兴市场为代表的低端市场,物美价廉的新型智能手机不断涌现,擅长价格战的本土制造商对诺基亚的市场份额构成严重威胁。此外,连续几年亏损令公司财政不堪重负,战略转型措施生效过缓也是诺基亚难以走出困境的原因之一。

对于诺基亚目前的困境及未来前景,业界分析师众说纷纭。德国西德意志银行分析师托马斯·兰格尔预计,诺

基亚的困境至少要延续至今年年底。他指出,该公司最大问题是“Symbian 手机的销量下滑速度比我们预期的还要快,而 Lumia 手机的增长速度却又没有快到可以弥补其空缺。”

芬兰 FIM 银行分析师迈克尔·施罗德甚至认为,诺基亚将成为竞争对手的收购目标,而诺基亚股价暴跌将急剧加大这种可能性。据施罗德估计,诺基亚股票市值现已跌至近 110 亿欧元,仅为 2007 年市值的 1/10,这使得诺基亚成为极具吸引力的被并购对象。

针对目前的困境以及市场和业界的反应,诺基亚表示,该公司正在积极采取行动,力求扭亏为盈。诺基亚将继续提升基于 Windows Phone 操作系统的 Lumia 智能手机的销售业绩,同时,进一步降低成本,改善现金流,保持财政上的强势地位。诺基亚总裁史蒂芬·埃洛普承认公司今年第一季度的财务状况令人失望,但他对诺基亚的前景仍保持乐观。他说:“我们正在加大对 Lumia 的投资,以期获得市场成功。”

此外,诺基亚把扭亏为盈的希望放在节省开支上,裁员和节约支出,是诺基亚开源节流的两大“杀手锏”。分析人士认为,这是诺基亚在走投无路的情况下找到的“短暂行血法”,于其长远发展,有害无益。

截至 3 月底,诺基亚的现金流余额约为 98 亿欧元(约为 128 亿美元),净现金约为 49 亿欧元(约为 63 亿美元)。第一季度诺基亚现金流为-7 亿欧元。按照这种速度对比,诺基亚现金并不能支撑让诺基亚多长时间。

很多人分析,诺基亚不是突然开始衰落的,从失去技术指导权开始,诺基亚就注定要走下坡路。