

# 摩托罗拉的中国逆袭： 挑战巨大，机会犹在

■ 本报记者 郭奎涛

自从去年年底摩托罗拉移动透露回归中国的计划以来，一年的时间过去了，这家昔日的手機大鱗在中国已经陆续推出了6款新品，但无论从销量还是口碑上来看，都难言有所突破。

此番回归中国市场，摩托罗拉有着自己的计划，即借助本土品牌联想对中国市场的熟悉和了解实现逆袭。但随着联想手机业务的亏损和市场份额的下滑，摩托罗拉恐怕越来越力不从心。

## 联想的大腿

2014年1月，联想以29亿美元的价格从谷歌手中收购摩托罗拉，这家老牌手机厂商开始迎来转机。

当年年底的联想财报显示，收购摩托罗拉之后，2014年摩托罗拉智能手机全球销量上涨118%，销售额共计19亿美元。同时，摩托罗拉亏损额也低于预期，彼时联想表示，预计不到一年内摩托罗拉便能开始盈利。

同样在这份财报中，联想还称摩托罗拉手机即将回归中国市场。

2015年1月底，摩托罗拉正式在中国推出了Moto X、Moto G以及Moto X Pro三款手机。为了牢牢吸引中国消费者，摩托罗拉对这三款手机都进行了更为贴心的功能设计，以求产品性能的与众不同。

而不得不说的还有Moto Maker服务，这是一项搭载在Moto X手机中完全自定义的服务，用户可以选择产品的前盖、背盖、材质、内存大小，甚至还有刻字服务，这项服务给了消费者一个参与自己手机设计的平台。

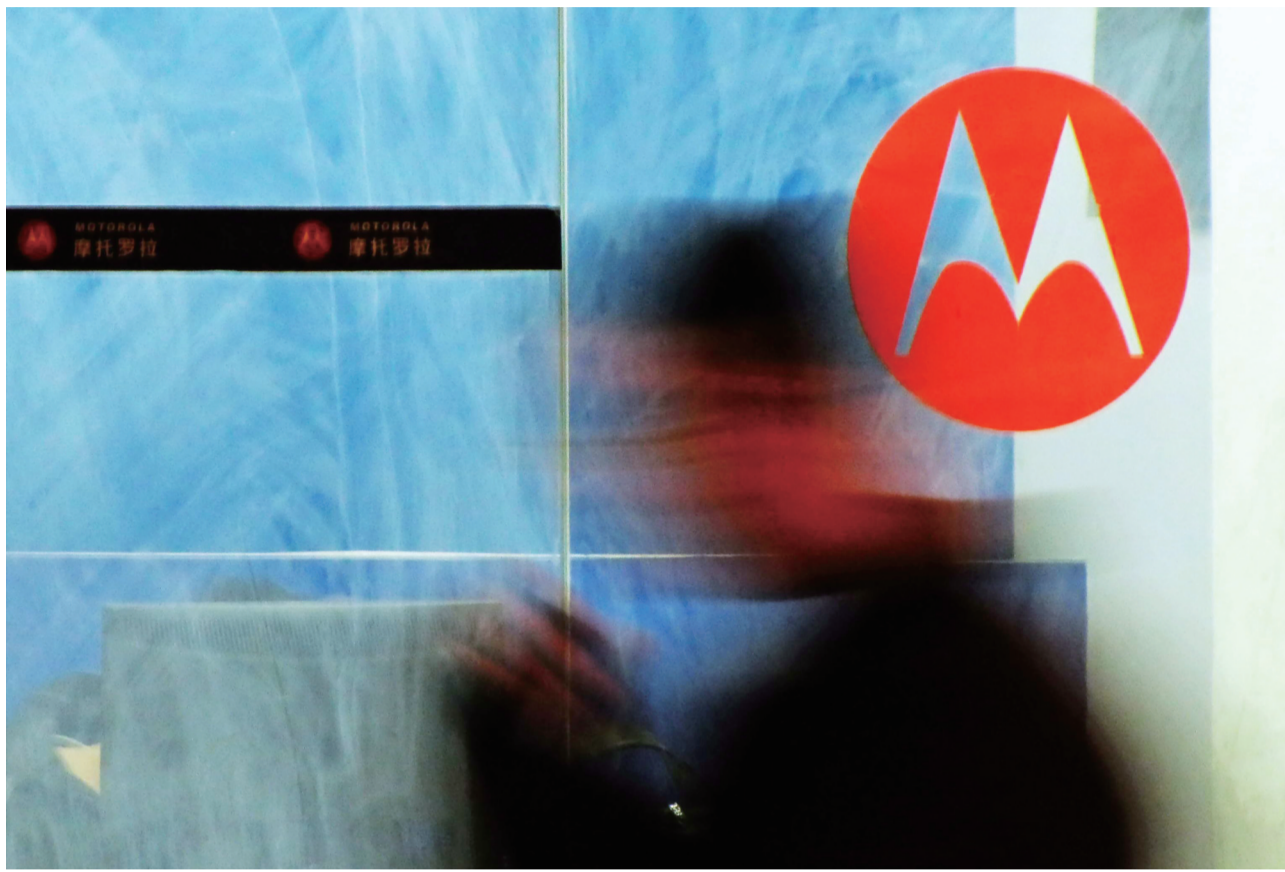
在后来一次媒体采访中，摩托罗拉工程高级副总裁Iqbal Anshad表示，很高兴能重回中国市场。他还说，从供应链角度来看，摩托罗拉会将技术和联想共同分享，“摩托罗拉在并入联想之后有一个巨大的优势，因为联想对中国的市场非常了解。”

彼时，联想还是中国市场的第三大手机品牌，仅次于苹果和三星。联想手机业务也是继PC之后该集团的另一个增长点，前景不可限量。

不仅如此，联想还在积极拓展国际市场，这方面也可以借助摩托罗拉的影响力。从此角度上讲，摩托罗拉在联想集团中的地位也很重要，为换取联想的资源支持增加了筹码。

## 时机不太好

在上述发布会现场，摩托罗拉邀请了不少老用户，他们很多人第一次使用的手机品牌就是摩托罗拉，在谈及对自己使用摩托罗拉手机的经历以及对摩



CNS供图

情感的因素似乎是摩托罗拉回归中国的一大优势，但就这一次而言，摩托罗拉进入中国市场的时机却不太好。目前市面上除了苹果和三星，国产厂商如小米和“中华酷联”近年来也发展迅速，而后起之秀如乐视、奇酷也咄咄逼人，这给摩托罗拉留下的市场机会非常有限。

托罗拉手机的感情时，有的人几度落泪，场面十分感人。

情感的因素似乎是摩托罗拉回归中国的一大优势，但就这一次而言，摩托罗拉进入中国市场的时机却不太好。目前市面上除了苹果和三星，国产厂商如小米和“中华酷联”近年来也发展迅速，而后起之秀如乐视、奇酷也咄咄逼人，这给摩托罗拉留下的市场机会非常有限。

一年过去了，摩托罗拉仍然没能实现预期的成绩。在手机厂商极力争取的“双十一”销量排行榜中，摩托罗拉并不占据优势。在品牌销售额排行榜中，前五名分别为华为、魅族、小米、苹果和OPPO；在销量排行榜上，前五名分别为华为、魅族、小米、苹果和奇酷大神，不仅摩托罗拉名落孙山，甚至联想也不在其中。

最新市场情况是，联想的手机市场地位也在受到冲击。最新财报显示，联想六年来单季首次转入亏损，手机业务成最大的拖累，主要是库存太高。

对于这一局面，联想方面则有着自己的看法。联想CEO杨元庆表示，中国手机市场上很多玩家不以健康经营为目的，而是以销售数量为诉求。他还说，联想现在市场重心不在中国，因为在联想看来中国市场环境非常不健康。

而根据联想手机业务的统计，其主要的失利还是在国内。在国外市场，联想智能手机的市场总销量同比增长了295%，共售出2470部，在印度、中东、非洲、东欧等市场联想手机均有大幅度增长。

## 技术实力犹存

虽然联想把重心放到了海外，摩托罗拉在中国市场已经开弓没有回头箭，仍然在不断推出新品以重新吸引用户的关注。

目前，除了年初推出的三款新品，摩托罗拉在中国市场布局的手机多达6款。最新一款也被称为是最为贴近中国市场，以“摔不坏”为卖点的Moto X Force，可以有效解决中国手机用户“手滑党”碎屏的问题。目前这款手机已经现身工信部网站，具体上市时间尚未公布，也吊足了用户胃口。

消息人士透露，“Moto X”集触控屏首创五层结构设计，包括了铝制底座、触摸层、柔性屏以及防碎内层和防刮外层，将屏幕的防护做到极致，在多种场景下的跌落测试中都能够保证手机屏完好无损，并首创“四年免费碎屏险”服务。

另有分析人士对此指出，屏幕“摔不坏”显示了摩托罗拉作为老牌手机厂商在技术研发方面的实力，本土厂商多把卖点放在了营销模式上，如果摩托罗拉能够依靠技术优势，突出产品优势，在中国市场仍将拥有复兴的可能。

摩托罗拉高层早前也表示，有自主研发能力不仅是对于产品规格和成本的控制很重要，对于真正的革新以及满足消费者的需求也是很重要的。而该公司研发基地除了芝加哥，还遍布欧洲、中国、印度、巴西等世界各地，可以很好地做到全球研发和本土研发。

## 【世界观 Review】

# 如何推动中国标准“走出去”？

■ 张玮

随着中央的频繁提及，供给侧改革已成为当下中国经济领域最受关注的词汇，在各界热议的同时，中国供给侧改革的大幕也徐徐拉开。

供给侧改革不仅仅是对内需疲软的弥补，更是对产品和服务的质量、效率和产业结构的转变。在经济全球化背景下，一国经济不可能故步自封，供给不仅面向国内市场，更要考虑到中国在世界经济中的大国角色，在对内供给改革的同时也向国际市场提供绿色、高效、创新的产品和投资。

当下我国外贸经济下滑，今年10月我国外贸出口金额同比下降7%。主要由于在世界产品分工中我国大多处于产业链中下游，产品技术含量低，比较优势不明显。生产过程中高污染高排放也成为国外市场排挤“中国出口”的有力托辞。今年10月，泛太平洋战略经济伙伴关系各成员国就TPP达成一致，包括环保、版权在内的一整套贸易服务标准对我国相关产业提出了巨大挑战，在知识产权、劳工、环保等方面都提出了前所未有的高标准。美国希望借此主导亚太区域贸易秩序，打开亚太市场，同时提高中国出口门槛，使我国企业外贸形势更加严峻。

由此可见，在对外供给阻力重重的背景下，若想占有国际市场，还需要从行业标准出发，进一步推行中国标准“走出去”。

中国标准“走出去”将使本国企业获得基于标准的贸易竞争优势和投资垄断优势，从而提升本国企业在国际经济活动中的利益分配能力。在更大领域内推广中国标准，是提高我国国际话语权的重要抓手，是参与国际竞争的战略要求，更是支撑供给侧“走出去”的战略选择。

2015年3月国务院印发的《关于深化体制机制改革，加快实施创新驱动发展战略的若干意见》中，明确提出要“以更加积极的策略推动技术和标准输出，在更高层次上构建开放创新机制”。在外需疲软，贸易壁垒高筑的条件下，从产品、技术标准出发的供给侧改革有望拓宽国际业务，提高国内企业竞争力，同时有助于突破贸易壁垒，开拓新兴市场。

今年年初，我国已首先就钢铁、有色、建材、轻纺等行业标准进行先行试点，推广标准“走出去”，并在国际市场上取得了广泛认可，接下来将有更多行业参与战略推广。国际标准化组织消费者政策委员会(ISO)也向中方通报同意中国提交成立服务标准化工作组的建议，并认为服务标准化工作组的创建能为ISO的战略活动提供有力支撑。但总体来看，我国主导制定的国际标准所占国际标准总量比例过低，目前还不到1%，大部分行业依旧是国际标准的被动接受者。这是由于长期以来我国习惯通过劳动密集型生产来获得国际竞争优势，为“适应”国际市场特别是欧美标准而生产，很少推广自身的技术标准。同时，为了争夺海外订单，国内同行业间竞争激烈，并由此造成了资源浪费。争抢的结果往往是更贴近欧美主导国际标准的企业获胜，长此以往欧美标准就成了外贸企业提高生产效率、改善产品性能的唯一标榜。另外，国内产品品质低，不被国外消费者认同也是中国标准难以被世界体系采纳的主要原因。以往经常在报道中看到中国出口产品被斥“不合格”，从“毒”玩具到“毒”蜡笔，中国制造似乎被贴上了“劣质”、“廉价”标签。这不仅有损大国形象，更会阻碍我国对外贸易的提升，行业标准的提高成为一个不得不面对的问题。

为了进一步使中国标准“走出去”，为外贸进行供给侧改革，需要从以下几方面着手：

一是提高国内行业标准，使落后产业与国际接轨，在制定具体标准时尽量与国际标准相衔接。通过供给侧改革对生产效率、产能利用率进行提升，着力提高供给体系质量和效率，提高全要素生产率。

二是政策扶持，通过国家层面引导产业发展技术和参与国际竞争。积极鼓励标准输出，在对外经济谈判中引入标准化内容，强化中国与其他国家的标准互认，提倡区域标准共建。同时加大核心技术知识产权和标准化的协作研究力度，奖励技术创新和科技成果转化。

三是出口企业需“抱团”。在大数据共享下，我国出口企业对外贸易不宜单打独斗，应该从国家整体利益出发，企业之间建立战略合作伙伴关系，形成标准输出“战略同盟”。作为中国标准“走出去”的重要参与者和推动者，“走出去”企业在对外贸易的过程中要推崇统一的行业标准，加强同领域、同行业企业的联合协作，发挥聚合效应。同时完善产业链衔接，做到标准、产品、技术、服务四位一体关键要素的相互配合、相互促进。

(作者系中国社会科学院金融研究所研究员助理)

# 经济互补： 中阿“一带一路”合作优势独具

(上接第十五版)

今年5月16日，三一集团与阿曼阿瓦穆集团签订合作协议，共同开发阿曼风电市场。

今年年初，阿曼总预算150亿美元(约合937亿元人民币)、总长2135公里的国家铁路网项目进行招标，包括中国铁建在内的多家中国企业参与了竞标。

在阿曼的通讯领域，华为堪称一枝独秀，在经营、营销和控制运行领域占据超过60%—70%的份额。

于福龙表示，阿曼正努力发展的基建、物流、渔业、旅游等产业都是中国的优势产业。中国在改革开放

中形成的一大批优质产业和产能，可以乘着“一带一路”建设的东风，助推阿曼经济多元化发展。

“特别是中国先进的装备、高超的技术、素质优秀的人员、健全的产业标准，可以对阿曼的经济和社会发展起到重要作用。”于福龙说。

“随着‘一带一路’战略的落地实施，未来中阿之间的企业合作将会越来越多的走出传统的思维，开拓出更多新的领域。”中国产业集聚研究专家杨建国对《中国企业报》记者表示。

不过专家提醒，阿曼国内的投资环境较好，但是阿曼国内市场有限，

而且中国企业到阿曼投资应当注意阿曼国内独特的法律法规，规避可能的投资风险。

有分析报告指出，当前阿曼并不存在明显的政治风险，但是在投资中需要注意以下几个问题。首先是阿曼的基础设施相对不健全，未能形成良好的水电输送网络，导致这个水电匮乏的国家经常面临缺水、缺电等问题。

其次是存在法律不完善、办事效率低、市场容量小、配套能力差、专业管理人员和熟练工人不足、就业阿曼化比例要求等不利因素。

第三是在阿曼投资需与当地企

业以合资形式设立投资项目，有的企业为规避这一限制，采取与当地企业签订两份协议(所谓阴阳合同)，可能给企业管理带来隐患。

第四是阿曼非常注意保护本国劳工权益。作为海湾国家，阿曼人一般不从事重体力劳动，而由于技术限制，也难以胜任管理职务。

第五是阿曼环保法要求很高。阿曼政府非常重视安全和环保，无论是在阿曼开展工程承包，还是投资办厂，都以高标准要求，特别是在石油工程服务领域，严格实施健康、安全、环境标准。这对于一些中国企业和投资人来说需要十分注意。