

国产智能手机已成功抢占了全球品牌手机1/5的销售份额，然而利润率仅仅在10%左右，其余的高额利润皆为三星、苹果等大品牌公司占据。

国产智能手机缘何“增量不增收”

■本报记者 徐潇

全球智能手机市场中，每五台智能机就有一台是中国厂商卖出的——随着一度昂贵的联网设备在新兴市场变得普及，国内智能手机制造商正借势崛起，成功抢占了全球品牌手机1/5的销售份额。

美国市场研究公司近日公布的数据显示，尽管出货量仍远低于全球最大两家手机厂商——三星和苹果，但中国智能手机的全球市场份额正在迅速上升，第三季度，华为、联想、酷派、中兴、小米等国内手机厂商的全球市场份额已达到了20%。而在国内市场，这些国产智能手机厂商更是占据了近80%的市场份额。

然而，市场份额上的优势，却并没有给国内手机厂商利润带来更多起色。数据还显示，国产品牌手机由于主要占据中低端市场，其利润率仅在10%左右，其余的高额利润皆为三星、苹果等大品牌公司占据，这也使得国产手机处在了“增量不增收”的尴尬境地。

“低廉”“山寨”印象，利润空间有限

“因为价廉物美，通常都是售价低于200美元的低端机型，中兴、华为等国内品牌手机在亚非拉等欠发达地区很有市场，但在欧美市场的占有率就很有限。”业内人士指出，目前国产手机厂商的产品已经在市场份额上取得了优势，当务之急是国内手机急需在打造高端品牌上作文章，以便未来提高利润



并进一步拓展国际市场。

事实上，国内手机厂商对此早有“觉悟”，在依靠廉价机型占领市场的同时，也不忘向高端市场发力，谋求增加产品利润率，尤其是进入2013年以来，国产手机厂商集体扎堆冲击高端市场。

今年9月底，联想宣布面向全球市场推出高端智能手机子品牌Lenovo VIBE，旗下的首款新品VIBE-X也同时亮相。此前中兴推出了类似的高端子品牌Nubia，华为与酷

派则分别力推Ascend子品牌系列和大观系列。

值得一提的是，华为旗舰机型P6选择在英国伦敦发布，这款手机以一体化机身和比iPhone5更薄的机身，赢得了业界和消费者的好评。而国产手机厂商酷派也在9月份发布旗舰机型大观4的同时，推出了国内首款智能手表Coolpad，成为首先涉足穿戴设备的国产手机厂商。

记者了解到，依靠与运营商的合作，通过

定制手机，特别是千元定制机迅速抢占中低端智能手机市场份额。目前国产智能手机几乎占据国内80%的市场份额。在此背景下，国内厂商当然希望通过打造高端子品牌来树立自身新形象，摆脱长久以来在公众意识中的“低端”、“低价”的印象，提升自身的利润空间。

相关统计数据表明，苹果与三星公司获得了全球手机业超90%以上的利润。以一款5寸屏的智能手机为例，在硬件配置基本一样的情况下，三星手机的售价可以达到4000元以上，而国产机却只能卖到2500元左右。

而反观国内手机厂商，由于在手机屏幕、芯片等核心部件方面的技术和工艺依然有所欠缺，导致国产品牌手机的发展一直受制于人。虽然部分国产厂商在手机硬件做工、操控体验、外观设计和质量上不断提升和进步，但由于在品牌的塑造和维护上“功课不足”，导致国产品牌手机不仅占据高端市场“吃力”，更给不少用户留下了“低廉”、“山寨”等印象，利润空间也相对有限。

伴随4G到来，机遇和挑战并存

新浪科技最近发起的调查显示，外观设计一般、系统易用性差、售后服务不佳、品牌知名度低、高端机型较少都是国产手机面临的问题。

“尤其是国产智能机主打‘价格战’，这虽然有利于在短时间内抢占市场，但利润相对微薄，并不利于企业长远发展。”艾瑞通信专家麦浩超指出，目前3G时代国内智能手机市场

竞争十分激烈，整个产业已经相当成熟，这使竞争从最开始的以创新高溢价导致的高利润率增长，向当前大规模和低成本的方式转化。

以三星、苹果为例，在过去的第三季度，三星以中低价位为首的“国民智能手机”成为该三季度业绩增长的重要动力，同时一直专注于走高端路线的苹果公司今年以来也推出了自己的首款廉价版手机——iPhone5C，抢夺市场份额。

“伴随着4G的到来，必然引发终端市场的新一轮争夺战，对国产手机厂商而言，同样是机遇和挑战并存。”酷派手机品牌负责人认为，国内终端厂商的市场大多集中于低端市场，产品利润较低，如何进一步拓宽营收渠道，提升产品利润水平，是很多国内终端厂商所面临的一大困境。“4G时代，提前布局的专利研发、良好的供应链与产业配套、一直保持的性价比优势，是否能抢占市场、增加利润的关键。”

“目前很多国内手机厂商还把竞争放在硬件上，未来手机应用软件才是竞争的主战场。”有互联网终端企业高层指出，智能终端市场的竞争不断加剧，使得智能终端硬件部分的盈利空间越来越弱，在这样的背景下，扩展原有的生态体系，将焦点向软件侧迁移，“比如像苹果、三星等大企业，都在致力于引入开发者在其应用商店中开发应用程序，塑造其核心品牌优势，以便赢得更多的利润空间，这值得很多中小型终端厂商参考。”

美系车向德系车发起挑战

凯迪拉克以时尚和科技发力豪华车市场

本报讯（记者丁军杰）美系车以时尚和科技不断向德系车、日系车发起挑战。11月21日开幕的第11届广州国际车展上，上海通用汽车携旗下凯迪拉克、别克和雪佛兰三大品牌38款车型以强势阵容亮相，在高、中、低档各个领域展示实力。

尤其引人关注的是，凯迪拉克高调杀入宝马3系、奔驰C级、奥迪A4L所在的主流豪华车细分市场。车展开幕当日，上海通用举行凯迪拉克风尚运动豪华轿车ATS中国首发上市仪式。

ATS专为细分市场中追求原汁原味、淋漓尽致驾驶乐趣的年轻消费者而全新开发，带来迅猛、敏捷、过瘾的驾驶体验。为配合ATS上市，凯迪拉克还针对年轻人群的消费习惯，推出了一套灵活的年轻人购车金融方案，使其在第一时间即可轻松拥有

梦想座驾。

无论是动力配置、结构还是外形设计，ATS都着力打造迅猛动力、敏捷操控、风尚动感，彰显年轻个性态度等特质，在与同级对手产品竞争中以差异化取胜。

据上海通用介绍，作为凯迪拉克品牌布局全球豪华车市场的全新增车型，ATS为凯迪拉克品牌注入了更为年轻化的元素，而在研发之初更以打造一款同级别车中的标杆车型为目标，在设计理念、研发团队、生产制造以及车型调控的每一个环节都融入了最新的科技、工艺与研发经验。

自北美市场推出以来，凯迪拉克ATS受到了全球媒体与消费者的关注，不仅在北美市场创造不俗的销量表现，更荣获包括2013北美年度车、2013德国红点产品设计奖、Esquire's年度车和大众机械卓越汽车奖等多项重量级大奖。

上海通用表示，对于中国市场而言，ATS的上市不仅进一步丰富了凯迪拉克产品型谱，其与生俱来的风尚运动天性，将更好地建立起品牌与年轻一代消费人群的沟通桥梁，为凯迪拉克品牌在中国市场的加速发展，创造更为宽广的用户基础。

前，我国汽车行业确实存在一些不利于维护行业“公平正义”的制度，比如《汽车品牌销售管理办法》规定汽车厂家在产品销售和渠道上拥有的垄断权利，让千万车主被动承受着价格昂贵的配件。

这在一定程度上阻碍了充分竞争，使部分厂家可以通过代理制度控制市场。而对欧美发达国家，这样的情况很少存在，由汽车制造企业提供的零配件只占到整个配件市场的30%。

事实证明，“独家授权并经销”是垄断的源头。要打破垄断，必须修改“独家授权并经销”的规定。相信随着“独家授权并经销”的破除，汽车配件暴利时代将有望终结。

汽车配件虚高谁之过？

■文岩

近年来，汽车价格一降再降缩水不少，而配件价格却不降反升。在整车降价的大环境下，汽车配件的暴利问题日益突出。

一辆皇冠车头泡水，4S店全部修好的报价是39万元，而该车型新车的售价却只有33万元。车主感叹，买得起车，却接不起配件。很多业内人士表示，如果按4S店的配件报价算，把一辆新车拆成配件卖，两辆甚至三辆新车的价格也并不是什么稀奇事。

如果对比普通汽车修理厂和4S店的维修价格可以发现：同样的维修，4S店的工时价格和配件价格之和是普通修理厂的2倍左右。一位汽车维修厂负责人接受媒体采访时也表示，普通的汽油泵在汽配城卖500元左右，同样的货在4S店里要卖到近千元。

行业人士认为，目前市场上的汽车配件价格远远高于其真实价值。汽车配件及保养，一直是汽车售后服务市场利润的一大主要来源。汽车销售降价风潮并没有撼动配件价格。厂家对市场的垄断，零配件供应体系的不完善，是造成汽车配件价格过高的主因。

据了解，零配件厂为汽车生产企业配套加工的配件，汽车生产企业在出厂价的基础上加价30%供货给4S店，4S店为了利润，在厂家默许下又加价30%甚至更高卖给车主，最终4S店卖给车主的配件，价格比出厂价翻了几番。更让消费者伤不起的是：工时费还可以打个八九折，但零配件的价格在每个4S店都是坚挺的。长期以来，汽车厂家对零配件渠道的把控和垄断，使得消费者不得不被动承受“高价配件”。

追其根源，是制度缺陷导致价格垄断。据了解，零配件厂为汽车生产企业配套加工的配件，汽车生产企业在出厂价的基础上加价30%供货给4S店，4S店为了利润，在厂家默许下又加价30%甚至更高卖给车主，最终4S店卖给车主的配件，价格比出厂价翻了几番。更让消费者伤不起的是：工时费还可以打个八九折，但零配件的价格在每个4S店都是坚挺的。长期以来，汽车厂家对零配件渠道的把控和垄断，使得消费者不得不被动承受“高价配件”。

追其根源，是制度缺陷导致价格垄断。目

全国工商联纸业商会与大连港集团、中国海运签署战略合作协议

物流巨头加速推进与大产业的融合

本报讯 在经济下行趋势下，降低物流成本已是许多传统制造业应对低速增长的重要手段。日前，由国内主要龙头企业为主组成的全国工商联纸业商会与物流企业的巨头中海集装箱运输股份有限公司、中国大连港集团有限公司签署战略合作协议，双方承诺建立稳定、长期的战略合作关系。行业人士认为，纸业牵手物流有利于造纸企业降低成本。同时，此举也有利于物流效率的提高，从而促进中企造纸和物流运输行业间的产业融合。

在签字仪式上，全国工商联纸业商会会长李建华表示，自“十一五”以来，中国造纸产量持续增长，年均增速超过11%。2008年，我国造纸产量首次超过美国，成为全球最大的纸及纸板生产国，2010年我国造纸总产量首次突破1亿吨，2012年造纸产量达到11375.5万吨，连续5年稳居全球第一。

然而，作为资源性原材料行业，造纸企业目前也遭遇一定困扰，其中，物流成本已成为造纸企业经营中占较大比例的一项。据统计，

2011年，物流在造纸产业总生产成本中约占19.3%，比调查的全部工业企业高出10.1个百分点，处于较高水平。这个行业数据与发达国家相比差距相当明显。2011年日本造纸工业物流费用率仅为6.8%，比我国低12.5个百分点。因此，如何降低物流成本，提高物流效率，拉伸产业链条，成为当前造纸业迫切需要解决的课题之一。

据悉，一直以来，海运是造纸企业物流的首选渠道，而全国工商联纸业商会与中海集装箱运输股份有限公司、中国大连港集团有限公司等物流企业保持着良好的合作关系。很明显，降低物流成本，加强与物流企业深度融合是一个重要的选择和出路。而此次签署的跨产业战略合作协议，有助于通过资源整合和模式创新，更好地实现优势互补、合作共赢，推动造纸行业与两家企业在海运、陆运、仓储、贸易、金融等业务上的深度合作，从而促进中国造纸和物流行业产业链的融合。

（夏华东）

南京依维柯以高性价比出击广州车展

本报讯（记者丁军杰）在11月21日开幕的广州国际车展上，南京依维柯推出两款新品轻客，以其高性价比成为商用车阵营中的一大亮点。

近年来，随着国内经济的快速发展和城

镇化进程的加快，轻客市场发展势头迅猛，特别是公、商务接待用车因其豪华舒适的配置和较为稳定的目标受众，成为轻型客车市场中的“新贵”，是主流商用车制造企业的必争之地。

作为中意间最大的合资企业，南京依维柯在轻客产品制造上有着20多年的丰富经验，在国内欧系轻客市场中有着最具代表的实践积累。此次上市的依维柯高端轻客PowerDaily2014，是由中、意双方技术专家团队通力合作打造，具有同步欧洲、国内领先科技品质的在动力性、燃油经济性、安全性、舒适性等各个方面优化升级的新型商用车。自今年4月在上海车展首度亮相以来，依维柯高端轻客PowerDaily2014就凭借着领先的智能科技和个性化的舒适性能，受到业内外人士的高度关注。

在刚刚结束的2013中国首届越野拉力赛上，PowerDaily2014以其卓越性能和优异品质一举夺得T2量产组厂商杯冠军，开启了商用车进军全球顶级越野赛事的先河。

多家乳企近期涨价

光明乳业日前宣布，从12月1日起乳制品将全面涨价，加权平均涨幅幅度为8%~9%。据悉，蒙牛乳业、伊利乳业也将于近期涨价。

作为中意间最大的合资企业，南京依维柯在轻客产品制造上有着20多年的丰富经验，在国内欧系轻客市场中有着最具代表的实践积累。此次上市的依维柯高端轻客PowerDaily2014，是由中、意双方技术专家团队通力合作打造，具有同步欧洲、国内领先科技品质的在动力性、燃油经济性、安全性、舒适性等各个方面优化升级的新型商用车。自今年4月在上海车展首度亮相以来，依维柯高端轻客PowerDaily2014就凭借着领先的智能科技和个性化的舒适性能，受到业内外人士的高度关注。

在刚刚结束的2013中国首届越野拉力赛上，PowerDaily2014以其卓越性能和优异品质一举夺得T2量产组厂商杯冠军，开启了商用车进军全球顶级越野赛事的先河。

记者了解到，随着社会资本陆续并购医院、综合医院、民营医院、人才队伍建设、医院管理等方面势必要提出更高的要求，如果医院的医生治不好病，即便社会资本并购再多的医院，也不可能给其带来预期的回报；即便医资力量加强，医院管理人才缺乏，也难以达到社会资本预期的愿望。

吴淳表示，要想提高医院的附加值，投资后管理最重要。投资主体是药企还是大型流通企业在成功的几率上和其他资本并无区别，原因正是在于管理，医院最大的资产是医生，人才管理方式、营销方式和销售药品完全不同。

业内人士表示，在进行资本并购的同时，可以通过药企强大的研发中心、利用药企与医学科研院所的合作关系，为并购的医院培训医资力量，在并购的医院中实行合理的医资配备，通过“引进”“外聘”等措施加大自己“软实力”建设。适当放慢一下并购“脚步”，未尝不是一件好事。

药企并购医院热情高

本报记者 戴明阳

十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中，提出“鼓励社会办医”，与之前发布的《关于促进健康服务业发展的若干意见》（以下简称《意见》）产生叠加效应，于是各路资本纷纷进入医疗行业。

11月5日，康美药业公告，与梅河口市人民政府签订《医疗产业战略合作框架协议》，将整体收购梅河口市妇幼保健院、市友谊医院和市中医院。

10月底，独一味公告称，拟收购李延辉、王健忠、张继斌持有的邛崃福利医

家纺规模以上企业利润同比增长115%

据新华社电（记者张辛欣 沈洋）前三季度，我国家纺行业1788家规模以上企业利润总额达到99.1亿元，同比增长11.5%，预计全年行业将保持平稳增长。

这是记者从11月23日召开的2013中国家纺大会上获悉的。中国家用纺织品行业协会会长杨兆华说，当前家纺内销市场、出口额均呈现好转，企业效益提高。来自中国家用纺织品行业协会的数据显示，前三季度，行业出口额达到290亿美元，同比增长8.1%，其中床上用品出口额达到84.2亿美元，出口渠道也更加多元，东盟等新兴市场出口增速较高。

在行业整体向好的同时，企业两极分化趋势愈发严重。中国家用纺织品行业协会重点跟踪的193家企业中，亏损企业23家，亏损总额同比增长130.9%，而高于平均利润的企业利润同比增长能达到18.1%。

杨兆华认为，家纺企业亟须提升研发和设计能力，挖掘内销市场，加强电商和实体店融合，拓宽销售渠道，培育有竞争力的品牌，解决企业内部和发展不平衡问题。他预计，全年行业将保持平稳增长。

河北香河圣诞节饰品出口加速

本报讯 河北香河这个既没有港口也没有河道的内陆小城，近年来圣诞节饰品产业发展迅速，成为长江以北3个主要圣诞节饰品生产基地之一，上千种形态各异的产品大部分走向海外。随着圣诞节的临近，河北香河生产的圣诞节饰品也在出口加速。荣生公司企业负责人透露，该公司加工制作精美的圣诞礼品种，远销欧美及日本、韩国、澳大利亚等国家和地区，年销售额达2000余万元。

“香河近年来不断加快发展第三产业，对于出口的企业，我们还适当给予他们资金补贴，形成了良好的贸易环境，使一批名不见经传的小厂逐渐走出国门，越洋赚起了外汇。”

（张健 张泊 王力生）

生肖邮礼文化节开幕

本报讯 11月23日，徐悲鸿真迹鉴赏暨第五届生肖邮礼文化节在北京邮政贺卡旗舰店举行。文化节特邀徐悲鸿长孙徐小阳先生对《奔马》纯银邮票珍藏版进行签售，现场展出两幅徐悲鸿真迹，同时《奔马》纯银邮票进行发售。据了解，为了纪念徐悲鸿逝世60周年及《奔马》邮票发行35周年，由中国邮集团邮票印制局监制的《中国珍邮——奔马》纪念珍藏册于今年8月面世。

同时展出的还有由徐悲鸿纪念馆提供授权的9幅真迹高仿作品，其中多幅为1978年中国邮政发行的T28《奔马》邮票及T.28M《奔马》小型张原图作品。徐小阳说，明年将迎来马年，徐悲鸿的艺术作品以珍邮的方式走向大众，让更多的人感受徐悲鸿的奔马精神和艺术魅力。

（丁放）

海盐首个光伏发电项目并网

本报讯 日前，浙江省海盐县晶达新能源有限公司300kWp光伏发电项目一期130kWp发电项目正式并网投产。

据悉，该项目使晶达新能源有限公司成为利用海盐光伏发电的首个“吃螃蟹者”，海盐县供电公司给予其业务办理过程中极大帮助，在技术方面，该供电公司相关人员与企业进行深入探讨，给予技术层面指导；在业务申请过程中，为客户开辟绿色通道，协助用户办理并网申请手续；在项目施工过程中，派专人赴现场进行检查和指导；在项目施工完成之后，公司客户中心、运维检修部、调控中心等相关技术人员对其发电项目进行工程验收。海盐县供电公司秉承“四个服务”的企业宗旨，优化并网流程，提升服务效率，为光伏并网项目提供全过程优质服务。（汪励雯 刘斌）

大同铁警全力确保电煤运输安全