

# 二线手机厂商的生存之道，还会奏效吗？

现在人们谈到智能手机，最先讨论的大概是5G相关技术，如毫米波、Mimo大规模天线、全双工、AR/VR等新潮事物，然后，讨论华为能否借助通信底蕴弯道超车苹果，再不济也是争论一番iPhone OLED屏幕和电池有没有再精进的可能。苹果、华为、三星成为市场的宠儿，却还在担心自己的统治力下降，抱怨产业链难做等等。显然，这些是“有钱人”的烦恼，如果他们肯回头看早已堕落的二线手机品牌，或许心理上有一些宽慰。曾几何时，血雨腥风的智能手机市场也曾百家争鸣、百鸟朝凤，包括魅族、酷派、金立、中兴、联想、格力都靠着自己的经营之道，赢得过尊重和利益。他们在风头最盛的时候，有个统一的目标：同iPhone保持相似的水准，或者超越。遗憾的是，潮水褪去才知道谁在裸泳。当年靠剑走偏锋赢来的市场，渐渐地因技术、渠道、资本、供应链整合方面的劣势而逐渐失守。大家在感叹市场残酷时，更希望有挑战者横空出世。

回首二线手机品牌的经营策略，不可谓不优秀。虽然现在身处困境，但任何的品牌都有着顽强的生命力，在变幻莫测的市场环境中，也不乏东山再起的机会。即便是再无法走出泥潭，二线手机品牌商的努力以及良好的经营策略，也远比MBA课程更精彩。

各显神通，二线手机有着怎样的生存之道？

平心而论，苹果做iPhone手机旨在建立长期的生态圈，乔布斯恨不得把100年之后的发展规划都给做好了。相比之下，中国的手机厂商最早开始涉足智能手机领域的时候，更多的是有一种“玩票”的心态。大家尚没有立志改变世界，只是后来看着市场慢慢壮大，才生出类似“情操”的东西。心态上的差别注定了经营策略的不同，如乔布斯会在早期的时候就自行研发芯片、走双供应商战略、软硬一体；而二线的手机品牌则更多地倾向于靠资本拼凑产业链，在上游购买芯片、摄像头、电池等等，再配上免费的Android，不计较智能手机的流畅度以及碎片化管理，更在乎销量以及品牌识别度。

其实，二线手机品牌最早占领市场的法宝就是低廉的价格；魅族的智能手机精巧漂亮，看着和iPhone非常相似，但价格仅有前者的50%；小米1999元发烧友机型遭遇哄抢的场景至今记忆犹新；某印度手机厂商祭出一款24美元的智能机，算是终极杀招，也基本结束了“最低价格王”之争。



巨头华为在欧洲的发家史，也是依靠2000元左右的价格。依靠低价策略，二线手机品牌不仅在国内快速走红，成为受老百姓追捧的品牌，还积极走出国门，走向更偏远、更穷的地方，如东南亚国家、印度等等。一些手机品牌干脆只在国外销售，如名不见经传的传音手机，在非洲的销量非常好，不仅价格低廉，而且摄像头更适合Colour Guys拍照。在电子消费市场，价格一直是销量的脊梁，可仅仅有价格战也难以创造亮眼之成绩。事实上，依托于低廉价格，手机厂商们也可谓“绞尽脑汁、各显神通”，他们除了在积累技术底蕴方面无动于衷，其他方面还是可圈可点的。如前文提到的魅族，一度成为中国消费者眼中的机皇，把他们和iPhone放到一起，距离10m观察，根本看不出来。加之，他们此前是MP3领域的佼佼者，能预见智能手机之于MP3市场的冲击，本身就是

一种有远见的表现。至于说，要把自己优质的音频技术移植到手机上，更是顺理成章的事儿。

此外，不同于2008年前后的山寨手机，二线手机厂商更注重品牌的培养，最典型的代表就是中兴，他们在国内本就有较高的知名度，在打进美国市场之后，更是选择和NBA火箭队合作，把自己的品牌识别度提高大约30%；而小米则依靠情怀操作、饥饿营销，给自己标注上非常亮眼的标签。一个个鲜活的品牌，就此诞生。笔者坚定地认为，本次智能手机的风潮，帮助中国企业对“品牌”有了更深入的理解。

品牌整合，智能手机市场或成寡头局面？

现在，二线手机品牌有些没落，消费者不再关注他们是否推出新款手机，更不要说排队抢购了，但昔日的光辉岁月也绝非偶然：他们深谙普通消费者的购买心理，大概也知道自己的命运，更重要的是，他们在特定时期扮演了非常重要的角色。众所周知，智能手机前一个时代，诺基亚、摩托罗拉、三星联手统治着移动通信市场。诺基亚

生产出来的手机号称“爸爸可以传给儿子继续使用”，而iPhone手机横空出世之时，虽然惊艳，却不足以掀起购买狂潮，一方面价格非常昂贵，另一方面，大家也不知道“智能手机的用途”。在如此大背景下，二线手机品牌利用价格优势，把消费者从功能机的世界拉到智能手机世界。当消费者习惯使用微信、外卖、滴滴打车、抖音之后，就再也不会购买功能机了。再接下来，大家就开始追求外观、性能、流畅度，也就是说，二线智能机起到了非常重要的“培训市场”的作用，历史功勋卓著，可谓时代的弄潮儿之一。

如今大街小巷，男男女女基本上人手一部智能手机，加之疫情期间，车站、酒店、医院等公共场所都需要健康码，可以说，现代人离开手机几乎寸步难行。同时，这也意味着市场培训阶段已经结束，巨头和二线品牌之间的竞争将会变得异常残酷。如果说市场于混沌之时，二线品牌手机尚可以通过低廉价格、饥饿营销以及个性功能来抢夺市场，那么，当市场变得稳定之后，大家彼此之间毫无秘密可言，比拼的就是硬实力：巨头们拥有先天坚固的品质体系，技术人才也早已出现群聚效应，他们还能通过规模优势来降低制造成本。至于说，渠道建设、品牌忠诚度更是一些靠时间沉淀的东西，巨头在这些方面无疑更具有优势，后来者想要翻盘非常不容易。况且，如今的智能手机市场正变得得意洋洋，大家之于新iPhone的态度就是：想起来，就买一只，再没有此前万人空巷之盛况了。这意味着智能手机将进入自己的“平凡时代”，就跟电能、WiFi信号一样，大家只是离不开，但没有人关心电网和基站的建设。正如现在没有人讨论PC电脑的外形、性能、创新一样，渐渐地，消费者也不会再讨论iPhone是三个摄像头还是五个摄像头了。

基于以上情况，智能手机大概率事件会进入一个“品牌整合”时代，地球上只需要一到两个品牌默默地生产、默默地出货，人们顺其自然地使用，不再追求创新和时尚。苹果、华为、三星应该足以，二线品牌要想东山再起，需琢磨下一个时代了。

(科技新发现 康斯坦丁/文)

# 腾讯与老干妈的“乌龙合作”背后：内部管理优化势在必行



怪事年年有，今年特别多。谁也没想到，“浓眉大眼”的腾讯，竟然也有被“骗”的一天。而让腾讯上当的，却是形似“国民女神”，实则为“如花”的冒牌老干妈！正如某位网友所说：大企鹅也有被薅羊毛的时候，爱恨情仇一瞬间，如此一波三折，这分明是“国民女神”与“业界大佬”的狗血故事！

腾讯与老干妈的“乌龙合作”，究竟有多大的戏剧性？在不断的反转且引发极大关注背后，又在给腾讯及其他企业带来怎样的警示呢？不妨走入今天的大型悬疑爱情伦理剧——《腾讯与老干妈的爱恨情仇》！

反转不断！一场扑朔迷离的闹剧

反转反转再反转！腾讯与老

干妈之间的这段“孽缘”，堪比国产连续剧。而且相比国产剧注水的拖沓节奏，腾讯和老干妈以每天都带来反转的剧情紧紧抓住吃瓜群众的心。

先是在6月29日，中国裁判文书网公布的一则民事裁定书显示，此前广东省深圳市南山区人民法院裁定查封、冻结老干妈名下价值1624.06万元的银行存款或查封、扣押其等值的其他财产。

随后在6月30日，腾讯表示老干妈在腾讯投放了千万元广告合作，但无视合同长期拖欠未支付。所以腾讯被迫依法起诉，申请冻结了老干妈应支付的欠款金额。看到这里，肯定很多人都认为事情已经尘埃落定，明显就是老干妈不负责任地“逃婚”了。

但老干妈反应神速，6月30日晚就发表声明表示，公司从未与腾讯或授权他人与腾讯进行过商业合作。甚至老干妈还有进一步动作，直接向公安机关报案！至此，事情变得扑朔迷离起来。毕竟按照常理来说，腾讯不会被骗，而且在QQ飞车手游中确实也出现了老干妈的皮肤、道具礼盒等。但老干妈坚决否认合作又为何？

紧接着在7月1日，贵阳警方通报了结果——3人伪造老干妈印章，冒充老干妈市场营销部经理，与腾讯签订合作协议。这些人的目的是为了获取腾讯在推广活动中配套赠送的网络游戏礼包码，之后通过互联网倒卖非法获取经济利益。目前，这些人已被刑拘。

不断反转的剧情，简直让人喘

不过气！而最终的真相也让人大跌眼镜，简直可以说是今年的“最佳悬疑剧”。

段子调侃，让腾讯与老干妈热度不断

一场看起来平常不过的商业纠纷，但因涉及到“企业大佬”腾讯和“国民女神”老干妈，就引起了极大关注且热度不断。

网友是率先狂欢的那波人，借机制造了不少段子。

有模仿霸道总裁的桥段——“总裁，法务部已经请求查封资产，热搜晾了一天了。”

“她认错了吗？”

“认错了，她说我们认错人了，已经帮忙报警了。”

有直接编出来的新流行词，“逗鹅冤”还真够形象。

甚至腾讯还自嘲起来，并撬动了多半科技圈来互动。腾讯官方在微博表示：“其实，但是，一言难尽……”，甚至还准备一千瓶老干妈作为奖励，来搜集相关的线索。在B站的动态里，腾讯也表示，今天中午的辣椒酱突然不香了。下方的评论区，则成为众多企业狂欢的乐园。有做广告的，有安慰的，有幸灾乐祸的，让人看得捧腹不止。

看来，腾讯已经接受了事实，通过自嘲巧妙化解了自己的尴尬，还顺便做了一波热点营销。不得不说，腾讯现在是越来越接地气了。

企业内部管理优化，已然势在必行

腾讯从“企业大佬”变为“被骗少年”，误将“如花”当做“国民女神”，实在是难得一见。但在热度过后，其实更多是给企业带来了警示、敲响了警钟。腾讯如此强大的企业还会被骗，其他企业就能避免上当吗？

腾讯“被骗”，很多人认为是其内部管理存在一定漏洞。毕竟3个人拿着伪造公章冒充老干妈市场营销部经理，就能与腾讯展开合作，说明后者并未严加审查。虽然1624万元对家大业大的腾讯来说并不算多，但管理的缺位却被暴露出来。千里之堤，溃于蚁穴。腾讯再怎么自傲，也应该重视起自身的管理。对于其他企业来说，优化内部管理也势在必行。不想成为全网嘲讽的对象，就该把此事提上议程了。(科技新发现 康斯坦丁/文)

