

核心竞争力不足 受游戏主机冲击

国产游戏盒子叫好难叫座

在监管部门“181号文件”的重拳打出和视频类智能盒子哀鸿遍野的情况下，厂商试图从游戏盒子寻找新出路，以抢占客厅市场。继中兴九城 FunBox、TCL 的 T2 之后，近日，包括小米、华为、爱奇艺等纷纷传出风声，将于秋季推出游戏盒子。然而，受制于内容和技术短板以及即将入华的微软、索尼等巨头的冲击，国产游戏盒子打入客厅市场叫好不叫座。

市场“乱战期”

近日，据知情人士透露，今年秋季，包括小米、华为、爱奇艺等厂商的游戏盒子产品将陆续上市。在此之前，中兴通讯与游戏厂商第九城市已于今年3月推出了 FunBox“饭盒”，而完美世界联合金亚科技也发布了 TV 游戏智能盒“完美盒子”，老牌厂商 TCL 也上线了自己的 T2 游戏盒子。

通常所说的游戏盒子，是指内置游戏的互联网电视机顶盒，通过与互联网电视连接，实现游戏娱乐，有的配备手柄，有的则支持触控或体感操作。

记者从电商渠道了解到，目前在售的游戏盒子不下百种，大小不一，品牌芜杂，售价也从 200 元到 1000 元不等，这些游戏盒子在家庭娱乐应用中的功能也各式各样。

有观察人士指出，目前国内游戏盒子正处于“乱战期”，行业标准和规范的缺失，使游戏盒子处于各自为战的阶段。

从长远来看，作为人们生活重要场景的客厅，有望成为移动互联网下一个爆发点，而游戏是客厅娱乐场景中的重要应用。然而，在游戏主机行业，受制于技术与内容的双重高门槛，国产厂商难以染指，因此纷纷将目光瞄准了制造工艺门槛低的游戏盒子，造就了游戏盒子的“乱战”。

内容存短板

游戏盒子制造的低门槛，似乎为众多国产厂商提供了打入客厅市场的捷径。然而，关键性的内容短板不补齐，用户体验无法保证的话，同样难以形成用户的忠诚度和黏合力。

在游戏盒子野蛮生长的大半年时间里，市场中始终缺乏佳作。以中兴九城 FunBox 为例，内置的数十款游戏内容大多来源于手机游戏，如《捕鱼达人》、《武士 2》、《合金弹头》等。

需要指出的是，手机游戏的应用场景具有碎片化、移动化的特点，显然与家庭娱乐的“专”并不匹配，这种简单的移植恐怕很难对家庭游戏的潜在用户群形成吸引力。在智能高清电视端的游戏，需要针对大屏幕、手柄、体感等标志性元素进行优化配置，从现有的游戏盒子来看，厂商们显然还做不到。

除了内容的短板，游戏盒子在硬件设备上缺乏创新点，很难给用户眼前一亮的感觉。如不少游戏盒子配备的手柄，大都是明显移植了索尼 PlayStation、微软 Xbox 的功能，部分产品操作不流畅，在很大程度上影响了用户的体验。

专家指出，客厅游戏的未来出路在于生态系统的打造，是一个全产业链的打造问题，厂商应通过联盟或集结产业各方，最大限度地吸引开发者，针对家庭应用场景开发和扩充应用。

前景不乐观

内忧之外尚有外患。近一段时间以来，监管部门加大了互联网行业内容、版权、安全等的管控力度，视频盒子频频中招，使众多厂商转投游戏类智能盒子进军客厅市场。然而，游戏盒子同样须“小心驶得万年船”，一不留神儿，恐怕会摔得人仰马翻。

此外，游戏盒子或受到来自微软、索尼游戏主机的冲击，尤其是分流掉专业游戏玩家用户。今年初，长达十多年的游戏禁令解除，使微软 Xbox、索尼 PS 终于有机会进入中国市场。微软、索尼分别与本土厂商百视通、东方明珠达成合作，Xbox One、PS4 等重磅级游戏主机国内开售为时不远。

日前，百视通联合联众游戏、久游网、巨人网络等 7 家企业成立了家庭游戏产业联盟，为微软 Xbox One 上市铺路。此外，微软 Xbox One 还得到了作为三大运营商之一的中国电信鼎力助阵，中国电信成为 Xbox One 的运营商独家销售渠道，Xbox One 将于今年 9 月正式开卖。另有消息称，因对国内市场的垂涎，索尼 PS4 也在加快上市步伐，有望年内开售。

微软、索尼等游戏主机巨头的来袭，无疑将分羹一部分家庭游戏市场，尤其对于那些游戏体验需求较高的玩家用户来说，微软、索尼的品牌影响力更胜一筹。

在这种情况下，游戏盒子能与国际巨头比拼的或许惟有低价了，但仅靠一张低价牌，能使游戏盒子走多远？还有待时间的验证。

(吴辰光 曲忠芳)



华为、爱立信优势拉大 诺基亚、中兴、阿朗苦苦追赶 通信设备市场双寡头格局日趋明显

得益于国内 4G 的发展，华为增势迅猛，已威胁到了爱立信的老大地位。

连日来，排名全球前五大通信设备厂商中的爱立信、华为、诺基亚和中兴通讯纷纷交出了 2014 年上半年的成绩单或业绩预告，华为与爱立信陷入老大之争，而排名其后的中兴通讯、诺基亚虽然紧追慢赶，但短期难以与华为、爱立信抗衡。由此可见，国内 4G 开闸大半年来，已初步显现出对全球通信设备市场的洗牌效应，昔日的五大厂商将会上演一场双寡头竞争。

老大之争日趋明显

日前，爱立信、华为相继发布财报，由此两大通信巨头对“龙头老大”的座次之争也引起了业界热议。

今年上半年，华为实现销售收入 1358 亿元人民币（约合 217 亿美元），相比去年同期增长 19%，营业利润达到 18.3%。

华为首席财务官孟晚舟表示，华为在 2014 年上半年的收入和盈利能力基本实现了预期，这主要受益于全球 LTE 网络投资的增长。与此同时，智能手机 P7 在全球 70 多个国家上市，消费者业务同样实现了可持续增长。

相比之下，据爱立信财报显示，在今年 1~6 月，该公司营收达到 1024 亿瑞典克朗（约合 152 亿美元），净利润为 44 亿瑞典克朗（约合 6.5 亿美元）。不难看出，华为实现了营收、净利润对老牌通信巨头爱立信的双超越。

然而，简单的数据对比或许有所失全面。在运营商业务上，爱立信依旧领先于华为，而这部分业务贡献了华为 70% 的营收。

按地区来划分，华为在国内市场拥有本土作战的天然地利优势，但在欧美等海外市场，受制于欧美国家的政策性贸易保护，华为等国产厂商发展遇阻，但爱立信鲸吞了欧美市场的大部分份额。

而在作为竞争重要筹码的 LTE 核心专利方面，爱立信把持着 LTE 市场 1/4 左右的专利技术，华为在 LTE 领域也早早布局，全力追赶爱立信。因此，究竟谁是通信设备领域真正的老大，目前也很难下定论。不过，由于欧美市场 LTE 网络部署已接近成熟，增长空间不大，因此爱立信的整体发展势头正呈现负增长的局面，而华为一直保持稳步增长的态势，或许距离真正超越爱立信的日子也不会太长。

后三名厂商紧追慢赶

相比于爱立信、华为的强劲风头，排名其后的三家厂商——诺基亚、中兴通讯、阿尔卡特朗讯也在加紧追赶步伐，但短期内依然很难与前两大厂商较量。

与华为同样来自深圳的中兴通讯，在经历了 2013 年业绩巨亏创痛后，通过降低运营成本、业务重组等走出了亏损泥潭。日前，中兴通讯公布了 2014 年最新半年业绩预告，称受益于行业景气度及公司订单增长，尤其是 4G 订单增长，上调近 2 亿元净利润，与去年同期相比增幅超过 200%，这对中兴通讯来说自然是“久旱逢甘霖”。

对于中兴通讯的如此大好局势，资深电信分析师马

继华却提出了质疑。马继华指出：“中兴通讯 2014 年上半年利润暴增，主要原因是去年同期的业绩惨不忍睹，在世界五大通信设备商中，与阿尔卡特朗讯一起陷入亏损。”数据显示，2013 年上半年，中兴通讯的收入达 377 亿元人民币，同比下降 11.57%，营业利润亏损 8.3 亿元。而华为在去年上半年实现销售收入 1138 亿元，净利润达到 11%。

除此之外，从中兴通讯的市场表现来看，销售增长与利润增长并不协调，这意味着中兴通讯销售额的猛增主要是靠低价策略来实现的。当前的通信设备市场竞争日益激烈，通信产品的利润空间也不断压缩，进入同质微利时代。

“面对爱立信、华为这样的对手，中兴这几年一直在用低价策略抢占市场份额，有时会报出超低的价格，让其他厂商只得放弃投标，这种发展模式给自身也带来了巨大的隐患。”马继华如是说道。

不同于中兴通讯，诺基亚则在甩掉了长期亏损的手机包袱后，船小好调头，集中精力以通信设备为主营业务。据诺基亚财报显示，二季度网络设备业务净营收 26 亿欧元（约合 36 亿美元），在总体净营收中占比近九成。显然，中兴通讯要突破现有座次排名，需要先跨过去诺基亚。

而阿尔卡特朗讯则正处于战略转型期，急欲扭转亏损局面。2013 年全年亏损 13.04 亿欧元，通过削减成本及 4G 驱动，阿尔卡特朗讯通信网络业务开始上扬。

未来市场充满变数

近年来，全球通信行业经历了一场难熬的“寒冬”，五大通信设备厂商日子都不好过。除了爱立信和华为保持正营收外，诺基亚、中兴通讯、阿尔卡特朗讯三家厂商均陷入亏损的泥潭，尤其阿尔卡特朗讯，不得不进行战略重组，出售非核心业务，进行全球裁员以削减成本，截至 2013 年底，仍未走出亏损困境。

与之同病相怜，诺基亚和中兴通讯在这场“寒冬”中也伤了元气。当时的诺基亚西门子通过资本变更的形式战略重组，诺基亚西门子成为诺基亚的全资公司，而中兴通讯也不得不出售非核心资产，削减运营成本，简化管理层，才得以扭亏为盈。

全球 4G 建设加快，又给了各大通信设备厂商新的发展机会，但从各公司目前的发展形势来看，或许更给市场增添了一些变数。

华为、爱立信依靠稳定的发展，借助 4G 的东风可以做到更快速的提升，而正在试图走出困境的诺基亚、中兴通讯还处于恢复元气的阶段。在这种情况下，业界预计，前五大厂商阵营分化将愈加明显：华为、爱立信站稳第一阵营，而诺基亚、中兴通讯、阿尔卡特朗讯则被甩在后面。

另据了解，在 4G 方兴未艾之时，华为、爱立信已开始将触角向下一代通信技术（5G）伸展，欲提前抢滩通信行业的下一个制高点。两家厂商的举动，或将再度拉开对其他三家厂商的领先优势。有专家甚至预计，未来的通信设备市场或由目前的五大厂商演变为华为与爱立信的双寡头之争。

(北商)