

NOKIA

Microsoft®

# 别了,诺基亚 微软72亿美元 收购诺基亚手机

## 或现智能手机三足鼎立新格局

“十年生死两茫茫,百度兴,谷歌亡。三六零出,卡巴话凄凉……”这首改编自苏轼的打油词,相信很多人并不陌生,而它所刻画的IT行业的“生死时速”,这次降临到了诺基亚身上。

北京时间9月3日上午,微软和诺基亚官方宣布,微软以71.7亿美元的价格将诺基亚手机业务部门纳入囊中。诺基亚将不再是诺基亚,微软的烙印将重重地打在这家通讯巨头的头上。尽管此前相关传闻就多有流传,但这一消息依然令人震惊。因为诺基亚在几个月前依靠Lumia智能手机业务开始有所起色,不少业内人士甚至预测诺基亚智能手机有望重回业务增长轨道,显然这已难阻诺基亚成为微软的新娘。

但二者联姻到底会擦出什么样的火花,这无疑值得业界期待。

诺基亚首席执行官史蒂芬·埃洛普

微软首席执行官史蒂夫·鲍尔默



### 联姻 | 一场蓄谋已久的爱情

微软和诺基亚终于在一起了。在个人传统电脑逐渐走向低迷、智能手机市场风生水起的今天,微软收购诺基亚似乎是水到渠成。事实上,双方过去的战略转型都没有成功,微软收购诺基亚手机业务也并不突然。此前,相关传闻就多有流传。

今年6月,有来自《华尔街日报》的消息称,微软收购诺基亚相关业务的谈判已经破裂。当时该报道称,两家公司的谈判一度取得重大进展,离签约只有一步

之遥,但最终由于价格和诺基亚市场地位不佳的问题而失败。

回望2011年初,微软和诺基亚达成战略合作协议,诺基亚放弃塞班平台,全面转向Windows Phone,微软CEO鲍尔默和诺基亚CEO史蒂芬·埃洛普握手时那友好且富有深意的微笑时,也许,微软收购诺基亚手机业务的命运三年前已经注定。

而此次,微软CEO史蒂夫·鲍尔默称,交易对于两家公司的员工、股东和消费者来说都是

双赢。该公司随后发布的一份长达30页的幻灯片,详细解释了为何要收购这家日薄西山的手机厂商。

据称,微软打算借此次交易将其Windows8业务与诺基亚的设备及服务业务整合在一起,从而获得跨硬件和软件的一体化解决方案。而对于诺基亚而言,虽然该公司卖掉了它最知名的手机部门,但它仍将专注于生产蜂窝网络设备、地理位置服务Here和一些其它的先进技术。

### 曾经辉煌 | 诺基亚曾占4成市场份额

如果你的第一部手机是本世纪初买的,那它的品牌十有八九是以下三个中的一个:摩托罗拉、爱立信和诺基亚。它们是当时手机中的“三剑客”,鼎盛时期合计占有市场60%以上的份额。同时为市场和全球手机用户奉献了许多至今仍被许多粉丝津津乐道的经典机型。

然而十几年过去,“人是机非”——2011年,摩托罗拉被

谷歌正式收购,移动通信市场上演了一场“软”吃“硬”的大戏。2012年,有着10年历史曾经风生水起的索尼爱立信解体了。没有例外,今年轮到了诺基亚。

乐语通讯是国内领先的移动通信终端产品与销售服务提供商之一,其湖南公司曾全权代理诺基亚在湖南的专卖、分销及其他所有销售渠道体系和

售后体系。

说起诺基亚手机,湖南乐语通讯副总经理李全还能如数家珍似的念出诺基亚的十几款经典机型,如5110、3210、3310、6150、8850、8910,“其中,5110连续火爆了大半年,每天到货2000台当天就抢购完毕,还缺货。”往昔数据也显示,诺基亚最鼎盛时期占到了手机市场份额的40%。

### 巨头沦落 | 战略出现“偏差”

如今,诺基亚手机业务没落已是不争的事实。

诺基亚发布的第二季度财报显示,尽管销售了740万台Lumia手机,创下了历史纪录,但还是出现了1.51亿美元的亏损,74.6亿美元的净营收也没有达到此前业界的预期。财报还显示,诺基亚第二季度在全球移动部门裁减多达440个职位。从现有数据来看,诺基亚已经跌出了智能手机前十名。

是什么原因导致昔日的手机巨头沦落了?对于这个问题,

李全并没有作正面回答。

“这是一家非常负责任的公司,它的工艺非常精巧,性能也很稳定”,李全说道,瘦死的骆驼比马大,诺基亚目前的品牌号召力虽然大不如前,但出货量仍然占到几个百分点的市场份额,尤其在低端机市场,还是当之无愧的老大。

飞象网CEO项立刚提起诺基亚公司同样赞不绝口,“诺基亚的研发能力其实很强,对每一款产品的追求都是尽善尽美,它的失败主要是因为

在手机时代,其理念、战略方向出了问题。”

业界人士陈雪频毫不讳言地指出,2G时代,诺基亚是当之无愧的王者,在研发上的投入比苹果还高,第一款智能手机和触屏手机都是诺基亚首先推出来的。但由于诺基亚在2G手机业务上太成功了,他们没有足够强的动机去发展智能手机,决策流程越来越长,组织越来越官僚化,结果丢失了智能手机市场的主导权,导致了iPhone的逆袭。

### 前景难料 | 颠覆市场格局需发大力

对于诺基亚的出嫁,许多曾经的忠实用户纷纷用“惋惜”来告别。分析人士对双方合作前景分歧明显。有人认为,诺基亚董事会是以“白菜价”贱卖了最核心的业务部门,也有人认为曾经给诺基亚带来巨大负担的手机业务部门的持续性亏损,如同狗皮膏药一般,已经贴到了微软身上。

“微软收购诺基亚,也是抵制对手的一大举动,尤其是微软必须将自己与诺基亚的关系向竞争对手看齐,如谷歌与摩托罗拉,这是微软可以学习的榜样。”上述两名人士也不约而同地表示,两者的结合是个大好事,“截止到目前,无论从品质还是技术、研发能力来说,诺基亚仍是个硬件大牌,而微软作为最好的软件公司之一,尽管两者转型都没有成功,但联姻仍算得上是强强联合,诺基亚能够大大填补微软的硬件劣势,尤其在手机和平板方面。”李全分析道。甚至有人认为,双方的结合,在安卓和苹果通天下之下,将有望形成三足鼎立的市场格局。

而不看好的一方则认为,在安卓和苹果系统几乎垄断手机市场的当下,微软要颠覆市场格局很难。尤其以诺基亚战略核心Lumia系列手机看,收效甚微,对此,项立刚认为主要是应用软件不够拉了后腿,今后二者还需笼络一大群开发者来开发应用。

■三湘华声全媒体记者 杨田风

观察

### 巨头沦落的启示

当诺基亚还沉醉于自己的成功时,乔布斯的苹果已经潜入;当苹果成为街机的时候,三星已经傲视天下;当中国银行业赚得盆满钵满时,阿里巴巴已经推出网络虚拟信用卡。不要说停止创新,就是慢一点都有可能被淘汰出局。

尽管在专业人士看来,诺基亚们的出局并不是研发能力不够,但不可否认的事实是,这些巨头们确实没有用最新最好的产品引领方向,从而偏离了市场主航线又难以调头。

想当年,摩托罗拉、爱立信、诺基亚三家曾占据手机市场份额的60%以上,其风头之劲丝毫不输现在的三星、苹果和HTC。当时的管理学者也很喜欢研究这三家公司,并称之为“卓越企业”。为什么那些“卓越企业”迅速变得平庸呢?一个很重要的原因是这个时代的技术更新太快了,许多大企业都会面临哈佛商学院教授克里斯滕森说的“创新者的窘境”。各种残酷的事实表明,这个年代的不确定性大大增加,优秀企业想延续自己的竞争优势越来越难。

当然,平庸并非宿命。在这个不确定的年代,企业要想在尽可能长的时间内保持卓越,依然有一些确定的规则:保持自己战略上的灵活性和适应性。企业必须不断更新观念,并进行多样化的战略实验,保持企业文化的开放性,提高自己的“战略适应力”。

拥有了“战略适应力”,那些曾经卓越的企业如果能遵循大势,完成企业的内部重组和变革,就可实现凤凰涅槃。这样的例子也举不胜举,从IBM的企业再造,到惠普的崛起,甚至摩托罗拉也在借用安卓发力智能手机,都证明过气企业也可以再造卓越。环境会洗牌,但打牌的还是自己。

■三湘华声全媒体记者 杨田风

### 外汇牌价

币种	钞买价
英镑	920.29
港币	78.14
美元	605.95
瑞郎	631.47
日元	5.9402
加元	560.27
澳元	533.77
欧元	778.44

外匯牌價由中國銀行  
湖南省分行友情提供  
諮詢電話: 0731-  
**82580629**  
中國銀行  
BANK OF CHINA  
中國銀行網上銀行提供個人結售匯業務