

廠家賣果皮突圍

藉智能手機熱 夕陽行業闖出彩虹路

香港文匯報訊(記者黃詩韻) 製造業一向都滿佈競爭,但有言道,「只有夕陽企業,沒有夕陽行業」,尤其是電子及紡織廠商,如只是一味走代工生產路線,當然遲早會被市場淘汰。事實上,不少廠商憑藉創意及洞悉先機的能力,就是看準iPhone5、三星Galaxy Note II等新一浪智能手機登場,藉發展其外殼(俗稱「果皮」)以及周邊產品,令身處夕陽行業中的不少廠商,闖出事業的彩虹路。

不少生產商以價錢作競爭手段,但上周剛結束的環球資源 Global Sources (NASDAQ: GSOL) 2012秋季電子展的參展商當中,很多都會開始考慮售後服務或以一條龍服務作賣點,與客戶建立更長久的合作關係。港資廠東莞鴻實業公司便在生產的基礎上,增添研發及設計元素。為客戶生產產品之餘,也參與開發工作,開發一系列iPhone5及iPad的外殼及外套。公司負責人陳妍如表示,公司不但有ODM策略夥伴,更有自己的設計品牌,即使目前專攻製造、品牌設計方面推廣不算太大,亦足以能在近年環球經濟波動下維持業務表現。

手機板電腦周邊產品商機大

在當前經濟不明朗及營商環境別具挑戰下,陳妍如形容公司是「在夾縫中生存」。歐債危機持續一段時間,國外買家都會藉這壓價。「他們整天說自己經濟不好,希望能夠降低採購成本。」歐債危機所帶來的影響,令歐美採購商雖然在量方面不至於大幅減少,但單價上會比較有要求,而不少製造商以廉價作招徠,因此競爭壓力增大。

添研發設計元素助生意

「基本上很難降價,成本就擺在面前!」陳氏指,公司勝在有自己的設計,也可以幫忙客人做開發,全方面來發展。「低單價的品質不穩定,我們希望做全套的服務,為客戶尋求解決問題的方案。」其策略較受歐美市場歡迎,目前,歐美是該公司主要出口市場,約佔50%至60%生意份額。然而該公司亦面對原材料、人工成本等壓力,「原材料今年比去年上升了10%至15%。最低工資也對製造業衝擊挺大,唯有對外找代工廠,消化掉一部分成本。」但陳妍如態度亦樂觀,「雖然競爭蠻多,但市場很大,能做的東西也不少,關鍵是怎樣讓外界繼續知道你存在,廠商應該多研究怎樣才能生存。」

紡織廠突破傳統拓新業務

走訪多個不同攤位,記者發現一個與眾不同的公司名字,「紡織」二字顯出其是一家從事紡織製品的公司。這家公司吸引眾多採購商造訪,攤位內絡繹不絕。而其展示的產品主要是用於智能手機或平板電腦的手機手套及織造的電話套。

導電纖維編織手機電話套

新資紡織自1990年起家,是一家港資企業。其銷



■新資紡織攤位訪客多,其產品主要是手機手套及織造的電話套,大受氣候偏冷的歐美地區客戶歡迎。



■在東莞設廠的CHUN LAM INDUSTRIAL稱,開發新客戶令產品議價能力較高。



■參展商ESME的產品,由公司自己設計、生產,具有一定競爭力。



■東莞市鴻實業有限公司開發一系列iPhone5及iPad的外殼及外套。

售經理表示,近年紡織業發展相當困難,勞工密集行業的成本問題大,堪稱是夕陽行業中的墊底行業。傳統紡織市場的訂單又減少,公司因此開始轉型,物色有潛力的市場。因應目前大行其道的觸屏式智能手機及平板電腦,公司推出由導電纖維編織的手機產品,在寒冷天氣下,戴著手機都能輕易觸控到電容式屏幕的智能電話或平板,大受氣候偏冷

的歐美地區的客戶歡迎。他表示,近來傳統紡織市場銷售已比不上手機的銷量,以傳統針織為主的大單減少,今年公司將着重發展智能電話周邊產品,將由以往傳統紡織業務與電話周邊業務各佔一半的比例,今年開始轉變為新業務佔60%至70%,轉型已為公司帶來良好的增長勢頭。



■X-DORIA產品色彩豐富,亦有創新設計。

蘋果周邊產品長做長有

香港文匯報訊(記者黃詩韻)不少參加環球資源電子展的展商攤位以可愛風格或鮮明顏色吸引買家,美國品牌X-DORIA便是其中的表表者,展方在攤位設計方面「落足功夫」。其亞太區代理中創投資指,承藉iPhone浪潮,生意額達到滿意成績,亦預料蘋果周邊產品在未來能夠長做長有。

「果粉」追捧 銷售額井噴

iPhone 5為該公司帶來不少驚喜。中創投資市場總監黃紫薇表示,「單在新加坡, iPhone 5一上市,第1個小時內已經賣了3,000個電話case。日本市場也錄得理想成績。iPhone 5上市第4天, X-DORIA品牌累計銷量登上市場冠軍。」其中有賴「果粉」追捧,「自iPhone 5上市到現在,美國區域已累計產品銷售量50多萬件,全球相信已經超過100萬件。」

X-DORIA的終端市場為歐美、蘇寧等大賣場等、手機連鎖店,屬於高端市場,平均單價200至300元。黃紫薇認為,公司產品附加於主流電子貨品,跟隨iPhone勢頭,銷量可以繼續增加,但形容行業走向屬於過山車的情況。

機型較單一 可量化生產

「前一段時間, iPhone 5還沒上市,買家都抱觀望態度,整個行業都是這樣,但iPhone 5一來,公司的銷售額馬上井噴,期間的成績已經接近半年的銷售額。」回應會否多發展蘋果的同業三星的產品,以抵銷銷售起伏的情況,她指,三星的配件產品事實上在內地都不算成熟。「三星更新換代比較快,產品較多,所以只會選一些主流產品來做。不像蘋果般集中,因此行業中做三星的不算多。但未來會更容易,因為銷量在增長。」她補充, iPhone機型比較單一,可以量化生產,但如果產品很多,廠家便要開很多模具,成本會增加。

不過,在東莞設廠的CHUN LAM INDUSTRIAL,其銷售經理表示,現時的採購趨勢是很多客戶都不會一味着重iPhone周邊產品,會看供應商的產品能否適用於其他品牌,例如三星、HTC。他指,雖然該公司三星的周邊產品訂單不多,但三星本身的電子產品豐富。相反,蘋果電子產品出得少,但周邊訂單數量多。

拓新客戶 議價能力較高

若做新iPhone外殼,舊客戶根據以往的iPhone系列,會大約猜度到產品價錢,但對新客戶方面,該公司的議價能力會較高,故有必要不斷開發新客戶。而對最新蘋果產品iPad mini的看法,該銷售經理比較不看好,指三星已經有同類型產品,可能會被三星侵佔市場。

製造業：加價=找死 減價=等死

香港文匯報訊(記者黃詩韻)經營環境日益困難威脅中小企存亡,有製造商慨歎,搬廠機會不多,最終可能索性結業,走向倒閉的困局。參展商ESME公司銷售經理梁小姐認為,雖然產品由自己公司設計、生產,具有一定競爭力,但廉價產品充斥市場,買家自己會去對比,價格稍微定高些也難生存。「加價是找死,減價就如等死。」商家道出兩難局面。

廠商：內地成本增經營難

她指,目前工人工資逐年提升,還要兼顧福利問題,加上工人流失嚴重。「以往很多工人來城市打工,但現在都傾向回鄉,難請到人。」她形容目前的經營環境異常惡劣,與其搬廠,不如索性結業轉行。但現時勝在還有一群重視產品質量、願意給高一點價錢購買的買家。梁氏指需要細心選客。

擬搬廠更內陸城市或泰國

而經營手機及電腦產品外殼製造的佛泰諾,歐美生意主要佔70%,該公司自家設計的產品不斷迎合客戶口味,但總經理宋秀容表示,內地人工成本實在太高,計劃搬廠到更內陸的城市,同時亦正在觀察泰國等地區,因為有很多緬甸人前往泰國打工,加上當地有合作機會,故認為當地有發展潛力。但在有緬甸經營業務的廠家提醒,泰國地區工人成本同樣不低,到當地長期投資並非出路,不過若有適當合作機會,或夥伴關係,短期來說也有其優勢。

「手機平板」將成增長火車頭



■吳佳稱,手機平板迅速崛起,消費者對手機的通訊與電腦娛樂功能同樣重視。

Strategy Analytics 互聯家用設備行業總監吳佳指,手機平板迅速崛起,消費者同樣重視手機的通訊與電腦娛樂功能,並預期手機平板在2017年將會佔所有智能手機總銷售量的6%,約達到7,210萬件。較今年手機平板的1,330萬件大增。吳佳亦補充,相信於2011至2017年間,手機平板平均年增長率為40%,高於智能電話市場的平均年增長,顯示市場潛力巨大。

換機因屏幕大軟件提升

其進行的調查亦顯示,若談論隨身智能電話的大小,88%受訪智能電話用戶表示,希望下一部電話的屏幕會較現時所用的大。女士平均喜好4吋屏幕,男士喜好4.3吋大小。大多數用戶多因為技術、

軟件提升而去購買新產品。以全球智能電話操作系統的市佔率來說,吳佳表示,雖然目前是蘋果操作系統與Android系統佔據大部分,今年分別佔22%及63%,但Microsoft系統未來將會增加,即使今年其只佔4%,但料至2017年將大增至17%,削弱Android等的份額佔比。而進入手機平板市場其實大有好處,其中之一就是蘋果並無參與手機平板的開發,吳佳認為,蘋果走的是另一條路線,相信不會加入其中,操作系統將是Microsoft及Android間的競賽。另一方面,沒了蘋果「搶飯碗」,市場上的產品更易於推廣。他建議有興趣開發手機的企業或製造周邊產品企業要着重創新。雖然新風格有可能令人討厭,導致發展後退,但亦有機會向前邁進一大步,推動企業發展。



■環球資源 Global Sources 2012秋季電子展,入場採購商絡繹不絕。

香港文匯報訊(記者黃詩韻)究竟哪種產品才是消費者的心頭好?有專家調查了消費者心態,並在環球資源Global Sources (NASDAQ: GSOL) 舉辦的「2012秋季環球資源CEO峰會」內指出,目前的智能電話行業中,「手機平板」(Phablet)發展倍增,將是未來手機業界的增長動力之一。

未來5年料平均年增長40%

業內預計,至2016年全球通過移動設備聯網的使用者數量將多達30億戶。2011年三星推出的 GALAXY Note 手機則採用5.3吋超大螢幕,國外媒體甚至創造新字「Phablet (Phone+Tablet)」來形容這部手機。GALAXY Note 大小介乎手機與平板間,曾不被看好,最後卻出乎意料地大賣。其後推出的 GALAXY Note II 屏幕更趨出越,從5.3吋提高至5.5吋,但機身卻變窄。