

# 疫情冲击波：手机渠道商损失连锁反应

陈潇潇 王凤 财经杂志



独立 独家 独到

对于2019年就陷入负增长的中国手机零售市场来说，这场疫情无疑是雪上加霜。相对线下渠道的全面收缩，线上渠道亦受影响

文 | 《财经》记者 陈潇潇 王凤

编辑 | 谢丽容

往年春节期间，从过完除夕到正月十五，历来是手机销售的旺季。手机零售商王立原本预计今年春节完成相当于平常三倍的销售额，大赚一笔。但大年初四一觉醒来，他发现“全没了”。

武汉疫情蔓延引发全国性抗击行动以来，应各地政府要求，国内多数大型零售场所暂停营业。在河北廊坊市，王立运营的是一家手机零售连锁店，每家店不过几十平方米，也接到了闭店通知。他在廊坊市万达广场的门店暂停营业至2月9日，下至县区的十几家零售店也掩上了门。

业界人士感叹，新型冠状病毒将大部人关进了家门，手机在线下销不动了。

往年正月初五起，王立都忙到不可开交，但今年他不得不强制性休假。整个春节旺季，不仅没有进账，由于房租和员工的支出，一下就损失了200多万。

区县手机零售是销售渠道的毛细血管，受疫情影响最快，也最直接。大型零售渠道的日子也不好过。一家全国性手机连锁渠道告诉《财经》，开店至少要到三月，整个一季度都喝西北风。

即使是智能手机行业龙头苹果也难以幸免。2月1日，苹果公司宣布，基于近期公共卫生与预防的考虑，中国大陆所有零售店将关闭至2月9日24时。

第三方数据机构SA分析师周怡雯认为，“苹果临时关闭所有大陆零售店，短期内会对其中国市场份额造成影响。”刚过去的2020财年第一季度中，苹果大中华区市场获得了两位数的增长，营收为135.78亿美元占其总营收近15%。

中国手机销量的七成由线下零售渠道构成，是这次疫情冲击的主体。其余三成由线上销售贡献。多位业内人士预计，疫情导致经济收紧，老百姓消费意愿会低于往年，即使部分消费者愿意转到线上消费，对整体销量的拉升，也非常有限。

不仅是需求端，疫情冲击波还袭击了供应端。多位手机代工企业对《财经》表达了担忧，因复工延期等原因，产能已经受到了不同程度的影响。如果疫情持续，意味着很可能不能按时按量交付。

如今的手机产业已是一个极其紧密的链条，牵一发动全身。无论是渠道还是供应链，任何一个环节出问题，对于手机厂商来说，都是巨大的库存风险。

第三方数据机构SA预测，受疫情蔓延影响，2020年全球智能手机的出货量将比预期少2%，中国智能手机的出货量将比预期减少5%。

猝不及防的疫情冲击波，让原本就在寒冬的中国手机市场雪上加霜。

## 今年春节线下基本零销量

对于大部分手机渠道商而言，春节到正月十五之前，往往能实现比平时多三倍的销售量，是拉动Q1季度销量的关键。现在王立悲观预计，Q1季度公司的销售量将下降四分之三。

即使没有关闭门店，春节期间那些勉强开业的零售渠道，也经营惨淡。

李为民跟王立一样，运营着年销售额上亿的线下手机连锁店。公司位于四川省南充市，拥有30几家门店。今年春节虽然坚持开业，但顾客门可罗雀。他对《财经》表示，往年春节，正常情况下，

单日至少能销售600台手机，现在一天卖不到100台。

随着疫情升级，员工也开始抱怨，“过去，这正是赚三倍工资的时候，现在不仅赚不到钱，还因为担心传染，人心惶惶。”李为民不得不每天给员工开动员大会。

和销量一同糟心的是现金流的运转。与2003年非典时期相比，房租、人工都翻了好几倍。李为民担忧，疫情照这么发展下去，一个月200万的损失，支撑不了几个月。跟很多大型连锁零售商一样，他已有了关掉部分门店的打算。

第三方机构GFK分析师宗清楷对《财经》表示，受疫情影响，各个县、乡镇的智能手机销售数据“惨不忍睹”。

线下渠道占据中国手机市场7成以上的份额，这些原本该销掉的手机也成为了手机厂商意料之外的库存。

由于各个代工厂的订单早已于年前生产完毕，送往渠道，整个市场的库存风险大增。接下来，势必将考验各大厂商的渠道管控能力。

李为民告诉《财经》，一般情况下，压货越多，管控越容易出问题。管控如果出了问题，异地窜货，渠道容易出现崩溃的可能。

疫情如果持续升级，将加速线下渠道的洗牌。他认为，不少渠道商可能就此倒下。这意味着，手机厂商的库存和渠道压力将进一步升级。

线下市场一片狼藉，线上渠道理应帮助手机厂商消化一部分库存，然而目前来看，可能杯水车薪。

第三方机构Counterpoint数据显示，2019年Q3季度，中国市场线上销量占比为27%，不到整个市场的三成。加之受疫情影响，经济下行，老百姓勒紧裤腰带等因素，大部分渠道人士对线上业绩的预判是持平，至多小幅上涨。

也就是说，线上市场的表现对整个手机销售的影响依然有限。而一旦库存积压过多，手机厂商的出新节奏就会大受影响。

多位业内人士预估，华为、小米、OPPO、vivo等厂商的新品都可能滞后，尤其是5G手机，“肯定要疫情结束后才会发布。”

受此影响，第三方数据机构SA指出，中国智能手机市场的出货量在今年Q1季度会有超过30%的下滑。

## 后续影响尚待观察

第三方数据机构SA分析师周怡雯对《财经》记者分析，一季度中国市场销量下降已是共识，该趋势是否延续至Q2季度，甚至波及更广的全球市场，还取决于手机供应端的产能配合程度。

中国大陆不仅是全球最大的智能手机市场，还生产全球70%的智能手机。智能手机制造已经是极其紧密的链条，原材料、制造、组装、测试，任何一个环节出问题，生产都将中断。

一位vivo驻海外的专业人士对《财经》表示，目前最担忧的是，国内无法按时按量的供货，影响未来海外市场销售。

这种担忧已经有了苗头。受疫情影响，大部分代工企业的复工时间在2月10日左右。据富士康披露，其在中国大陆的工厂都将于2月10日复工。

“广东复工时间延迟到9号，已经少了10天的产能了。以往春节安排，都是31号就会复工的。”另一位国内大型手机代工企业人士对《财经》表示。随着疫情升级，他很担心能否按时将成品交付给手机厂商。

另一方面，如果疫情形势持续严重，即使不再延长复工时间，也会影响企业的产能。“疫情搞得人心惶惶，影响生产效率。”

代工厂的担忧是普遍的，大规模的员工聚集带来的卫生安全隐患难以估量。

苹果供应链上的工人超过100万，大量组装工作在中国完成。据外媒报道，苹果已要求其供应商在今年上半年生产8000万部苹果手机，生产计划较去年增加了10%。

这对以富士康为首的苹果供应链来说，无疑是挑战。“如果劳动力、供应链问题拖太久，一些代工企业还会出现资金链问题。”一家台湾代工厂的高管向《财经》说道。

疫情发展的严重程度是恢复正常生产的关键指标。截至2月1日24时，国家卫生健康委官网显示，新型冠状病毒确诊病14380例，死亡病例304例，治愈出院病例328例，累计追踪到密切接触者163844人。

连锁影响将是广泛的。多位手机业内人士对《财经》表示，如果疫情持续发展，他们甚至做好了削减订单的准备。对于2019年就陷入负增长的手机市场来说，这场疫情无疑是雪上加霜。中国信息通信研究院数据显示，2019年国内手机市场总体出货量3.89亿部，同比下降6.2%。

第三方机构SA在近期发布的报告中预测，如果疫情在2月下旬和3月份能得到有效控制，2020年全球智能手机的出货量将比预期减少2%，中国市场将比预期减少5%。

但如果疫情持续到4、5月份，宗清楷预估，这个数字可能将翻倍，中国市场2020年全年的智能手机实际销量至少会下滑10%。

（应受访者要求，王立、李为民皆为化名）

本文为《财经》与腾讯新闻独家合作内容，谢绝转载。



▷ [点击图片查看](#)

责编 | 黄端 [duanhuang@caijing.com.cn](mailto:duanhuang@caijing.com.cn)

本文为《财经》杂志原创文章，未经授权不得转载或建立镜像。如需转载，请在文末留言申请并获取授权。