

日美企业业绩恶化真的怪中国吗？

2019/03/01

http://cn.nikkei.com/columnviewpoint/column/34477-2019-03-01-05-00-00.html/?n_cid=NKCHA014

多部田俊辅：在美国和日本，不断有经营者提出业绩恶化的原因是中国市场减速。的确，中国市场减速明显，但在2018财年（截至2018年12月），中国上市企业的近6成有望实现收益改善。业绩恶化的原因真的是中国市场减速吗？主要原因难道不是企业战略无法第一时间应对变化迅速的中国消费者动向吗？

库克的发言成为契机

美国苹果首席执行官（CEO）蒂姆·库克1月2日在声明中宣布下调业绩，称“未能想到中华圈（中国大陆、香港和台湾）经济减速的规模”。这带动了将日美企业业绩低迷的主因归结为中国经济减速的趋势。

实际上，美国调查公司IDC发布的数据显示，2018年中国智能手机供货量比2017年下降10.5%，降至3亿9770万部，连续2年下滑。最近的2018年10~12月同比下降9.7%。新产品评价较低的美国苹果的下滑尤其明显，同期出现19.9%的大幅下降。



重庆的vivo销售店

另一方面，中国市场首位华为的供货量增长23.3%，居第2位的OPPO增长1.5%，而第3位的vivo增长3.1%。在饱和感加强的中国市场，优势企业借助功能增强和销售能力夺走劣势企业的市场份额，苹果只是未能乘上这股潮流。其原因何在呢？

中国调查企业北京群智营销咨询的首席分析师陈军指出，苹果的新产品售价偏高。在消费意愿旺盛的中国年轻阶层重视的拍照功能方面，认为华为、OPPO和vivo优于苹果的看法已经形成。很多观点认为，苹果的疲软不仅因为市场低迷，还在于战略不适合市场。

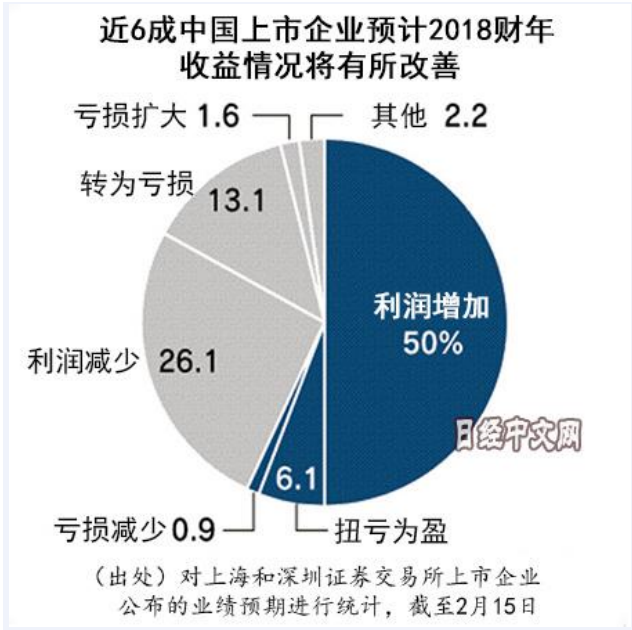
OPPO 公司首席执行官 (CEO) 陈明永 1 月 18 日在广东省深圳市近 1 万名国内外员工参加的年会上慷慨激昂地表示, “面向未来, 大家谈得最多的 5G、AI 以及 IoT, 这些对我们来说都是很好的机会。OPPO 作为一家科技公司, 要‘敢于突破, 敢于创新’, 将科技与艺术充分结合, 为用户打造万物互融时代的多智能终端与服务, 成为未来时代的探索者和引领者”。2018 年 OPPO 在中国市场上的份额提高至近 20%, 并正式进入日本和欧洲市场。2019 年将在新一代通信标准“5G”、人工智能 (AI) 和物联网 (IoT) 领域推进开发, 实现“下一个 10 年”的成长。

中国企业 2019 年继续保持坚挺势头

不仅 OPPO, 其他中国大型智能手机厂商 2019 年也显示出强势姿态。华为 2018 年智能手机等终端的出货量突破 2 亿部, 2019 年将出货量目标定在 2.5 亿部, 力争进一步扩大销售。正因为在国外遭遇逆风, 各企业才越发致力于扩大国内的销售。

在比智能手机更早迎来饱和的家电行业, 珠海格力电器的业绩表现坚挺。预计 2018 财年 (截至 2018 年 12 月) 的营业收入将首次突破 2000 亿元, 2019 财年 (截至 2019 年 12 月) 有望增长 1 成。

上海和深圳证券交易所的上市企业方面, 截至 2 月 15 日有 2635 家企业公布了 2018 财年 (截至 2018 年 12 月) 业绩预期, 其中 57% (1501 家) 的企业预计收益情况将改善, 41% (1073 家) 的企业预计收益情况将恶化。虽然宣布下调业绩预期的企业约为 1000 家, 无法否认经济减速, 不过收益改善的企业超过了收益恶化的企业。



中国 2018 年的国内生产总值 (GDP) 增长率剔除物价变动影响后实际同比增长 6.6%, 这是 1990 年以来的最低水平。消费对 GDP 增长的贡献率为 76%, 较 10 年前的 44% 相比大幅增长。国内需求表现坚挺, 2018 年的电力消费量同比增加 8.5%, 货物运输量同比增长 7.1%。

生产智能手机等产品零部件的日本企业的中国法人表示，“由于华为和小米等企业广泛使用（我们的零部件），中国业务将持续增长”。在中国深受欢迎的资生堂也力争以中国消费为轴心实现增长。

名古屋外国语大学教授真家阳一分析称，“GDP 增长率下降和中国贸易摩擦导致中国经济前景的不确定性增强。5G、机器人和消费等增长领域和非增长领域明暗分明”，他同时指出，“在中国企业鲜明分成‘胜利组’和‘失败组’的背景下，日本等外国企业能否采取迎合中国市场形势的经营战略将成为决定胜负的关键”。

本文作者为日本经济新闻（中文版：日经中文网）中国总局 多部田俊辅