

· 动态 ·

中国移动日均投诉率下降

商报讯(记者 吴辰光)记者日前从中国移动了解到,截至今年10月底,中国移动全网业务扣费主动提醒服务的日均扣费提醒短信发送量为1671万条。全网客户通过该服务平均每天查询和退订量分别达到187万次和50万次,日均投诉率显著下降。

今年1月,中国移动在行业内率先推出增值业务扣费主动提醒和“0000”统一查询和退订两项“透明消费”服务举措。移动用户在订购新增值业务时,在扣费之前能够收到短信提醒,且只要发送短信“0000”到10086,就能便捷查询和退订已订购的包月类增值业务。对有争议的梦网业务收费,中国移动要求立即先行退费,并对后期查证多收或错收的费用予以双倍返还。

华为发布业界首款Giga DSL样机

商报讯(记者 吴辰光)华为日前宣布,其FBB创新实验室已成功研制出业界首款Giga DSL样机。该系统划时代地在单线对双绞线上通过TDD全双工方式实现了上下行1Gbps的接入速率。

华为Giga DSL样机在双绞线上使用100MHz的频谱,采用TDD OFDM技术,上下行速率比可以灵活配置、调整,100米短距离内上下行总速率可达1Gbps、200米距离内接入速率超过500Mbps。而且由于线路距离短、信号发射功率谱密度低,降低了对外辐射干扰和设备功耗。

Giga DSL是下一代接入领域的技术之一。今年ITU-T成立G.fast项目组,致力于短距离超高速接入新标准的制定,目标是使单线对铜线在100米距离内提供超过500Mbps的接入速率。华为与多家公司共同推动,促使TDD-OFDM被接纳为G.fast的调制解调技术。

爱立信CTO明年初更换

商报讯(记者 吴辰光)爱立信日前宣布,公司高级副总裁兼首席技术官(CTO)、集团技术与产品组合管理主管、爱立信硅谷主管洪凯申将新任爱立信公司澳洲、新西兰、斐济区域负责人。

爱立信表示,将在明年初任命新首席技术官,以接替将执掌澳洲业务的洪凯申。爱立信发言人伦贝表示,遴选作业正在进行,预计人选将会在2012年2月1日洪凯申接下新职务前出炉。

洪凯申从2003年起担任爱立信CTO,任职期间替爱立信积累2.7万项专利。爱立信CEO卫翰思企图靠这些专利获取更多营收。在爱立信工作的25年间,洪凯申一直致力于推动行业的发展。在其领导下,爱立信近期在IP和应用等领域也成绩突出,为爱立信打造了行业内最强大的专利组合。

deCarta面向中国推云服务平台

商报讯(记者 吴辰光)基于位置服务(LBS)的独立供应商deCarta日前宣布,面向中国市场推出了基于“云”的LBS服务平台。

deCarta为独立开发者提供了一个完整的平台以及白牌搜索和导航应用。这不仅可以满足中国企业在中国境内的搜索和导航需求,也满足了他们在境外时的相关应用需求。与中国市场上的其他大多数地图平台供应商不同,deCarta提供了允许国内开发商使用自己内容和品牌的全球化方案。

deCarta全球销售副总裁Mike Cottle表示,过去5年中,deCarta在中国的业务取得了重要发展。此次很高兴能与众多本土合作伙伴一起,推出针对于中国市场的解决方案。公司也将凭借专注LBS领域15年的经验,持续为中国市场带来独特的、世界级的技术和服务。

大型移动互联产品业务体验活动举行

商报讯(记者 吴辰光)记者日前在中国移动互联网基地“移动互联校园体验营”活动颁奖典礼上获悉,中国移动互联网基地将于近期正式启动“龙腾庆瑞年”大型移动互联产品业务体验活动。

据了解,作为中国移动基于校园市场传统语音圈(vpmn)向移动互联业务捆绑的“转型之作”,此次“移动互联校园生活体验营”活动将产品优势融合高校群体生活需求的“融合营销”推广模式获得了好评。而即将上线的“龙腾庆瑞年”体验活动在继承“移动互联校园体验营”活动融合营销的基础上,还将首次启用“一站式体验”形式。届时,用户在一个活动平台中就可以全方位了解中国移动19条数据业务的不同优势。

出售 售高端品牌Vertu、“被倒闭”、芬兰市场份额下滑59%……一系列事件又一次将诺基亚推向风口浪尖。虽然诺基亚极力澄清还没到倒闭的地步,但种种迹象表明,诺基亚“帝国”的崩塌速度仍在加快。

业绩下滑 市场冷清

诺基亚“帝国”崩塌速度加快

掩盖不住的 下滑局面

近日,有消息称,诺基亚已委托高盛负责出售高端Vertu。虽然诺基亚表态不会对传言做任何回应,但Vertu方面似乎早有预感。一个月前在记者专访时,Vertu创意概念与设计总监Hutch Hutchison就对记者表示,未来不排除更换靠山的可能性。

不仅如此,此前,诺基亚还引发了一次“被倒闭”风波。对此,诺基亚官方声明纯属无稽之谈。但是,看看近来有关诺基亚的消息,很难让人不往这方面联想。

IDC刚刚发布的数据显示,今年三季度,诺基亚在芬兰的智能手机市场份额为31%,而2010年三季度高达76%,同比降幅超过59%。紧接着,诺基亚又关闭了罗马尼亚工厂。与此同时,被诺基亚寄予厚望的靠山微软方面也宣布,原本今年底在中国上市的新款Windows Phone 7手机也推迟到明年发布。这无疑延缓了诺基亚新机的上市时间。

另有数据显示,今年三季度,诺基亚在全球智能手机的市场份额降至

14%,其利润更是已下降到4%左右。虽然诺基亚始终在嘴上不认输,但这种倔强的口气还能坚持多久?

“不跟随”战术 沦为笑柄

两年前还是被人跟随、人手一部“街机”的生产厂家,两年后却沦落到采用非主流系统,并打出“不跟随”的口号。然而这一切努力不但没有打个翻身仗,还成了笑柄。

诺基亚此前推出了新手机N9,采用的是被打入冷宫的英特尔MeeGo系统。原本姗姗来迟的诺基亚N9是诺基亚和英特尔合作之后的代表作,但却因错过“最佳时机”而最终成为双方合作的“遗作”。“应用真的太少了,你看,连QQ都没有。”从事金融行业的云先生拿着手机向记者比划着。“QQ还没有针对MeeGo系统开发相应的终端。要想在N9中使用QQ,就要自己想办法去下载一款基于LinuxQQ软件,太麻烦了。”

无独有偶,曾经对诺基亚情有独钟的荆女士也开始抱怨诺基亚的手机越来越没有吸引力:“没什么

功能不说,花3999元买一个外观像iPhone、安卓的手机,还不如直接去买一台iPhone或安卓。”

易观观察家王鲲指出,在众多非议声中,N9的“不跟随”从某种层面上看,更像是对“非主流”的盲目追求。除了临时出来帮诺基亚“挡一下面子”,N9与竞争机型相比,优势并不明显。相反,这看上去更像是为以后的Lumia上台走秀。

市场营销 反应不均

上周末,记者走访中关村手机卖场发现,与其他品牌相比,诺基亚的销售柜台稍显冷清。在E世界地下一层,记者看到,摩托罗拉、三星、HTC等柜台有一些消费者在咨询和谈价,而诺基亚的柜台则是无人问津。“现在诺基亚的手机太难卖了,消费者越来越少。昨天才卖出了第一部N9,而其他牌子都卖了好几部了。”一位销售人员告诉记者。

在鼎好,那里的手机销售员也表达了类似的观点:“来这里咨询苹果iPhone 4S水货的消费者比较多,再有就是谷歌安卓手机。几乎没人愿意把

钱花在诺基亚身上了。现在卖诺基亚利润太低,1000元以上的机子很难卖出去,顾客加几百块都能买安卓机了。”

相比中关村的冷清,手机连锁卖场的情况要好得多。记者在工体东路的中复电讯店里了解到,目前,诺基亚中低端手机的销量还是不错的。“目前,消费者对于功能手机的需求仍大于智能手机,尤其是在中低端市场,诺基亚手机仍有一定的吸引力。”销售人员告诉记者。

而在旁边的迪信通店,记者大老远就看到其门口电子牌上显示着“诺基亚手机最高优惠800元”的告示。那里的销售人员表示,由于促销力度大,这一个月来,诺基亚手机的销量有了一定的增长。

中复电讯副总经理胡明在接受记者采访时表示,尽管目前诺基亚手机在中复电讯的销售情况还不错,但Symbian系统相对于Android系统在应用程序上比较落后,越来越多的手机厂商正在采用Android系统。这无疑给Symbian系统造成了很大的压力。

本报记者 吴辰光

58同城打造跨领域合作模式

垂直类电子商务企业寻求破局之路

随着垂直类电子商务领域竞争的日趋激烈,B2C网站不仅要面对与综合性电商网站的激烈竞争,同行之间的角逐也是剑拔弩张。对此,有关专家指出,跨领域合作将是B2C网站未来的破局之路。

目前,国内的电商市场主要集中在北京、上海、广州、江苏、浙江、四川等省市,尤其以国内一线大城市为聚集地。科技发达、经济发展迅猛以及人口密集的特点,让这些大城市成为电商眼中的“肥肉”。

然而,随着市场不断被开发,一线城市并非最好的商业发展选择。在国内众多城市中,有很多二三线城市未被商业开发,对于飞速发展中的电商

行业来说,无疑是一片资源广阔的蓝海。有业内人士认为,在一一线城市接近饱和的状态下,挖掘二线市场更有潜力。只有那些具有发展眼光的电商,才能在行业中立足更加长远。

对于竞争激烈的垂直行业B2C来说,走出一线城市竞争局势,抢夺竞争中的有利时机尤为重要。依靠团购网站在二三线市场的服务能力,以及行业本身的超强人气,成为众多垂直电商垂涎的合作模式。

近日,国内知名分类信息网站58同城旗下的团购站与箱包类B2C第一品牌麦包包“联姻”,以共同服务于二者用户为目标,争取更多发展空间。作为

网络团购站,在行业信誉度逐渐走低和产品知名度

连续下降之时,谁能够获得更有保障和更有竞争力的产品和服务,就有可能率先占领塑造优质品牌的优勢。在这样的情形下,与垂直电商合作,有助于提升产品和服务质量,提升用户满意度,进而提升用户黏性。

专家指出,垂直B2C在经营上面临着价格之困。摆脱困境的核心在于,在自身网站和团购网站中求得价格上的平衡点。联手团购网站进行合作不得不给B2C网站的经营又带来了新的机会,也是彼此迈入新台阶的理性选择。合作中所产生的新机会和新问题,也对两个行业之间的

合作具有经验借鉴的深远意义。

如今,在面对行业洗礼,团购网站面临寒冬的情况下,依托于58同城的资源优势,58团购将自己的产品定位于以本地生活服务电商为主,同时打造出实物类商品作为自己的增值业务,从而建立主要优势。

58同城相关人士向记者表示,58团购与麦包包的合作,掘金二三线市场的发展方向是不谋而合的。团购站中拥有上亿级的客户,且用户群体分布广泛,无论从市场还是用户角度来看,都是掘金的核心优势,而这个市场空间也会随着时间的推移越来越大。

本报记者 吴辰光