

· 速读 ·

大众点评在线预订订单量增至8万

2014年情人节遇上元宵节,和情侣一起外出就餐成为演绎浪漫的必要方式之一,大众点评也于近日公布其情人节、元宵节餐厅在线预订数据,截止到2月14日16时,全国餐厅在线预订当日订单量激增到8万单,其中预订二人餐的比例高于60%,预计给商户带去的交易额突破千万元。

此外在商户端,根据大众点评数据,截止到2月13日,支持在线预订的商户数达到1万家,半年内其覆盖商户数已接近全球最大的餐厅预订网站Opentable的40%,预计2014年三季度将一举持平或超越Opentable的北美覆盖商户数。目前餐厅在线预订业务已覆盖上海、北京、南京等24个城市。

PPS联合英特尔上线H.265高清服务

北京商报记者近日获悉,PPS与著名处理器生产厂商英特尔宣布将在H.265高清晰度视频服务领域展开深入合作。该合作将让用户在使用英特尔处理器的移动平板电脑上,观看更高清的PPS优质视频内容。

据了解,PPS在高清视频领域的探索一直未停止,为深耕于此还特别设立“臻高清”品牌运营高清视频内容、自主研发的H.265高清视频技术。对于此次与英特尔的合作,PPS创始人、爱奇艺联席总裁张洪禹表示,“英特尔公司拥有出色的硬件制造水准,而PPS则已积累数以亿计的网络视频忠实用户,两者的深入合作将为用户的多媒体娱乐需求提供最好的解决方案,实现卓越的用户体验”。

美团揭晓30大热衷聚餐的城市

在春节长假结束后,美团网近日根据春节长假期间各城市的实际消费数据,发布了“舌尖上的春节”(2014年春节聚餐消费排行榜),公布了春节期间我国最热衷于聚餐的30个城市。

在春节期间热衷于餐饮消费的前30个城市中,北京、上海、深圳、广州四个一线城市稳居前十位。出人意料的是,呼和浩特、常州、无锡、包头等二三线城市也跻身前十位,消费者对于团购聚餐的热度飙升。其中呼和浩特位列三甲,仅次于北京与上海。在排名前30位的城市中,江苏省占有4个席位,浙江省和广东省分别占有3个席位。长三角、珠三角的消费者在春节期间颇具“食力”,消费能力强劲。

乐视TV推周二“现货日”回击期货论

春节之后乐视TV超级电视首轮预约购买近日开始。本次乐视TV准备了X60、S50、S40总计1.5万台现货,目前广大乐迷可以登录乐视商城进行预约,2月18日中午12时开放购买。据悉,今年乐视TV将每1-2周在周二进行一次“周二现货日”购买活动,本次也是春节之后首轮开放购买。

超级电视坚持使用“现货+预售”的CP2C营销模式,现货销售完毕后会直接转入预售模式,销售通道长期开放,消费者可持续购买。这让有急需的用户可以去参与现货抢购,而对时间不敏感的用户,可以耐心等待,不用担心买不到货。这种模式,让消费者在下单时即可获知供货周期,而乐视TV可以据此有效调节产能和需求的匹配,真正实现订单驱动式供应。

决胜网引入平台型高端人才

近日,国内教育推荐引擎决胜网宣布,正式任命原去哪儿网公关总监南楠及国际知名招生官Senthil Kumar为公司副总裁。届时南楠将负责决胜网公司品牌、市场及营销的合作。Kumar负责决胜网海外业务的拓展、销售及院校合作等工作。

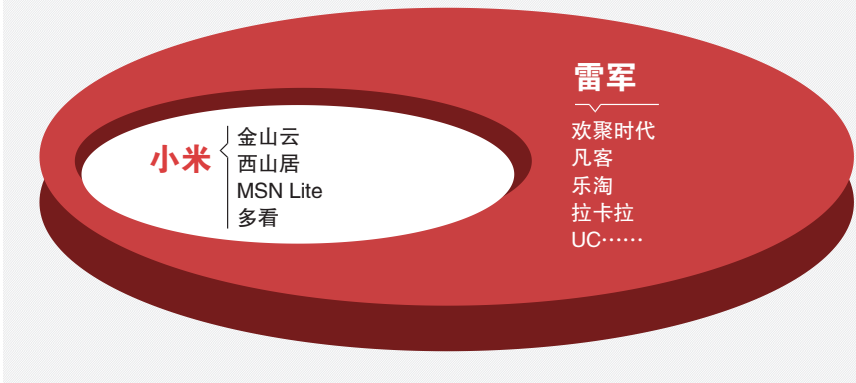
据悉,南楠在职上市公司去哪儿网期间,从零搭建企业公关团队,指挥、实施历次对竞争企业的攻防战,而kumar有20余年的招生录取运营管理经验,曾任美国强生威尔士大学国际招聘主管,负责亚洲地区的招生工作及加拿大、欧洲及拉美地区的运营工作,管理全球范围超过300位教育运营商。业内人士表示,互联网教育正处于高速发展阶段,决胜网此番发力,意味着决胜网在公司的战略上做出了新一轮的布局。

北京商报记者 魏蔚/整理

在互联网投资和并购战争中,BAT(百度、阿里、腾讯)的凶猛已被熟知。而现在,越来越多的公司希望分一杯羹,以尽快构建自己的互联网生态圈,小米便是其中之一。在小米之前,身挂多个董事长职位的雷军已是业界知名投资人,而以小米之名,这家智能手机厂商近来更为凶猛。

小米激进参战互联网投资

雷军及小米投资概况



突出”。

类似的一幕也发生在迅雷身上。今年1月,不断有传闻称,小米已经与迅雷达成股权协议,或大规模入股,或整体并购。即便双方对传闻都不予置评,但扎身小米电视、小米路由,为小米系硬件提供离线/远程下载和视频服务的迅雷与小米的亲密关系并不遮掩。

相比UC、多玩、拉卡拉等雷军系企业只是与小米“暧昧不断”,凡客甚至早于西山居“见了公婆”:雷军领投1亿美元凡客新一轮融资的消息,与其说是雷军和凡客CEO陈年的私交而“拉兄弟一把”,倒不如说小米又在进行一次跨界投资。

事实上,如同西山居,凡客也一直在进行“小米式改造”,作为陈年挚友,雷军扮演的角色绝非投资人那么简单。

而除了上述消息,一些上市公司甚至主动递上橄榄枝,“感觉沾上小米即能身娇肉贵”。不久前,液晶显示器、液晶显示模块生产商深天马A披露,与小米手机新品展开合作。而在去年底,另一家港股上市公司先思行也传出获得小米注资的消息。

分析人士称,不排除部分公司炒作的可能,但可以看出随着小米体量的增大,其投资力度确实在加大,触角也在延伸。

而如果反过来看,一

直从事手机制造的小米已经展开了手机之外的多项并购,只不过并未被成体系地汇总看待。

目前火热的小米电视和小米盒子业务就是由小米2012年收购的多看团队负责。而作为小米最老牌的互联网业务,其米聊团队已经收购MSN Lite(针对MSN的中国式优化)团队,重点研发米聊PC客户端。

更为关键的是,在高层业务搭建之余,小米不久前刚刚注册成立在线支付公司,试图自揽支付环节。坊间猜测,小米或通过并购的方式直接拿到在线支付牌照,以更快在该领域切实展开行动。

北京商报记者 张绪旺

百度地图新路径:向生活服务平台演进

当地图成为网企标配、当导航开始全面免费,老牌互联网地图服务商需要摆脱单一地图功能的局限。北京商报记者近日获得百度地图运营规划:向生活服务平台演进。

最高。

这一数据印证了百度地图的未来规划,要全面向生活服务平台演进:从单一地图指南到全套泛“地图”服务进行变身,并最终成为一个基于地图衍生出来的O2O应用。

围绕这一目标,百度地图基于地理位置和用户信息,从美食、酒店、生活娱乐以及团购信息等多个维度,为数亿用户推荐合适的生活服务信息。具体数据层面,百度地图日均定位请求超过35亿次,已经覆盖了国内近400个城市、数千个区县,近500万商户数据,50余家数据合

作伙伴的生活服务信息,拥有85%覆盖全国范围的酒店最低价格资源、120万家餐馆信息。

值得注意的是,除了基于地图覆盖实体路线和商户,百度也在从技术接口层面接入第三方互联网服务:当前激战正酣的嘀嗒打车和快的打车均是百度地图的打车服务提供商。而作为用户入口,百度地图打车服务的功能性、易用性和便利性已经超过绝大多数功能单一的打车App。

百度地图相关负责人介绍,百度地图打车功能覆盖城市大幅增加到26

座、接入出租车达到30万辆,单一城市支持多家合作方接入;支持语音打车、实时查看司机位置、加价打车等。

据悉,基于WEB端、移动端、服务端以及分行业解决方案等各类开放接口产品,百度地图已经搭建完整的、全体系平台级接口。过去的一年里,WEB端地图API实现132%的增长,移动端地图SDK季度平均增长108%,定位服务年增长50倍以上。目前,这些开放产品已经服务了超过23个行业、25万个应用,为40万开发者提供支持。

分析人士指出,4G时代的到来让地图服务拥有了更多想象空间,行业领先者正在加紧布局。不久前,百度全资收购糯米网等行动目的即是如此。

北京商报记者 张绪旺