

·看台·

搜狗开展网络购票体验活动

北京商报讯(记者 吴辰光)由于中国铁路总公司将2015年春运火车票的网络和电话预售期提前至60天,12月7日即可抢春运第一天的火车票,导致刚一进入12月,春运抢票即成为大家热议的话题。

近日,为了让农民工兄弟熟练掌握网络购票知识,浏览器厂商搜狗开展了网络购票体验活动,现场为农民工讲解并指导网络购票操作,帮助他们顺利购得春运回家火车票。

此次体验活动主要分为两个环节:一是由搜狗浏览器的专业技术人员为到场的农民工兄弟进行详细讲解,教他们如何使用互联网进行购票操作;二是由搜狗浏览器的志愿者们现场为有订票需求的农民工直接进行网络购票,现场帮助他们买到归乡票。

搜狗浏览器相关负责人介绍,对于农民工兄弟来说,通过大量人力投入解决他们一张春运回家火车票只能是暂时性的。只有让他们真正掌握互联网购票技能,才能在以后每一个春运中顺利归乡。

手机QQ浏览器5.5版发布

北京商报讯(记者 吴辰光)手机QQ浏览器5.5版日前发布,同时,其品牌代言人李易峰演、唱的QQ浏览器品牌微电影《选择》全片及主题曲《我要的现在就要》MV也在发布会上一同曝光。

此次5.5版主打视频弹幕功能,紧密贴合年轻人群的视频互动潮流,令手机浏览器用户可以在移动端享受吐槽乐趣。现场李易峰与粉丝大玩弹幕,不仅以向自己新歌MV发送弹幕的方式出场,也亲自教现场观众如何使用QQ浏览器进行弹幕。

腾讯移动互联网事业群市场部总经理乐露萍表示,“90后”是腾讯公司最重要的用户群体之一,QQ浏览器从品牌和产品上都围绕着“90后”做了深刻的洞察,在此基础上提出了“我要的现在就要”的口号和个性化产品的发展方向,相继推出了首页定制资讯卡片功能和弹幕功能。“我们不仅希望能够通过QQ浏览器为‘90后’提供快速、充满个性的使用体验,也希望QQ浏览器这个品牌能够通过多种方式与‘90后’真诚对话而成为彼此的朋友。”

拉勾网开启招聘风暴周

北京商报讯(记者 吴辰光)由拉勾网主办的“互联网招聘风暴周”上线。自活动公布后,拉勾网新增1500家互联网企业,进驻拉勾网的企业用户总数近4万家。一周内拉勾网新增用户逾5万人。“互联网招聘风暴周”吸粉能力十足,一反招聘界年底淡季的“常态”。

“互联网招聘风暴周”引入电商思维,根据不同求职需求和企业性质,设有专场招聘。例如,“土豪专场”中就囊括了腾讯、京东金融、优酷土豆集团等互联网巨头;而“新锐专场”中最近热门的互联网金融、垂直社交软件、租车、海淘、旅游、硬件等行业“小鲜肉”代表微众银行、花果金融、Blued、PP租车、蜜淘、马蜂窝、一加手机悉数出席。除此之外,还有高薪设计、技术、产品、电商专场、金融专场、游戏专场、社交专场、汽车专场、返乡专场、美女专场、骨干专场、风投等18个特色鲜明的线上专场招聘会,以及12月13日两个线下招聘会。

移动应用分发量持续增长

厂商排名有望改变

据易观国际日前发布的《中国移动应用分发市场季度监测报告2014年第3季度》显示,2014年三季度中国全渠道移动应用分发总量达286亿次,较上一季度环比增长12.3%。其中,百度系、360系和腾讯系三大巨头分别占据41.8%、22.7%和21.5%,总和超过八成。这意味着其他中小分渠道的生存压力日益艰难,尤其近期以来屡屡传出排名第四的豌豆荚出现内乱的消息,分发市场小幅度的洗牌仍在持续中。

易观国际分析认为,中国整体移动互联网基础网络环境的改善,有助于促进移动应用的使用以及移动应用分发量的提升,截至2014年三季度,中国3G/4G用户已达5.5亿,占整体手机用户的43%,随着4G的推广和逐渐普及,网络质量将得到进一步的提升,而且数据资费也将逐步下降,移动互联网用户通过应用商店App下载的积极性随之提高,移动应用分发市场将迎来新的发展机遇。

除此之外,各大应用商店也相继与产业链上下游的运营商及开发者合作推出“免流量专区”,进一步刺激用户的下载行为,降低用户下载应用的门槛,使其受众人群进一

步下沉,从而提高应用分发量,提升用户体验与用户黏性,同时基于“免流量专区”优化其商业模式,以助力提升流量变现能力。

此次值得注意的是,应用宝市场份额额达到21.5%,相比Q2增长1.4个百分点,增速超过行业平均水平60%以上,继续保持行业最快。相比之下,百度系和豌豆荚市场份额相比Q2仅增长0.1个百分点,而360系则下降2.2个百分点。

应用宝之所以持续保持行业增速第一,这还得益于其多场景应用分发能力。4月,应用宝先是豪掷5亿推出“扫红包得红包”活动,同月再次启动“夺宝奇兵”大型校园活动,并于9月启动“挑战应用题”大型校园活动,向百万高校学生普及移动互联网知识,开辟了校园分发的新渠道。9月底,腾讯应用宝更是联合青海卫视制作国内首档App脱口秀《应用宝典》,开创“电视分发”的新渠道。在独特的多场景应用分发能力下,应用宝的日分发量也快速突破1亿大关,从年初的5000万到10月底的1亿,应用宝日分发实现了翻番。

增速迅猛的应用宝也被腾讯高

度重视。在10月的腾讯全球合作伙伴大会上,腾讯首席执行官任宇昕表示,应用宝将是腾讯开放平台组件中最活跃、发展最快、最开放的重要部件。而在最新的腾讯Q3财报中,应用宝更成为了财报中的焦点,是董事局主席马化腾在财报解读中唯一提及的产品。腾讯总裁刘炽平则在随后的分析师电话会议中强调,“应用宝具有非常大的潜力,其商业化可从生态系统方面实现,我们可逐渐从应用宝获得收益”。

与应用宝形成鲜明对比的是,豌豆荚却遭遇内乱风波。前不久,豌豆荚在匿名社交应用多次遭到吐槽,主要集中在离职员工保留期权需要交押金、断交员工社保内部管理混乱以及核心管理层不和等问题。而豌豆荚也承认公司运营上的失误,该公司曾在声明中称,就社保问题,由于公司操作疏忽,确实导致部分员工出现社保漏缴一个月的情况。

国内知名互联网专家、天使投资人王冠雄认为,在应用分发市场上,应用宝虽然发力较晚,但凭借社交分发的优势或将实现全面超越。

北京商报记者 吴辰光

披露公开招股详情

蓝港互动最高融资1.9亿美元

蓝港互动近日披露了IPO公开招股详情,将于12月19日在港交所上市,股票代码“8267”,将以每手500股为单位进行买卖。同时,该公司拟在全球发售110952000股,发行价格区间为每股9.8-13.1港元。以发行价的上限计算,蓝港互动最高融资额可达14.5亿港元(约合1.9亿美元)。

蓝港互动在本次IPO融资中,已经引入富邦人寿保险有限公司、汇桥资本集团及绿地金融海外投资集团有限公司作为基石投资者,三家公司共计认购金额为5500万美元。

据悉,蓝港互动拟在全球发售110952000股中,将在中国香港市场发售11096000股,国际市场发售

99856000股,分别相当于总发行股份的10%和90%。此外,蓝港互动预计将向国际包销商授出超额配售权,最多额外发售16642500股,相当于全球发售股份总数的15%。

据蓝港互动披露的文件显示,本次全球发售所募集的资金中,约25%将用于研发及运营现有的及新的自研游戏并购买受欢迎的娱乐题材;约25%将用于从中国及海外的研发商处代理发行不同类型的高品质游戏;约15%将用于潜在的战略性收购;约10%将用于进一步加强自有分发平台“8864.com”的建设;约10%将用于投资技术平台;约10%将用于海外拓展,包括加强发展韩国游戏发行业务及拓展至其他国家和地区;

剩余部分将用做运营资金及其他一般企业用途。

有分析认为,蓝港的全球化业务将分步实行,海外拓展将选择文化背景相近的地区快速发展,比如中国港澳台、东南亚和韩国。而由于欧美存在文化差异,不排除在当地寻求合作伙伴。

今年8月底的招股书显示,蓝港互动已经在中国香港和韩国成立了全资子公司。同时,蓝港互动也考虑在更多的国家和地区成立子公司,例如,东南亚、美国。同时,蓝港互动将可能通过收购、合资的方式进入日本和欧洲市场。除此之外,也不排除与国际一线游戏发行商进行游戏的授权合作。北京商报记者 吴辰光

联合四家银行推三免优惠

—国美信用消费市场推广专题



国美集团与四家银行日前携手推出三免活动,致力于为消费者提供便捷的服务。消费者在2014年7月1日-12月31日期间,持北京地区发行的工行信用卡(准贷记卡、商务卡、逸贷卡除外)在国美各门店刷卡分期购物享受12期分期付款“0”手续费、“0”利率、“0”首付的三免优惠。

截止到2014年12月31日,持招商银行6期分期、建设银行6期或12期分期、农业银行12期分期,在国美家电消费,可享受分期付款“0”手续费、“0”利率、“0”首付

的三免优惠。

国美电器集团成立于1987年1月1日,是中国最大的以家电及消费电子产品零售为主的全国性连锁企业。多年来,国美电器集团坚持“薄利多销,服务当先”的经营理念,依靠准确的市场定位和不断创新的经营策略,引领家电消费潮流,为消费者提供个性化、多样化的服务,国美品牌得到中国广大消费者的青睐。

目前国美电器集团在全国280多个城市拥有直营门店1200多家,旗下拥有国

美、永乐、大中、黑天鹅等全国性和区域性家电零售品牌,年销售能力1000亿元。2003年、2006年国美电器相继在香港、澳门开业,目前在两地已拥有17家门店,迈出中国家电连锁零售企业国际化第一步;2004年国美电器在香港成功上市;2007年1月,国美电器与中国第三大电器零售企业永乐电器合并,12月,全面托管大中电器;2008年3月,控股三联商社,成为具有国际竞争力的民族连锁零售企业。目前,集团拥有员工(含门店促销员)20万人,每

年为国家上缴税收超过20亿元。

在创造一个又一个商业奇迹的同时,也使贡献社会、服务于人民的意识牢牢地扎根于国美人心中。以优质的服务最大限度地满足消费者需求,早已成为每位员工的工作准则。在这个准则衡量下,国美电器公司已建立起了高素质的售后服务队伍和完善的售后服务体系。国美人在用家电美化中国消费者家庭的同时,也为繁荣市场、贡献社会奉献自己的一份力量。