

· 看台 ·

## TCL通讯晋级中移动合作第一阵营

北京商报讯(记者 吴辰光)在日前举办的中国移动全球合作伙伴大会上,作为国内第一家获取GSMA RCS5.1/Blackbird的企业,TCL通讯现场演示了RCS+VoLTE解决方案,并成为中国移动的入围签约客户。

此次TCL通讯展出4G终端产品包括为年轻时尚女生定制的TCL i718M与TCL i709M。主打拍照的TCL i718M,拥有5.5英寸高清IPS全贴合屏、八核处理器的顶级配置,800万+1300万像素的前后高清摄像头,并可即刻上传社交平台分享。而超薄的TCL i709M采用了双镜面机身设计,厚度为7.5mm。

TCL通讯COO、中国区总裁王激扬表示,TCL通讯的RCS方案已通过国际权威组织GSMA认证。2015年TCL通讯计划为沃达丰、美洲电信、T-Mobile、AT&T等提供RCS 4G手机。而带有VoLTE高清数据通话的TCL 4G手机已经在韩国SKT渠道推出,目前TCL通讯正在为T-Mobile、Vodafone设计VoLTE产品,预计2015年一季度出货。而为中国移动定制的融合通信4G手机将于明年二季度推向市场。

## 搜狐视频韩娱资源布局显现

北京商报讯(记者 吴辰光)在与韩国最大的电视媒体之一SBS(首尔广播公司电视台)达成了五年独家合作后,搜狐视频的韩娱资源布局也就此浮出水面。

从12月20日起到12月31日,搜狐视频每天都将独家放送长达六小时的韩流庆典。SBS在12月21日的歌谣大战、12月30日的演艺大赏和12月31日的演技大赏,搜狐视频也将进行全程双语独家直播。

针对2014 SBS三大颁奖盛典,搜狐视频也派出大型记者团队亲赴韩国颁奖现场与后台,独家实时双语直播现场颁奖,实时后台采访明星大咖,实时直播中国粉丝的互动。

从2014年开始,搜狐视频拿下连续五年的独家SBS颁奖典礼中国区域独家直播权,国内众多韩娱粉丝不必如往年一样通过各种渠道看着画质不清晰、语言不通的颁奖典礼。今年,搜狐视频与SBS开始全面深度合作,专门开设同步中文直播区,届时“极品女士”于莎莎也将亲赴韩国,与韩国主持人一同为国内粉丝进行三场典礼的现场直播,深度参与互动。

## 联众获WPT亚洲15个地区独家授权

北京商报讯(记者 吴辰光)近日,国内最大的在线棋牌游戏开发商及运营商之一联众公司宣布,与持有WPT(世界扑克巡回赛)品牌的Peerless Media Ltd.签订《WPT亚洲地区整体许可协议》。

WPT授权联众在中国内地、中国香港、中国澳门、中国台湾、韩国、马来西亚、印度尼西亚、泰国及菲律宾等亚洲15个国家和地区对其品牌、相应产品及服务享有排他性权利,在日本地区,联众享有非排他性权利。联众可在赛事主办、电视直播、免费社交游戏、分销WPT电视节目及片段库等方面使用WPT品牌开展业务的权利。此外,双方还将在电视节目制作、播放以及相应商品等方面展开合作,联众还在双方可能进一步深入合作的其他领域享有优先合作权。该协议将从2015年1月1日起生效,有效期八年,至2022年12月31日。WPT自2002年创办顶尖国际扑克赛事世界扑克巡回赛以来,目前已在英国、美国、法国、意大利等10多个国家开设分站。

## QQ发起抗击埃博拉公益行动

北京商报讯(记者 吴辰光)近日,腾讯QQ、腾讯公益、联合国世界粮食计划署和中国扶贫基金会在北京召开“手护生命,抗击埃博拉”的新闻发布会,一同发起抗击埃博拉的公益行动。

参与此次爱心捐助行动的QQ用户,将与QQ一同发起挑战吉尼斯世界纪录称号,也就是在2014年12月22日-31日,任意24小时内,如果捐款次数超过10万次,将可打破吉尼斯世界纪录“24小时内单一网上平台最多次个人捐款”称号;如一周内捐款次数超过50万次,将打破吉尼斯世界纪录“一周内单一网上平台最多次个人捐款”称号。

中国扶贫基金会副会长江绍高表示,在非洲,一点点捐款就能起到很大作用。3元就能为1名受埃博拉疫情影响的儿童或其家人提供一天营养食物;21元就能为1名受埃博拉疫情影响的儿童或其家人提供一周营养食物;100元能为1名受埃博拉疫情影响的儿童或其家人提供一个月营养食物。

# 网秦出售飞流拟独立融资

## 通过反向收购实现借壳上市

遭浑水做空、创始人林宇卸任、出售旗下游戏公司飞流……近日来,发生在网秦身上的事件一个接一个,以至于“网秦出现亏损并将出售子公司”的消息也开始流传。但仔细研究发现,这些说法让网秦遭到了误读。

近日,网秦宣布拟将旗下全资子公司、手机游戏发行商飞流以5.7亿-6.3亿美元的价格售予港股上市公司野马国际。野马国际拟按照发行价向飞流和网秦或其指定人士分配及发行新股,而每股新股发行价将比野马国际于签署日之前30个连续交易日在联交所每股平均收市价折让10%-20%。在交易提案完成之后,网秦和/或其子公司将变成野马国际的控股股东。

这其实是典型的通过“反向收购”(RTO)实现上市的方式,通常也被称为“借壳上市”。也就是说,网秦并不是变卖家产维持生计,相反是在通过借壳的方式分拆手机游戏业务进行独立融资。

据悉,交易提案的完成将取决于对某些条件的满足,包括但不限于获得所有必要的第三方、政府和监管机构的同意、批准和豁免。卖方对野马国际提出强制性收购建议,并

拟于适当时候依据香港公司收购、合并及股份购回守则(收购守则)第26条申请清洗豁免。交易提案已经得到双方董事会同意,尚待野马国际特别股东大会批准各项事宜。此非约束性协议存续直至签署和交付最终协议。最终协议将包含没有规定在备忘录中的实质性条款。

在说明了出售飞流目的的同时,网秦还在同日补发了因浑水做空而延迟发布的2014年一至三季度财报,财报显示,截至9月30日,网秦营收达到创纪录的2.426亿美元,排除上述一次性增加的成本,网秦的净利润达到2300万美元。这表明网秦并没有出现亏损。

网秦指出,分拆是科技企业在多元化发展过程中推动子业务快速发展常见的手段,将帮助不同业务重新定位,而分拆后的公司可以更加专注于自己的优势领域,增强各自主营业务的盈利能力。另一方面,高增长业务能获得资本市场较高的估值。

实际上,近年来,网秦赖以起家的移动安全业务不再是投入重点,手机游戏、企业移动化、移动医疗、移动搜索和移动广告等业务已经成为新的增长点。但一方面受制于网

秦给资本市场根深蒂固的移动安全企业形象,一方面受困于做空造成的长时间影响,网秦及旗下各项新兴业务的实际价值被低估。

根据财报显示,在网秦有意持续放缓移动安全业务的情况下,包括安全和游戏在内的网秦移动增值服务的营收仍然保持较快速增长,今年前三季度分别为2740万美元、2920万美元和2510万美元。除三季度小幅下滑外,其余较去年同期均有明显增长。这也反映出以飞流为核心的手机游戏业务的营收能力,已经远远超过被外界视为网秦主营业务的移动安全业务。同时,也表明飞流已经具有独立融资和发展的能力,分拆的条件已经具备。

此外,截至9月30日,网秦所持现金、现金等价物和定期存款总额达到2.783亿美元,仅此就已超出网秦的市值。即便不加上网秦旗下多条高增长业务线和数家子公司的价值,网秦的实际价值已经被严重低估了。正如网秦创始人和董事长史文勇所说,飞流反向收购野马国际将确保其快速稳妥上市,这笔交易也将为网秦股东释放更大价值。

北京商报记者 吴辰光

# 中兴携中移动打造首批融合通信产品

近日,中兴与中国移动联手推出一款年度重磅语音旗舰产品——星星2号,这不仅是一款全球首款系统级全语音操控手机,也是首批支持中国移动融合通信服务的产品。

一直以来,中兴通讯就与中国移动保持着密切的合作关系,在3G时代,中兴与移动合作推出千元智能明星机型并连续多月蝉联TD市场销量第一。到了4G时代,中兴也顺势成为移动正式发布TD-LTE商用及4G品牌“和”之后的首批终端合作伙伴。

此次中兴与中国移动开创性地

进行渠道和内容上的双重合作。在渠道上,星星2号成为了首批支持RCS功能的产品;而在内容上,中兴则携手中国移动旗下、全国最大的音乐平台——咪咕音乐,星星2号的用户可以享受一年的咪咕高清特级会员权益,包括免费下载或在线收听全部标清、高清音质歌曲,免费下载手机铃音等;同时咪咕音乐还提供了100首正版的高清无损歌曲以及50首MV,内置在咪咕单卡版星星2号的TF卡中。

中兴通讯总裁史立荣认为,中兴与中移动在智慧语音内容方面的

合作,契合了中兴在该领域实现“无论任何时候、在任何层级与手机进行语音交互”的发展思路。中兴希望引入各方技术和内容,配合语音服务,以“多管齐下”的方式全面满足消费者的语音操作习惯。

中国移动总裁李跃则表示,星星2号让他看到了未来手机的蓝图,在这种领先的终端科技领域,中国移动需要这样的伙伴,从实用性出发为消费者提供一款具备超越性、创新性的产品,缔造一个手机新格局。

北京商报记者 吴辰光

# 一加手机销量突破百万台

近日,一加手机透露了成立一年来的销售数据,产品销量已突破100万台,明年一加手机的销售目标为200万台。

对此,一加CEO刘作虎称,目前的成绩已经印证了当初打造精品和两条腿走路的国际化策略的正确性,证明了当初的一些判断是对的。

但他也坦承,自己一开始信心不足不敢下太多订单而造成阶段性产能不足的遗憾。在一加手机今年4月的发布会上,曾经曝光过的多款定制后壳,如竹质、木质、凯夫拉、牛仔布等后盖,尽管竹质后盖已如期面世,但其他后盖却因为材质、做工等问题未能如约量产和消费者见面。

这显然成了刘作虎内心深处的一个结,他承认自己对一些产品设计过度自信而未能考虑到量产面临

的问题,但他却表示,个性化依然会是一加手机未来要继续坚持的路线,并且会在一加2代上实现,只不过这次会提前考虑到材质做工上造成的影响,相信未来在一加2代上会让用户见到更多个性化的东西。

此外,对市场太过保守也是刘作虎在一加手机炒作上给外界的印象。今年6月时,尽管首销预约量超过140万,刘作虎却依然在给工厂下9月的订单时只敢预订30万台的量。在今天看来,销量过百万台的一加当初完全可以更加激进一些。

有业内人士分析,一加要以单款产品长期保持较高的价位,在产能控制上确实要更谨慎,否则很容易造成压货降价的恶性循环。

刘作虎认为,创业就要谨小慎微,避免过于冒进。不过,经过一加1代

后,在一加2代上会大胆一些。实际上,在产品上做好大胆准备的同时,一加手机在渠道上也开始下大力度。近日,其首家线下体验店落地北京,标志着一加开启线下战略布局、实现线上线下双管齐下的销售模式。

在谈及为何开始建立线下体验店时,刘作虎透露,目前绝大部分的互联网产品都面临这样一个问题,用户能够通过网络获取产品信息,但苦于无法及时体验到实体产品而出现购买疑虑。一加体验店的建立就是为了消除这种“网络营销与手机实物”脱节的痛点。

据悉,在北京体验店正式营业后,一加还计划在深圳、上海、广州等城市以及海外建立更多的线下体验店,将业务范围辐射到全球市场。

北京商报记者 吴辰光