

阿里游戏免费开放资源对抗腾讯

北京商报讯(记者 钱瑜 姜红)继今年1月正式更名后,阿里游戏昨日首次亮相并发布2016年度战略,宣布与阿里云、阿里影业、阿里文学以及汇川平台联手完善产业链,并将向游戏开发者免费开放阿里旗下IP资源。

据阿里游戏透露,2016年1月,九游正式宣布更名“阿里游戏”,阿里游戏将与阿里云、阿里影业、阿里文学以及汇川平台联手推出“T计划”,在云服务、大数据、IP(版权)、流量等方面为游戏开发者提供服务。

去年以来,IP作为整个泛文化行业内最热门的资源被炒热,一些经典IP的价格也暴涨,这让一些资源尚少的游戏开发企业倍感无奈,更有甚者,不少游戏开发企业打起了擦边球。阿里游戏抓住了这一点,据介绍,阿里影业和阿里文学作为影视IP和网文IP的原生平台,将把旗下的IP资源免费提供给优秀的开发团队,以研发精品游戏。这也表明,作为阿里旗下泛文化产业链的一员,阿里游戏与其他平台的关系更加紧密。

值得注意的是,此次阿里游戏还表示,游戏开发者在资金方面可以得到最高100万元的扶持,与游戏开发者的资金分成还将维持在五五分成的模式。

随着巨头企业的不断发力,国内手游市场已经呈现出明显的马太效应。绝大部分用户和收入已经被腾讯、网易等少数游戏巨头所分割,留给中小游戏企业的资源和成长空间并不乐观。阿里游戏加入阿里泛文化生态圈后开始招揽开发者加入也表明阿里在游戏行业内希望打破这一局面的意图。

大尺寸彩电首爆价格战

北京商报讯(记者 陈维)没有最低,只有更低。继乐视之后,风行已然正在成为彩电行业新的价格屠夫,且将屠刀挥向大尺寸领域,试图以低价、高性价比的方式来抢占互联网电视市场。

昨日,风行电视对外发布四款互联网电视,尺寸从43英寸到65英寸。其中,65英寸电视价格成为业内关注的焦点,65英寸4K电视售价仅4298元,且包含一年价值299元的英超年费,硬件价格仅3999元。据了解,这是65英寸4K电视价格首次跌破4000元,甚至要低于主流60英寸4K电视价格。

此外,风行宣布与天猫商城建立战略合作关系,风行电视全系列新品即日起在天猫商城和风行商城接受预订。事实上,自2012年乐视跨界以颠覆者形象进军彩电市场以来,彩电行业智能化升级不断提速,其中“低价、高性价比”也成为互联网电视一大标签。但一直以来,互联网电视的价格战主要集中在39英寸到55英寸之间,60英寸及以上的大尺寸电视仍以老牌彩电厂商为主,价格也是动辄五六千元,65英寸4K电视均价更是高达1万元左右。

业内专家分析指出,彩电市场正在向大尺寸发展,风行此次推出超低价65英寸4K互联网电视,也释放出大尺寸电视将迎来价格战的信号。谈及价格战对彩电厂商的作用,日前在奥维云网和中国家电协会联合主办的“中国彩电发展趋势论坛”上,奥维云网智能显示与数字娱乐事业群总经理董敏则指出,2016年彩电价格会持续下降,且价格战依旧会有效。一直以来价格战都是最有效、最直接的竞争手段,无论原有体系是多么的完美,多么的无懈可击,价格战总能撕开一条口子。

消费者怀疑车辆里程造假 电商坦言监管无奈

瓜子“调表车”引出二手车通病

国内二手车市场已经迈入千万辆交易级别,在面对如此大体量的市场时,近年来各大二手车交易商以及电商平台均瞄准该领域集中发力,扩大市场份额。然而,在国内二手车市场高速发展的同时,行驶里程数造假、交易车辆与描述不符等不和谐之音也常常萦绕耳畔,成为二手车市场亟待解决的难题。

行驶里程被调低

昨日,市民王先生向北京商报记者反映,称通过瓜子二手车直卖网购置的一辆二手车存在行驶里程被调的情况。“本以为买了一辆行驶里程较少的二手车,但没想到实际公里数要高出2万多公里,买到这样的车真的挺窝心。”王先生表示。

据了解,今年3月,王先生在瓜子二手车直卖网上看上了一辆行驶里程标注为3万多公里的上汽通用雪佛兰科帕奇SUV。由于该车行驶里程较少,以及对瓜子二手车直卖网承诺的259项车辆售前检测标准的信任,王先生随即购买了该车。但是,王先生在办理过户时,首先被

告知该车在外观上存在改动,加装了LED灯等原车并不存在的装备。同时,该车没有领取年检标志,存在年检超期的现象。在对车辆进行外观还原及年检后,王先生才完成过户。

然而,对于王先生来说,过户时的小波折只是这辆“问题”车给自己带来困扰的开始。此后,在一次车辆例行保养时,王先生无意中让4S店工作人员调取了车辆保养记录,发现该车最近一次保养记录为去年9月,但行驶里程已达5万多公里,与自己所购车辆目前3万多公里的数字严重不符。王先生称:“我怀疑这辆车被人动了行驶里程,但并没有人在交易前告知,二手车交易平台在对车辆进行检测时,也没有尽到义务,因此二手车交易平台应该对此负责。”

电商束手无策

对于王先生所购车辆遭遇行驶里程“调表”的情况,瓜子二手车直卖网方面表示:“正在与消费者沟通,将尽快解决王先生遇到的问题。”

瓜子二手车直卖网相关负责人表示,

此前也遇到过“调表”二手车的情况,最终均协商解决。“我们希望王先生给我们提供4S店的车辆保养说明,以便能够了解该车的真实行驶里程数据,如果行驶里程存在问题,将对王先生进行赔偿。”该负责人表示。

据介绍,瓜子二手车直卖网在车辆售前会对车辆进行全面检测,同时在车辆过户前也会将车辆开至修理厂,对车辆底盘等关键部位进行复检。但上述负责人表示,在评估环节,对于二手车行驶里程是否存在人为改动情况,目前仅能凭借评估师的经验进行判断,并不能通过有效的技术手段对行驶里程数据的真实性进行评估。

“针对此类情况,在售前评估时,我们为节省买卖双方时间成本,会通过第三方平台对车辆行驶里程进行核实,但目前只覆盖80%的车辆,并不能核实所有车辆的真实性。”该负责人说。

“调表车”凸显行业漏洞

事实上,王先生所遇到的“调表车”现象并非个案,在国内二手车交易中由

来已久。

北京商报记者在走访中发现,汽修厂和街边修理店就可以进行车辆“调表”。在一家汽修厂,当北京商报记者提出能否为车辆“调表”时,工作人员表示,交纳120元便能在5分钟内完成“调表”操作。该工作人员表示,“调表”都是想让车卖个高价,以前采用机械式记录的车型需要将仪表盘拆下来再进行“调表”工作。现在的车型都采用电子记录行驶里程的方式,只要通过电脑破解软件后即可,比机械式要简单得多,而且车辆评估师根本看不出来。

对于二手车交易中存在的“调表”乱象,中国消费者协会律师团团长邱宝昌认为,无论线上电商交易平台还是线下二手车经营机构,如果涉及组织、经营业务,便涉嫌欺诈,消费者可申请3倍赔偿。同时,像瓜子二手车直卖网这样提供个人之间交易的电商平台,也需要对卖家的个人信息、商品信息的真实性负责,如果责任在卖家,也需要承担没有做好核实商品信息的责任。

北京商报记者 刘洋

美的收购东芝白电 是馅饼还是陷阱

北京商报讯(记者 钱瑜 石飞月)昨日,有消息称,处于经营重组期的东芝又被发现7起财务造假问题,该公司亏损问题加重,而美的正在收购东芝的白电业务。无独有偶,鸿海将要收购的夏普也处于重大亏损中。

消息称,东芝税前利润总计虚报了58亿日元(约合3亿元人民币),该公司发布2015上半年财年(2015年4-9月)报表时曾下修了虚报的利润,但并未公布详细内容。

北京商报记者联系到东芝中国的相关负责人,该负责人表示“未得到任何官方消息”。其实早在去年2月东芝就被第

三方委员会查出,从2008年起至2014年末,东芝共虚报利润1562亿日元,这个数字占到东芝5650亿日元税前利润的将近30%。

巧的是,东芝财务造假的消息被曝出的时间与中国白电巨头美的收购东芝白电业务所在部门的消息只差了一天。此前有消息称,东芝计划把全资子公司“东芝生活方式产品和服务公司”的绝大部分股权转让给美的,这家公司主要负责东芝白电业务,转让将有可能在夏天之前完成。也就是说,美的将要收购的对象是一个资金亏损严重的企业。

而备受关注的“鸿海恋”也面临着这

种情况。上月,夏普宣布将以发行股票的方式从鸿海筹资约4890亿日元,交易完成后,鸿海体系的公司总计将持有夏普65.86%普通股股权。夏普也是一家亏损严重的日企,数据显示,该公司2015财年前三季度净亏损1083亿日元(约合60亿元人民币),预计2015财年将出现巨额的最最终亏损。

有不具名人透露,其实最近有关这两则并购事件中大量的亏损性报道,不排除是收购方企业在并购行为中有意闻的新闻战争,以降低未来的收购成本。

中怡康家电研究专家左延鹏指出,“这两则并购行为对于中国企业最大的

好处是,能帮助中国企业建立起更具备全球技术研发实力、摆脱代工之王的公众形象,对于进入海外市场拥有更大的品牌价值。坦白地讲,中国企业海外并购最直接的目的是掌握高端科技,获取知名品牌,借势抢滩海外市场”。

不过,中国企业进行海外并购的风险也是很大的。有关专家认为,海外并购之后对多个品牌、本地渠道的整合都将是未来的难点,特别是在实现多个品牌联动发展的同时,如何保证其相互之间不受影响至关重要。因此,中国企业“走出去”切忌“一口吃个胖子”,要循序渐进。



2015年度(第十一届)北京十大商业品牌评选 获奖公告

2015年度北京十大商业品牌金奖

- ★ 北京稻香村
- ★ 北京市百货大楼
- ★ 菜百首饰
- ★ 超市发
- ★ 翠微股份
- ★ 京东
- ★ 居然之家
- ★ 眉州东坡
- ★ 全聚德
- ★ 同仁堂
- ★ 呷哺呷哺
- ★ 新发地市场
- ★ 燕莎奥特莱斯购物中心
- ★ 吴裕泰
- ★ 张一元

2015年度北京十大商业品牌

- ★ 北京SKP
- ★ 北京赛特奥莱
- ★ 金源新燕莎MALL
- ★ 便宜坊
- ★ 庆丰包子铺
- ★ 首创奥特莱斯
- ★ 味多美
- ★ 物美
- ★ 西单大悦城
- ★ 西单商场

2015年度北京十大外埠和跨国商业品牌

- ★ 7-eleven
- ★ 红星美凯龙
- ★ 家乐福
- ★ 肯德基
- ★ 亚马逊中国
- ★ 顺丰速运
- ★ 苏宁云商
- ★ 唯品会
- ★ 星巴克
- ★ 永辉超市

2015年度北京商业创新品牌

- ★ 营销创新品牌: 1919酒类直供, 城外诚, 航诚商业, 蜜芽, 御食园
- ★ 管理创新品牌: 爱琴海购物中心, 北京建材经贸大厦, 汉光百货, 华润五彩城, 万家灯火
- ★ 文化创新品牌: 华润凤凰汇, 家和家美, 来福士, 南新仓, 洋码头
- ★ 服务创新品牌: e袋洗, 金宝汇, 蓝景丽家, 每克拉美, 首汽租车
- ★ 区域创新品牌: 北京荟聚购物中心, 京通罗斯福, 酷车小镇, 龙湖·长楹天街, 天津大悦城
- ★ 环保创新品牌: 北京绿地缤纷城, 东方新天地, 大润发, 集美家居, 世茂广场·工三

(以上名单均按首字拼音排序)

主办机构 北京市商业联合会/北京日报报业集团
承办机构 北京商报社
支持机构 北京市商务委/北京市工商局/北京市国资委/北京市发改委
北京市统计局/北京市地税局/北京市质监局/北京市贸促会
北京市工商联/北京市社科院/北京财贸职业学院

学术支持 北商研究院
特别支持机构 中国商业联合会/中国经济报刊协会
协办机构 北京品牌协会/北京市产业经济研究中心/北京网络媒体协会/北京商业经济学会
媒体支持 央视财经频道/北京日报/北京人民广播电台/BTV5/北京晚报
北京晨报/北京青年报/首都建设报/北京娱乐信报



北京商报官方微信 北京十大商业品牌评选
官方网站: http://biztop10.bjbusiness.com.cn