

中国移动12月推“企业飞信”

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)11月9日,记者获悉,中国移动将在12月推出“企业飞信”,为企业提供一站式沟通协作整体解决方案,致力于提升企业沟通协作效率和信息化水平。今年5月,有消息称飞信“已死”,随后中国移动做出回应表示飞信运营正常,关于停止服务一说严重失实。

对于运营商而言,随着近年来微信等互联网产品的兴起,传统通信业务也受到较大冲击,特别是传统的语音和短信业务。数据显示,2015年,移动电话通话时长同比下滑2.6%,全国移动短信业务量同比下滑8.4%,转型,已刻不容缓。

据了解,中国移动为响应国家“互联网+”战略,推动企业信息化升级,将推出一款名为“企业飞信”的产品。企业飞信依托中国移动运营商特有的通信资源,将彻底改变当前小微企业沟通现状。消息称,企业飞信将会在12月正式亮相,举行产品发布会。企业飞信属于中国移动的“飞信”家族。官方信息显示,飞信是中国移动自2007年起推出的社交通讯工具,致力于为用户打造基础电信级别的互联网、移动互联网融合通信平台。

家电研究院与苏宁达成战略合作

北京商报讯(记者 金朝力)11月9日,中国家用电器研究院与苏宁云商共同对外宣布,双方达成了全面战略合作。依托各自固有优势,双方将在线上线下开展全面合作,以消费者为中心,升级家电购物体验。

业内人士指出,作为国家级权威机构的中国家用电器研究院,拥有技术服务、科技创新和信息服务三大平台,前瞻性地指引着家电行业发展的新方向;作为中国家电零售巨头的苏宁云商,拥有线上线下融合的渠道平台,引领着家电零售的新趋势。双方的强强联合,将为中国消费者提供更优质的服务和品质保证。

随着消费者已经由物质型消费转为产品实用型消费,在选购产品时开始综合考量产品的感官舒适性、安全性、功能、性能、可持续性、可及性等因素,及时了解消费者需求,并在第一时间将其转化为高品质的产品,打通家电企业与消费者之间的沟通渠道,这正是中国家用电器研究院与苏宁易购战略合作的重要目标。以双方合力推动的“嘉电”评测为例,通过专业检测及用户体验评测两个方面对产品进行评价,向消费者提供公正客观的评价结果,为用户的实际购买行为提供明确而权威的指导。

约2.6万套公租房10日起登记

北京商报讯(记者 阿茹汗)由北京市保障房建设投资中心为主体运营的20个项目,约2.6万套公租房将于11月10日上午10点开始登记,登记时间截至11月22日下午5点。这也是北京市近期启动的近3.2万套公租房配租工作的又一重要进展。

据了解,北京市住建委近期启动了高立庄等29个公租房配租工作。这批公租房共计3.2万套房源,占最近十年北京配租总量的1/3。项目租金水平在每月16—45元/平方米之间。其中,20个项目为北京市保障性住房建设投资中心持有运营,9个由各区政府投资运营。与以往公租房项目在房屋具备入住条件前6个月启动配租不同,本次配租的部分项目预计最晚竣工时间为2017年10月。所有项目均为全装修成品交房,房屋已完成基本硬装,厨卫设施齐备,可满足家庭日常生活需要。

11月10日启动登记的20个项目就是这3.2万套公租房中的一批,按照申请要求,申请家庭自行登录北京市保障性住房建设投资中心,点击“市投资中心持有项目意向登记”按钮进入意向登记系统界面,按照相应提示进行操作。每个公租房轮候家庭登记项目不得超过3个。

值得一提的是,北京市还首次在常营汇鸿项目推出了“老年公租房”和“青年公租房”,其中,老年公租房配租对象需满足家庭成员全部在60周岁以上的条件;青年公租房申请家庭除具备公租房轮候资格外,还需符合家庭结构为单人户、年龄在35周岁以下条件,并与一个同等资格条件家庭或京籍无房35周岁以下无公租房轮候资格单人户家庭共同申请,两个家庭共同配租,并原则上同时退出。

广电总局新规后过审1679款游戏

北京商报讯(记者 姜红)今年9月,国家新闻出版广电总局(以下简称“广电总局”)公布了国内手游审批手续补办工作延期的消息,原定于10月1日的审批补办期限顺延至12月31日。至此以后,广电总局在游戏过审速度和效率上都有了显著提升。刚刚步入11月,首日便过审了85款游戏,足见广电总局对审核效率的重视程度。

广电总局今年6月初发布的《关于移动游戏出版服务管理的通知》明确指出,移动游戏的出版将被包含在网络出版的管理中,今后,未经广电总局批准的移动游戏,不得上网出版运营,必须申报版号才能上线。同时,对部分题材的游戏给予审查优待。该通知从7月1日起正式施行。

在新规实行了4个月后,截至目前,广电总局共计过审了1679款游戏,其中1540款为移动游戏,而在此之前,7月过审152款,移动游戏107款;8月过审480款,移动游戏443款;9月过审527款,移动游戏500款;10月过审520款,移动游戏490款。此次过审的85款游戏中,多以移动游戏为主,而棋牌类、休闲益智类游戏居多。

滴滴扩容出租车“揽活”模式

北京商报讯(记者 魏蔚)滴滴正在与更多出租车企业试水多元融合模式发展。11月9日下午,滴滴宣布已与150家出租车达成产业融合合作,能为出租车企业提供出租车智能派单企业版、出租车接网约车单企业版、加盟滴滴快车、加盟滴滴专车等多种合作方式。

据了解,8月底滴滴就已宣布在北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、重庆、南京、三亚等十余个城市与近50家出租车企业合作,尝试推出“智能派单”模式,同时,试图让出租车司机在承接出租车单基础上,承接网约车订单。

目前滴滴已经形成一整套多元化的融合发展解决方案,能为出租车企业提供出租车智能派单企业版、出租车接网约车单企业版、加盟滴滴快车、加盟滴滴专车等多种合作方式。

其中智能派单企业版则是在传统司机自主抢单的基础上,通过大数据的订单匹配,系统综合考虑距离、拥堵、运力等因素自动将订单定向推送给司机。而接网约车订单,则意味着司机在承接滴滴出租车订单的基础上额外承接网约车订单,加盟滴滴快车、专车则是滴滴为出租车企业提供司机服务培训、认证解决方案以及车辆融资解决方案,出租车企业只需从自身人员招聘和线下管理方面入手,即可共同携手拓展快车及高端网约车市场。

变相降价争夺中端市场

苹果卖翻新机:逐利的冒险

11月9日,北京商报记者获悉,在时隔九年后,苹果美国官方网站又重新开始销售翻新手机,价格比新款产品便宜15%。在专家看来,在承受着业绩和销量持续下滑的压力下,苹果此举也是迫于无奈,虽然售卖翻新机对于苹果来说也算是暴利的买卖,但未来在中国市场却未必行得通,更甚的是,这样压低姿态的商业模式还会对苹果造成品牌伤害。

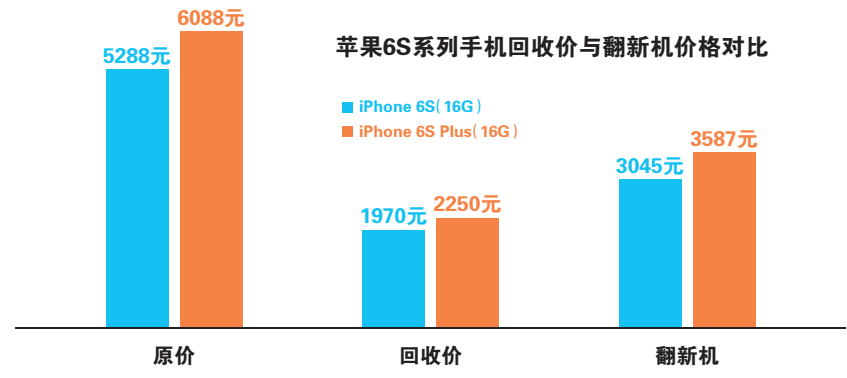
售价比新品低15%

根据苹果美国官网显示的信息,目前,苹果只出售iPhone 6S和iPhone 6S Plus翻新机。北京商报记者观察到,苹果此次出售翻新机的价格比新款产品便宜了约15%,即100—120美元左右。例如,16GB iPhone 6S售价449美元(约合人民币3045元),而16GB的iPhone 6S Plus售价为529美元(约合人民币3587元)。

和新产品一样,苹果的翻新手机带有一年的保修,手机内部配置的是全新的锂电池和外壳,官方翻新版iPhone 6S、6S Plus有四种颜色可选,且都是无锁版。苹果表示,这些翻新手机已经通过全面测试,更换了测试中发现有缺陷的零部件,并经过清理、检查,为买家提供购买新iPhone附带的所有配饰。这些手机可以运行原版操作系统,也可以运行最新版操作系统。

目前,翻新iPhone的销售只限于美国地区,如无意外,接下来会在更多的地区上线。据了解,大约在2007年,苹果曾经尝试过销售翻新手机,不过后来并未延续下来,苹果官方网站一直没有销售翻新手机。苹果此前已经开始出售翻新的Mac、iPad以及iPod,但iPhone一直是苹果最核心的产品。在苹果最新财报中,来自iPhone的营收在其总营收中占比高达60%,自从2007年推出iPhone以来,苹果已经在全球出售10亿多部智能手机。

苹果并不是唯一一家出售官方翻新机的手机厂商。有消息称,为了维持利润增长动力和全球智能手机市场份额,三



星电子从明年起将开始销售经过翻新处理的二手Galaxy高端智能手机。据悉,这些二手Galaxy手机将来自韩国和美国等市场与三星签订了一年升级计划合约的用户。目前还不清楚三星将在哪些国家销售这些翻新手机,以及售价究竟有多少优惠。有知情人士称,三星最快将于明年敲定翻新计划最终的细节。

暴利还是砸牌子

至于翻新手机的来源,有分析称,此前苹果公司和美国的移动运营商曾经推出了iPhone升级计划,比如用户可以每月支付一定的费用获得一部新iPhone,而在来年苹果升级新手机时,可以将旧手机送回,领回一部新手机。

北京商报记者在苹果中国官网上看到,苹果在中国市场也有“iPhone年年焕新计划”,官网显示:“有了iPhone年年焕新计划,就可每年轻松升级到新iPhone,并可享受AppleCare+全方位服务计划的安全保障。只需在一年内折抵你的iPhone,即可获得此设备原支付金额50%的折抵优惠来购买新iPhone。”也就是说,在购买iPhone一年内,消费者用旧手机和产品价格的一半,可以换取一部新的iPhone。

如果按照这种翻新机来源,以16G版本的iPhone 6S为例,苹果收购价为50%,即2644元,售价为3045元,忽略清理、检查等费用不计,苹果可以从每部翻

新机中获利401元。

此外,苹果还有以旧换新的活动。不过,苹果官方给出的换购价一直都很低,很多网友都是抱着看热闹的心态评论此事,大都表示不愿以如此低的价格换购新产品。

现在,在苹果官网,国行iPhone 5最高折价350元,iPhone 5S为635元,iPhone 6为1430元,iPhone 6 Plus为1805元,iPhone 6S为1970元,iPhone 6S Plus为2250元。与中关村二手回收价相比,苹果官方的回收价要低很多。以16G版iPhone 6S为例,中关村二手市场的回收价为3620元,两者相差达1650元。也就是说,按照3045元的二手翻新机售价,苹果的毛利润为1075元,可谓是暴利。

通信世界周刊总编辑刘启诚分析认为,苹果在制定折旧价格标准时,肯定要考虑成本和利润的问题,折旧价越高,苹果的利润率就越低。也有专家认为,苹果此举是砸自己的牌子,因为iPhone一直属于高端阵营,出售翻新机不利于苹果维护自己的品牌优势。

高端不成走低端

无论如何,苹果销售二手翻新机,在运营商世界网总编辑康钊看来,一是为了清理库存,二是为了增加收入,出售翻新iPhone意味着,苹果又找到了新的iPhone增收渠道。

重点关注

Special focus

央视广告招标拒绝P2P

北京商报讯(记者 陈维)有着来年经济走势风向标之称的央视招标于11月8日举行。今年央视通过模式的创新,仅“国家品牌计划”和“超级IP资源招标”就吸金64亿元,招标总额较去年有所增长,从行业分布来看,酒企、家电、汽车等多家企业中标,而过去两年炙手可热的互联网金融企业大幅减少。业内人士分析,央视暂停P2P企业广告投放资质是导致这一现状的主要原因。

在招标模式上,央视今年一改以往广告招标模式,选用向品牌服务升级新理念,推出“国家品牌计划”和“超级IP资源招标”。央视广告经营管理中心主任任学安此前介绍,之所以叫“国家品牌计划”,是因为当今中国经济的发展,比任何时候都需要一批能够在全球市场上代表国家形象来参与商业竞争、文化交流的国家品牌。

按照央视今年“国家品牌计划”的规划,“国家品牌计划”的实施包括公益、商业两部分。其中,公益分为“广告精准扶贫”、“重型装备制造业品牌传播”项目。而商业部分则是今年央视现场广告招标的主体,

分为“国家品牌计划TOP合作伙伴”、“国家品牌计划行业领跑者”两部分。

央视今年通过“国家品牌计划”和“超级IP资源招标”共吸金64亿元,其中,云南白药、金一黄金珠宝、格力、京东、海尔、洋河、鲁花花生油、美的、东阿阿胶、比亚迪10家企业中标“国家品牌计划TOP合作伙伴”,中标价总计42.09亿元。

另外,红星、蓝月亮、伊利、天猫、长安汽车、爱玛、力诺、环亚化妆品8家企业中标“行业领跑者”,中标价总计20.83亿元。此外,“2017年中央电视台春节贺岁套装广告”等黄金资源由小米、支付宝、蒙牛、东风汽车、农夫山泉5家企业拍得,共计1.3758亿元,合计64.2958亿元。

此外,还有6个项目并未公布金额。分别为茅台拍得的“2017年国家品牌计划—TOP合作伙伴—中国时间合作企业”;碧桂园拍得的“2017年国家品牌计划—TOP合作伙伴—中央电视台全媒体合作伙伴”;华为和万达分别拍得的“2017年国家品牌计划—TOP合作伙伴—特邀TOP企业”;双汇拍得的“中国肉业领

跑者”以及金龙鱼拍得的“2017年国家品牌计划—行业领跑者特邀企业”。

值得注意的是,过去两年,互联网金融企业曾一度成为央视的广告大户,在2016年央视的招标会上,P2P平台翼龙贷成为标王,共拍下央视“新闻联播标版组合”6个单元6个位置的标的物,花费费3.6951亿元,但在今年的央视招标上却未见P2P企业身影。

比达咨询分析师陈彪认为,主要是因为此前e租宝等P2P企业重金砸向央视,但去年e租宝事件的爆发,央视也被推到了风口浪尖,随后央视全面暂停了P2P企业的广告投放资质,甚至对一些互联网金融企业也持有谨慎态度。

央视也在加强广告审查力度。早在今年4月,央视广告部审查科通报的信息显示,对于互联网金融类企业在央视的广告投放,要求在投放前企业需向央视出具银监会的证明文件。对于经营范围内涉及金融投资的资产管理公司是否能投放央视广告,要根据企业从事的行业进行审核确定,取决于企业所从事的具体行业。

电视厂商争抢1.1亿台换新市场

产业观察家洪仕斌表示,在电视产业的变化中,领头羊厂商的引领作用不可或缺,自2014年三星由曲面电视空降消费市场以来,国产厂商包括长虹、海尔、海信、康佳、乐视、TCL、小米等电视机企业也纷纷加入到曲面电视阵营,而三星在2014年推出曲面电视之后,在2015年迅速推动销量,电视产业由平面到曲面的变革已经基本完成,而国产电视看到了曲面电视未来强劲的销售势能,拥抱曲面比拥抱智能、超高清都显得更为主动。

据了解,不仅是曲面技术,超高清、量子点、HDR和4K等显示技术和曲面技术都呈现出类似的规律,基本都是由三星领头研发,随后国内电视厂商跟进并大力推广,继而逐渐成为电视厂商的标配。

“今年‘十一’期间,三星KU30S/KU31S领衔海信、创维登顶最畅销机型,除了大屏和UHD等购机标准以外,也缘于HDR、曲面等技术的加持,三星的强势销量体现出当前用户在消费升级风口下,对电视产品创新、品牌与品质的追求。‘双11’来临之际,对电视行业来说,三星也正在推动整个电视行业的标准与消费潮流趋势,因此,国产厂商必须思考拿出具备创新品质感的电视产品来引发用户口碑与之争雄,价格战之外需要新的打法与策略。”洪仕斌说。