

·快讯·

## 部分净水器产品利润达五成

北京商报讯(记者 金朝力 石飞月)质量参差不齐、价格悬殊的净水器市场即将进入洗牌期。11月24日,在中国国家电网主办的“2016中国净水行业高峰论坛”上,有专家表示,目前净水器市场存在着质量参差不齐、价格悬殊的问题,部分产品利润可达到40%~50%,这导致行业引来大批企业入局,不过相对滞后的售后服务未能完善,消费者满意度差,行业洗牌在所难免。

中怡康的监测数据显示,2015年之前,中国净水市场以高于64%的速度快速扩容,2015年市场规模达到228亿元。2016年1~10月,净水设备累计销售231亿元,同比增长20%,预计2016年全年市场规模为285亿元,同比增长24%。

不过,在市场繁荣背后,净水市场的种种乱象也不容忽视。业内人士表示,没有统一的行业标准以及价格规范,造成了净水器质量参差不齐、价格悬殊,部分产品高达40%~50%的行业利润引来“分食者”入局,据不完全统计,我国的净水器品牌已达5600个。但该行业售后服务滞后也是我国净水器市场发展的主要瓶颈之一,部分企业只顾卖产品不管售后服务,无法保障消费者饮水安全,导致了净水行业的公信力受损。

当前净水设备表现依旧抢眼,但增速已经收窄。不少企业表示,今年净水器的增长有些乏力,但市场集中度正在进一步加强。行业标准发展滞后于行业发展、消费者教育相对薄弱,是净水器企业的两大“心病”,净水行业即将步入洗牌期。

## 苹果拿下折叠手机专利

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)11月24日,记者获悉,苹果一项最新的专利申请已通过,这项专利是关于一种拥有金属机身和可对折OLED显示屏的设备,并且在中间还采用了铰链设计。据了解,这项专利名为“柔性显示设备”,专利号为No.9504170,描述了一个拥有可折叠全屏幕覆盖设计的iPhone。这种折叠形式的翻盖手机最初在上世纪90年代由摩托罗拉最先采用,苹果在专利中表示,如果出现不方便携带的情况,可以直接折叠。

除了可折叠之外,苹果的这项专利组件设计也相当灵活,最重要的是拥有可折叠的OLED显示屏和金属支撑结构。苹果在专利中使用了镁钛铝,利用了镁钛合金的弹性结构以及可记忆特性,并且替换现有的柔性聚合物。在专利中的一些举例中,这种可折叠的智能手机包含可折叠底座,并且分成上下两个部分,每个部分都包含了处理器、传感器和一些智能手机常见的电路组件。比如在上半部分将包括摄像头、显示控制器、扬声器模块和环境光传感器,而在下半部分则有麦克风、CPU、GPU、振动器和其他一些必要组件。其上下两个部分都通过一个单一或多重的铰链机制连接,并且可以彼此移动和折叠,上下两个部分通过挠性印刷电路板进行数据交换。在两个部分之间则覆盖了显示屏。苹果在专利中指出,这种柔性屏幕可以包含额外的材料来适应两个甚至是两个以上的折叠配置。

有传闻称,该项新专利可能将用在下一代iPhone手机上,之前,iPhone曾被批评没有任何创新作为。或许苹果将要使用一款折叠式iPhone 8手机,再进行一次iPhone的重大改变。不过,业内人士指出,考虑到最近十年iPhone的发展趋势,苹果使用这种折叠屏幕的技术在几年内都不太可能转化成现实。

## 移动4G用户数超联通电信总和

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)在11月24日举行的第七届全球移动宽带论坛(以下简称“MBBF”)上,中国移动总裁李跃透露,截至目前,中国移动4G用户已突破5亿户。

几天前中国移动刚刚发布的2016年10月运营数据显示,在移动业务方面,中国移动10月移动业务净增216万户,其中4G净增1663.6万户,较9月净增1405.4万户加快,4G用户总数累计4.97亿户。远远超过另两家中国电信和中国联通4G用户数之和。

在4G基站方面,李跃表示,今年底将建成4G基站140万座,并通过载波聚合等技术提升4G+服务能力。在VoLTE方面,到今年底,VoLTE将覆盖超过300个城市,发展用户3000万,推出VoLTE/CA终端达1亿部,实现总量3.3亿部。

为了争夺用户并向5G平滑过渡,中国的三大运营商一直在加快5G网络研发的步伐,2015年10月23日,中国移动牵头的“下一代系统架构设计”已经在3GPP系统架构组会议上正式通过,历经一年多的前期研究,中国移动牵头的5G系统架构在本次会议上开启正式标准化。该项目将制定《5G系统总体架构及功能》及《5G系统基本流程》两个基础性标准,预计在2017年12月完成。

## 联通支付宝推10元/G流量包

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)11月24日,中国联通与支付宝宣布达成战略合作,联合推出手机号码品牌“蚂蚁宝卡”。据了解,蚂蚁宝卡分为大宝卡、小宝卡两种,前者的月费为36元,后者的月费为6元。大宝卡中包含2GB的国内流量和100分钟国内语音,套餐外的全国流量为10元/GB,是目前市面上价格最低的流量套餐。

值得一提的是,蚂蚁宝卡的套餐价格低于联通官方价格,套餐内流量更是有3倍之多。在中国联通官方资费介绍中,最低的4G套餐为56元,可以获得500MB的国内流量和100分钟国内语音,国内语音超出套餐部分,官方套餐为0.15元/分钟,大宝卡套餐则为0.1元/分钟。支付宝上的新老联通用户将获得手机流量赠送,专属套餐,专属靓号等优惠。蚂蚁宝卡也引入了芝麻信用,用户在使用过程中的按时履约行为将有助于改善信用。合作后,支付宝将根据用户绑定的手机号码,判定该用户是否为联通用户,并分别给予不同的优惠。对于联通老用户而言,以后使用支付宝的每一笔线下付款,都能获得联通赠送的10MB流量,每月最多10次,积攒到100MB即可兑换到手机号号。对于非联通用户,则可以在支付宝上申请办理“蚂蚁宝卡”,享受中国联通为支付宝用户定制的专属套餐、高额流量赠送、靓号等专属优惠。操作步骤非常简单,在支付宝上搜索“蚂蚁宝卡”,按照提示操作即可。

此外,非联通用户在支付宝上提交开卡信息后,联通将快递蚂蚁宝卡的SIM卡给用户,相比于联通老用户,蚂蚁宝卡的用户除了能获得2G额外流量等优惠之外,每笔线下支付更是能够获得20MB流量。QuestMobile数据显示,2015年手机用户在4G网络环境下月均使用流量为22.9MB,这意味着,不少蚂蚁宝卡用户在线下刷够10次支付宝后,就可以获赠200MB流量,能够满足每月基本的手机流量需求。

责编 孙麒麟 美编 王飞 责校 刘凯晶 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

## 特斯拉在华三度涨价保本为上

特斯拉每个关于价格的动作,都会引起车市的震动。加上最新这轮调整,今年以来,特斯拉在华已经三度涨价,每次幅度都超过万元。特斯拉官方解释称,涨价是受人民币贬值影响。不过,保持利润幅度或许才是特斯拉不断涨价的原因。

北京商报记者昨日调查发现,几轮涨价并没有影响特斯拉的销售。在业界看来,相比靠国家补贴以及降价保持销售的模式,国产新能源车还是应该从车的品质出发,打造出有竞争力的产品。尽管存在争议,但目前众多国产品牌都在打造本土超跑,这也给国内新能源车行业注入了活力。

## 逆势三连涨

同行降价特斯拉涨价。北京商报记者从特斯拉中国官网获悉,11月24日零时起上调了MODEL X全系车型价格及选装配件价格。全系车价上涨2.2万~3.58万元,最新售价为88.8万~138.12万元。同时,MODEL X P90D将停止销售。

此前一天,特斯拉刚刚上调了MODEL S全系车型及选装配件的国内售价。MODEL S全系涨价1.54万~3.71万元,最高涨幅达4.45%。涨价后MODEL S全系售价68.89万~131.52万元。

北京商报记者注意到,无论是MODEL X还是MODEL S,在车型配置及动力、续航里程等环节,公司均并未做出调整。

10月,特斯拉对旗下部分MODEL S和MODEL X的售价刚刚进行了涨价措施。MODEL S 60和MODEL S 60D车型上调600元,MODEL X 75D因配置变化



特斯拉在中国市场的门店正快速增加

上调2.5万元。另外,最便宜的MODEL X 60D汽车停止销售。

4月1日,特斯拉Model S在中国在售车型就已上调5万~7万元。

特斯拉中国表示,除了第二次的大幅涨价是因为调整配置因素外,其余两次涨价都是由于人民币汇率原因。

## 保本先行

按照市场规律,在中国市场,一般大宗贸易定价过程中,都会考虑3%~5%的汇率浮动。不过,为了让在中国销售的特斯拉与全球其他市场基本保持价格一致,特斯拉进入中国时,公司CEO马斯克很有诚意地将定价中5%汇率浮动取消,这意味着,汇率变化因素将会大幅影响特斯拉价格。

这也被业界看做是特斯拉多次提高售价、保障利润的抉择。

抛开汇率因素,配套设施成本增加也是涨价原因。此前,特斯拉对于充电新国标政策,保持“高姿态”。

然而,在刚刚结束的广州车展上,特斯拉发布了新国标充电适配器,让特斯拉车型不仅可以使用特斯拉自有充电网络,也可以使用符合中国新国标充电设施。新国标充电适配器的发布,也将增加特斯拉在充电设施方面的支出。

## 影响有限

持续增加的销售数字,是特斯拉不断涨价的信心源泉。数据显示,2016年三

季度,特斯拉全球汽车交付量同比翻了一番以上,达到2.45万辆,其中包括1.58万辆Model S和8700辆Model X SUV。

特斯拉方面表示,另有5500辆汽车已过境准备交付给客户,将计入三季度的销量数据,并强调四季度的销量和产能相比三季度将会持平或者更高。这种状态也与国产新能源车的销售形成了对比。根据北京商报记者调查,消费者选择国内品牌的重要因素就是国家补贴。

同时,新国标适配器的发布,强化了特斯拉的充电网络,增强了消费者对于特斯拉的消费信心。

特斯拉现有车主及在明年1月1日前完成订单并于明年4月1日前完成交付,将终生免费使用超充。这也将进一步促进这一时段特斯拉的销售。

北京商报记者根据实地调查以及各方面综合情况预测,涨价对特斯拉的销售影响很有限。

“特斯拉的受众层次高。这些消费者购买特斯拉是看中汽车的性能和特质,对于价格方面不太敏感。特斯拉在中国涨价不会影响销量。”汽车分析师张志勇表示。

除了采取“全球同步”政策的特斯拉在华涨价之外,因为汇率原因,平行进口车报价近期也持续走高。北京商报记者从深圳平行进口车销售网点了解到,中东版丰田霸道35万元,中东版丰田陆地巡洋舰49万元这类诱惑价,已经成为过去式。

北京商报记者 蓝朝晖  
实习记者 吴晓勤/文 CFP/图

S 重点关注  
Special focus

## 腾讯“砸钱”寻找下一代社交方式

以社交起家并持续“痴迷”的腾讯,正通过资本运作将触角伸入新兴社交领域。11月24日,在行与分答公司正式对外公布来自腾讯的A+轮融资,这也是继投资知乎以来腾讯在知识社区的又一次布局。伴随企业通讯、直播、陌生人交友等个性化社交模式的火爆发展,腾讯社交“一哥”地位频受挑战。不过,腾讯正在依靠强有力的资金尝试操盘社交这盘棋局。北京商报记者粗略统计发现,过去五年里,腾讯已陆续投资社交属性公司达18家之多。

## 版图再添一隅

分答的最早版本起源于微信端,并在微信朋友圈内迅速蹿红。今年6月,该公司已获得来自元璟资本、红杉资本中国基金的A轮融资,加上更早前来自周亚辉和阿尔法公社的Pre-A轮融资,目前累计融资额超过2亿元。

此前,分答曾在8月10日突然被暂停服务,随后在9月27日正式宣布恢复,但内容分类只剩下3类:职场、健康和科普。虽然业内有观点认为分答的火爆只是一时,很难再续辉煌,但分答官方依然乐观地表示,目前“付费语音问答”模式被一些创业公司、创业者直接采用,在不同方向上演化出新的功能。而分答本身也在快速迭代,有问必答的“快速问医生”、“当事人亲口说的‘分答头条’”等功能已于近日上线。

腾讯投资部执行董事夏尧表示:“腾讯非常看好知识分享领域的广阔前景,该领域与腾讯生态能够形成良好的互补和协同。相信在行与分答会成为中国知识分享领域最重要的平台之一。”

## 补齐知识社交

虽然腾讯已经在去年投资了知乎,但似乎这家巨头公司并不满足于此,此次对行与分答的投资又引发了坊间热议。不少分析人士认为,在行与分答

与知乎是老对手,现在共同出现在腾讯的阵营中或许将涉及到资源匹配的问题。

易观新媒体分析师马世聪认为,资源匹配并不会成为问题,腾讯社交平台中的巨大用户量和导流作用是其他社交属性应用追求的,竞争与否并不会影响与腾讯合作带来的利益。

另外,马世聪表示,对于腾讯来说,投资各个类型的问答平台能够补足自身在知识社区上的缺口。“知识社区中,用户质量和黏性都是比较优质的,用户付费模式也很被看好,在这样的前提下,腾讯的资本布局就更有价值。”

目前,知识社区也出现了很大程度上的分化,职场、女性、健康等垂直细分领域的应用不断产生的同时,知乎、在行等综合性的知识社区依然在发展。腾讯则在两个方面均有资本布局。按照市场的发展趋势来看,未来知识社区也将是综合与垂直双向发展。

## 执着资本布局

值得注意的是,在行与分答已经是今年腾讯在社交属性应用领域的第四笔投资。今年早些时候,腾讯相继投资了女性问答社区Women.com、陌生人社交应用“谁”以及健身社交应用Keep。另根据相关统计,腾讯在过去五年时间里陆续投资的社交属性公司已有18家之多,其中不乏前后被微信封杀多次的“朋友印象”这样的冤家。腾讯不只是在做社交的生意,也操着资本打着新生力企业的算盘。

业内也有一种担忧,用户在沟通与互动上永远有个性化和不同场景的需求,但在微信与QQ这样的主流社交工具中却不能完全得到满足,新的技术出现也会带来市场的变数,企业通讯、直播、陌生人交友等App的火爆似乎也印证了腾讯仍然难以满足很多社交需求。

不过,马世聪认为,社交市场中腾讯的强势地位

## 2012年至今腾讯社交版图重要投资动作

2012年4月	Kakao Talk(韩国移动社交)
2012年5月	Couple(情侣私密交流)
2013年6月	Snapchat(匿名社交)
2014年10月	Blink(可编辑图片的聊天工具)
2014年11月	Heirloom(熟人照片分享)
2014年12月	Same(陌生人社交)
2015年2月	SketchMe(图片社区)
2015年8月	朋友印象(让朋友来点评)
2015年9月	南极圈(腾讯离职员工交流组织)
2015年9月	一起Hi交友(视频交友)
2015年9月	双面白领(分时社交)
2016年1月	知乎(知识问答社区)
2016年3月	Women.com(女性用户的问答社区)
2016年8月	Keep(移动健身社交)
2016年8月	在行与分答(知识共享平台)
2016年11月	

并不会改变,但是会有创新和突破的可能,满足用户细分场景和互动需求的应用,发展下去也是有一定的成长空间,但并不会对腾讯的地位形成威胁。

马世聪分析称,对于长期垄断着通讯社交领域的腾讯来说,拥有足够的资金去做投资。同时,无论从投资这个方式把控社交领域的创新点,还是对自身生态的补充,都是正确的战略。“当前互联网化程度已经十分深入,移动互联网用户的需求却并未完全被开发。”马世聪强调,腾讯投资布局的手段也是为了对移动互联网用户需求的更新覆盖,把控新生的用户社交场景,从而把握对用户的占有。

腾讯CEO马化腾近日也曾公开感叹,“虽然腾讯干这行,却理解以后互联网主流用户的使用习惯是什么”。不难发现,投资也是解决这种忧虑的有效手段。

北京商报记者 姜红/文 王飞/制表

## 万洲国际吞下荷美尔子公司

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)继三年前在美买下全球最大猪肉供应商史密斯菲尔德之后,万洲国际再度出手,准备买下美国肉食企业荷美尔(Hormel Foods)的子公司Clougherty。根据万洲国际日前发布的公告显示,史密斯菲尔德以1.45亿美元的价格收购Clougherty。万洲国际表示,收购Clougherty将使史密斯菲尔德获得既有的具盈利能力的业务、生鲜肉及肉制品的客户,以及直接进入美国西岸市场的通道,这将扩充并加强史密斯菲尔德的垂直整合供应链。

根据万洲国际提供的资料显示,Clougherty是美国综合猪肉产品生产及加工商。Clougherty植根加州,经营多个品牌如Farmer John及Saag's Specialty Meats等,每年销售额约5亿美元。其产品主要在美国西南部出售,包括热狗、培根、早餐肉肠、生鲜猪肉、火腿、午餐肉及烟熏香肠。史密斯菲尔德在被万洲国际收购后业绩也是一路攀升。

根据万洲国际公布的史密斯菲尔德三季度业绩数据显示,在截至2016年10月2日的三个月内,史密斯菲尔德的销售额同比增加了4%至35.89亿美元(约合247.31亿元人民币),净收入为1.44亿美元(约合9.92亿元人民币),同比上涨了73%,三季度的毛利、经营利润、净收入等均高于去年同期。

万洲国际还提到:“与美国东岸工厂相比,西岸对亚洲的出口更具优势,因而具有战略意义。”业内人士

认为,当初收购史密斯菲尔德使万洲国际可以获得更低价格的进口猪肉原料,在今年才刚刚开始将产品引入到中国,但进入中国市场不久就遇到“水土不服”的情况。此次收购Clougherty,或许是效仿史密斯菲尔德将产品引入中国,打造全产业链的生产体系,但市场适应情况还得看运营得如何。

通过进口史密斯菲尔德的低价猪肉原料,使得万洲国际尝到了甜头,希望将史密斯菲尔德的产品引入中国,引入史密斯菲尔德时,双汇集团相关工作人员曾表示,现在国内高端低温肉制品市场上,让大众能够记住的知名品牌还没有出现,可以说是市场空白,而史密斯菲尔德的出现可以填补该空白。但是工作人员眼中的高端产品,却在市场上遭遇冷落。在史密斯菲尔德引入中国市场仅两月时,这些高端食品也开始绑上了“买一送一”的促销标签。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬认为,万洲国际此前收购史密斯菲尔德使成本降低,营造出更高的利润空间。此次收购的Clougherty是一家加工商,表明万洲国际希望打造全产业链的运营生态圈,会进一步巩固万洲国际的市场地位。

不过,朱丹蓬对于万洲国际不断进行海外扫货的行为有一定担忧,不断的收购,对于万洲国际的管理跨度、成本以及各方面的整合与磨合都是一个挑战。

## Uber告别中国市场倒计时

北京商报讯(记者 孙麒麟)11月27日,旧版本优步将全面停止在中国提供服务,全面进入中国市场不足三年的Uber中国正式