

彩电厂商圈地超大尺寸市场

北京商报讯(记者 陈维)随着用户对大尺寸电视需求的提升,越来越多的彩电厂商也在扩大超大尺寸电视市场布局。12月21日,长虹正式推出其首款激光影院产品,宣布进军电视超大尺寸市场。

据了解,长虹CHiQ激光影院由激光主机、光学屏幕两部分组成,其中配置120英寸广角护眼屏幕的P5型售价为29999元。谈及此次激光影院的发布,四川长虹电器股份有限公司副总经理兼多媒体产业集团董事长郭德轩表示,主要是针对市场需求布局超大尺寸领域。液晶电视基本上做到75英寸就成为极限了,很多用户家庭电视基本上都很难支持更大尺寸的液晶电视运输,而激光影院产品方面长虹通过十年的技术积累,产品已经成熟,此外用户市场也已成熟,因此在这个时候推出激光影院产品。

事实上,大尺寸早已成为彩电业发展的主要趋势。奥维云网数据显示,2016年上半年55英寸电视市场份额为21.8%,较去年增长10.1%,成为2016年上半年彩电市场增幅最大的尺寸,同时也成为电视大屏的分界线。而55+电视的市场份额为28.8%,较去年增长11.8%。不只是长虹,在今年早些时候,海信也推出同类产品激光电视,产品尺寸包括88英寸和100英寸。“随着超大屏、近临影院实境激光影院产品的推广普及,将进一步释放用户在付费电影、大型游戏等领域的娱乐需求。”行业分析人士指出。硬件为主,付费内容为辅在未来5-10年仍是电视厂商的主要盈利模式,长虹推出激光影院,发力用户运营模式可谓“软硬并举”,在抢占大屏高端市场的同时,获取用户人口资源。

中国电信11月移动用户增长放缓

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)12月21日消息,中国电信公布的11月运营数据显示,该公司11月移动用户增加较此前放缓。

数据显示,中国电信11月移动用户数为2.14亿户,净增26万户,较10月净增142万户大幅减慢。其中,4G终端用户净增433万户,较10月净增548万户有所放缓。

中国电信表示,11月移动用户净增数下滑,主要是因为公司监管部门对电话实名制的要求,在11月底全面落实实名制,对所有未完成实名登记的用户停止服务,对当月的移动用户净增数带来影响,但公司全面落实实名制对移动服务收入不会有重大影响。

单计11月,中国电信有线宽带用户净增66万-1.22亿户,较10月略为放缓,今年前11个月净增917万户。固定电话方面,中国电信11月净流失用户95万-1.275亿户。

净水设备销售今年增长超两成

北京商报讯(记者 金朝力)12月21日消息,我国的净水行业在短短20年间发生了巨大变化。数据统计,2016年1-10月,净水设备累计销售231亿元,同比增长20%。预计2016年累计销售285亿元,同比增长24%,市场进入阶段性调整期。这是北京商报记者在日前由新浪家居、中国质量检验协会净水设备专业委员会、海尔净水联合主办的“2016中国净水行业领袖峰会暨第三届金鼎奖颁奖盛典”获得的最新数据。

2000年后,由于人民健康意识的提高,净水器得到了消费者的青睐,净水行业的异军突起,使部分企业盲目扩大生产基地,增大投入,扩充生产设备,而且太阳能、家电、家具、炊具及一些高新企业和国外相关企业纷纷进入净水行业,造成了净水行业从高潮进入了低潮,很多企业日子在艰难维持,甚至倒闭。

中国质量检验协会净水设备专委会理事长兼秘书长邓瑞德表示,“在目前情况下,盲目扩大生产规模和注重质量的企业无疑在赌输赢”。另外,在国家治理从严、劣质产品没有市场,坚决纠正劣质产品驱逐好产品的逆淘汰现象下,净水市场一定会规范发展和诚信服务。

LoRa物联网产业运营联盟成立

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)12月21日,鹏博士电信传媒集团(以下简称“鹏博士”)和Semtech共同倡导发起的中国LoRa物联网产业运营联盟正式揭牌成立,鹏博士、Semtech、中科智城、中兴通讯、诺基亚上海贝尔、云帝斯等10多家企业成为首批联盟成员。

业内人士表示,中国LoRa物联网产业运营联盟的正式成立意味着LoRa这一成熟的LPWAN(低功耗广域网)技术在国内将进入到大规模商用部署阶段,这也意味着我国将成为全球最大规模的LoRa商用市场。

据全球知名咨询公司Gartner预计,2016年全球物联网连接数将同比增长30%达到64亿个,到2020年全球物联网支出将达到1.7万亿美元。全球已联网40亿个物联网设备,但接入运营网络的设备只有2.3亿个,由此可见,物联网技术具有广阔应用前景。在国内,到2015年底三家运营物联网连接用户数接近1亿户,其中中国移动近7000万户,中国联通约2000万户,中国电信约1000万户。根据中国科学院物联网研究发展中心的预计,2016年国内物联网行业整体收入将超过1万亿元。作为目前国内物联网市场份额最高的运营商,中国移动提出到2020年实现50亿连接数,1000亿元收入规模,将占全球份额的20%左右。

鹏博士作为中国LoRa物联网产业运营联盟发起单位,将以中国第四大运营商的身份投入到家庭物联网的建设和运营中,在网络已覆盖的200余座城市部署LoRa网络,同时为超1亿家庭用户提供物联网服务,这也将成为全球最大的LoRa商用网络。

美团外卖获微信入口

北京商报讯(记者 魏蔚)记者登录微信发现,目前美团外卖已与滴滴、58到家、美丽说、京东和大众点评等一同出现在微信钱包中的第三方服务栏目,这是美团点评与腾讯资本合作后在业务层面的进一步合作。2015年11月,腾讯宣布向美团点评注资10亿美元。而在美团点评随后达成的33亿美元融资中,腾讯也依旧出现在了领投者的名单中。

业界认为,微信设立美团外卖新入口,释放出腾讯与美团点评联手加速O2O布局的信号,后续或将共同探索更加紧密的合作。

据了解,美团外卖拥有来自美团外卖App、美团App、大众点评App、微信钱包的多入口流量。自2016年1月开始,美团和大众点评App每月为美团点评总体外卖业务带来超过4000万以上的用户,几乎为美团外卖本身App用户的3倍。

目前,美团外卖日单量超过800万单,覆盖城市数量超过1300个,合作商家数量超过98万家,骑手数量超10万。

京人京车版网约车新政来了

北京商报讯(记者 蒋梦雅 林子)备受瞩目的北京网约车细则终于来了,12月21日,北京市交通委正式发布《网络预约出租汽车经营服务管理细则》(以下简称《管理细则》),其中北京市从事网约车运营的驾驶员需为北京户籍,车辆需持有京牌,相比于10月北京交通委发布的征求意见稿,“京籍京车”的主要规定保持不变。不过,本次《管理细则》在发布之日算起,将给予网约车平台公司、驾驶员及车辆5个月过渡期,有业内人士指出,这段时间为平台和司机留下了缓冲余地,有助于政策平稳落地。

12月21日,北京连发《北京市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则》、《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的实施意见》、《北京市私人小客车合乘出行指导意见》三份文件,对汽车行业进行规范,其中,最受瞩目的无疑是规范网约车的《管理细则》。

《管理细则》在车辆准入方面提出,北京申请办理《网络预约出租汽车运输证》的车辆,应是北京号牌,在驾驶员准入方面,北京网约车细则规定从事网约车的驾驶员需具有北京户籍,也就是在车辆和司机准入方面,北京市依旧延续了此前“京车京人”的规定。此外,细则还规定网约车司机的驾驶证件需为北京市核发,接入网约车平台的个人和车辆必须经过审核,具备相关资质后方可上路参与营运。

10月8日,北京市交通委发布《北京市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)提出,在北京从事网约车的驾驶员应当具有北京户籍,在本市从事网

约车的车辆应当是北京号牌车辆。相比之下,本次新政在京籍京车方面没有做出改变。

据了解,在征求意见阶段,北京市政府共收集社会公众有效反馈意见和建议9246条。对“网约车司机必须为北京户籍”的意见,表示质疑的只占25%,对网约车营运车辆必须为北京牌照的意见,超过90%的人表示赞同,因此在最终正式发布的文件中没有进行调整。

不过,《管理细则》也将给予已经在本市开展网约车业务的网约车平台公司、驾驶员及车辆5个月过渡期,从文件发布之日起算起,网约车新规将在明年5月底正式开始实施。同样受到大家关注的上海也在12月21日发布了网约车管理细则,但与北京不同的是,上海的管理细则自公布之日起就开始施行,并没有设置

过渡期。

此外,广州要求网约车驾驶员需具有广州户籍或取得广州市居住证,规定实行也没有过渡期。

中国政法大学传播法中心研究员朱巍告诉北京商报记者,在同时发布网约车新政的三个一线城市中,只有北京特别设置了长达5个月的过渡期,为平台和司机都留下了缓冲的余地,也让政企双方都能更加深入地思考出租车行业未来的发展方向。

网约车平台滴滴出行也表示,相比之前的征求意见稿,本次新政在吸纳各方意见基础上,朝着更合理和宽松的方向做了修改。例如北京增加了5个月的过渡期,这使得网约车平台能有更多时间来适应新政要求。未来,滴滴出行还将进一步改善和提升,实现平稳过渡。

这一天终于到来。12月21日,北京、上海、广州三地接连发布网约车新政落地细则。作为行业政策落地标志性城市,北上广网约车新政落地为全国其他城市网约车新政定下基调。网约车市场从融资烧钱的野蛮发展,终于走向正规,在出行领域与公共交通、出租车等出行方式形成差异化服务的趋势不可逆转。更健全的监管方式让网约车市场开启新篇章,正如部分网约车企业所表述的那样,交通领域创新和变革的浪潮才刚开始,网约车行业的新格局或许也将悄然变化。

在这里读懂北京网约车新政

车辆

资质号牌是门槛 硬件要求降低

车辆、驾驶员、网约车平台及乘客是网约车业态运行的最重要四个环节。在车辆方面,根据北京市交通委员会、北京市发展和改革委员会等14部门12月21日联合发布的《北京市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则》(以下简称《实施细则》)显示,网约车车辆应为取得网约车资质的车辆,具备北京市车辆号牌且为出租汽车经营者或个人所有的车辆,应为5座三厢小客车或7座乘用车,车辆需统一张贴标识。同时,《实施细则》规定机关企事业单位及社会团体非营运车辆不得从事网约车运营。

除资质、号牌这些门槛要求外,《实施细则》与北京市交通委员会10月8日发布的《北京市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)相比对车辆排量、轴距等硬件方面要求有所降低。据悉,《实施细则》将5座三厢小客车车辆轴距不小于2700毫米、新能源车轴距不小于2650毫米降低为5座三厢小客车车辆轴距不小于2650毫米(含新能源车),同时,在排量上《实施细则》将5座三厢小客车排气量不小于2.0L或1.8T降低为5座三厢小客车车辆排气量不小于1.8L。

北京商报记者调查发现,《实施细则》要求车辆仍为主流B级5座三厢小客车,网约车市场上常见的一汽马自达6等5座三厢小客车因轴距2650mm曾被认为即将告别网约车市场。《实施细则》新规意味着上述车型仍可做网约车,不过北京现代悦动、东风悦达起亚福瑞迪、荣威350、长安CX30等网约车市场上常见的车型,虽轴距同为2650mm,但因排量为1.8L以下,未来将告别网约车市场。

驾驶员

本市户籍 两证在手才能上岗

北京市户籍被确定为在京从事网约车的基本条件。《实施细则》规定,从事网约车服务的驾驶员应具有北京市户籍,取得北京市核发的相应准驾车型机动车驾驶证并具有三年以上驾驶经历,持有《网络预约出租汽车驾驶员证》、《网络预约出租汽车运输证》。

北京商报记者了解到,驾驶员首先要经过申请考试并合格后才能到运输局获得《网络预约出租汽车驾驶员证》,持有该证件的驾驶员与取得资质的网约车平台公司签订驾驶员、车辆入网运营意向书,驾驶员将上述材料上交给运输局,并获得《车辆登记变更证明》,驾驶员至北京市公安交通管理部门将车辆使用性质变更为“预约出租客运”,车辆沿用原号段号牌,即可获得《网络预约出租汽车运输证》,两证在手后才能合法上岗。

同时,网约车平台公司或出租汽车企业自有车辆可按照相关流程申请《网络预约出租汽车运输证》,车辆使用性质变更为“预约出租客运”后,车辆便可合法上路。

网约车平台

严保人安全 需缴纳多类保险

作为乘客与司机之间的“信息提供



者”,网约车平台作用巨大。与当下的网约车平台现状相比,《实施细则》要求网约车平台向乘客提供更优质的服务,针对驾驶员进行培训教育,同时还提出,网约车平台公司不得组织或帮助他人以私人小客车合乘名义提供网约车运营服务,并要求接入平台运营的车辆,应当按照营运客车类保险费率,投保交强险,赔付额度不低于100万元的第三者责任险和乘客意外伤害险。

同时,平台公司应当与驾驶员依法签订劳动合同或者协议,签订协议的网约车平台公司应当为驾驶员购买人身意外伤害险;签订的协议不得以任何方式减轻或者豁免平台公司应当向乘客承担的承运人责任。

此外,《实施细则》还在保证乘客信息安全提出严格要求。《实施细则》规定,网约车平台,除配合国家机关行使监督检查权或刑事侦查权外,不得向第三方提供用户的个人信息,不得泄露涉及国家安全的敏感信息;业务信息保存期限不少于两年,且不得利用平台发布法律法规规章禁止传播、与业务无关的各类信息;对网约车平台公司非法收集、存储、处理和利用有关个人信息,违反互联网信息服务有关规定,危害网络和信息安全,应用网约车平台发布有害信息或者为企业、个人及其他团体组织发布有害信息提供便利的行

为,依法进行查处,并配合相关部门对存在违法违规行为的网约车平台公司进行依法处置。

乘客

涨价在即 可获出租车专用发票

与普通乘客关系最密切的当属网约车价格变化。《实施细则》规定,北京市网约车运价实行市场调节价。网约车平台公司要合理确定计价计费方式,出具本市出租汽车专用发票,不得有不正当价格行为。

同时,网约车平台公司有价格违法、不正当竞争等行为的,由发改委、工商行政管理部门按照《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国反垄断法》、《价格违法行为行政处罚规定》、《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》等法律法规规章的相关规定依法查处。

可以预见的是,网约车价格未来将与公共交通、出租车形成服务和价格上的差异化,同时伴随对网约车平台公司价格违法、不正当竞争等行为的强化监管,部分网约车平台价格战的场景不再。

北京商报记者 孙麒麟/文 CFP/图

相关新闻

沪穗网约车新政不设缓冲期

北京商报讯(记者 孙麒麟)12月21日下午,北京、上海、广州三地齐推网约车细则。上海网约车新政中,车辆轴距条件放宽为“达到2600毫米以上”,不再区分燃油车辆和新能源车;不再要求网约车驾驶员“持有本市公安机关核发的”机动车驾驶证;网约车驾驶员“不得巡游揽客,不得在机场、火车站巡游车营业站区域内揽客”;对“人车绑定”的要求调整为以家庭为单位;为解决“打车难”问题,将综合考虑人口数量、车辆里程利用率、城市交通拥堵状况等因素,定期评估并动态调整出租汽车运力的投放规模。

广州的网约车新政中,要求网约车

五大网约车平台 怎么说

滴滴出行:未来一段时间,更多城市会陆续出台网约车实施细则。我们恳切期待,在京沪两地带动下,更多地方政府广纳民意,以方便人们出行、绿色环保、推动新业态和城市交通发展出发点,在车辆轴距、排量、车价、车龄以及过渡期等方面制定出更加符合当地实际情况的政策。

神州专车:今日公布的网约车新政跟之前的征求意见稿相比变化不大,对神州专车并无影响,我们对新政支持态度,同时神州专车也会跟相关管理部门保持沟通。

易到:平台一直按照新政的要求积极开展资质申请,并对现有业务进行科学优化,采取了全国线下验车、开展司机背景核查、组织线上线下教育培训等一系列措施,注重提升用户体验,为用户提供更加安全、便捷、优质的出行服务。

首汽约车:一是要积极完成平台相关资质认证工作,一如既往地配合行业监管。二是不断优化产品,为用户提供更加便捷、舒适、高效的出行体验。三是做好线下服务,不断精雕细琢服务品质。四是积极承担社会责任,在缓解交通拥堵、服务特殊人群出行、做好恶劣天气运力保障、引领传统行业转型升级等方面做出探索。

AA租车:对网约车新政落地盼望已久,新政对AA租车影响不大,平台目前100%的车辆都符合要求,驾驶员方面也会按照新政的要求进行配备。新政落地网约车市场的竞争才正式开始,未来市场考验的是网约车平台运营和服务能力。