

· 资讯 ·

中国年味品牌代表联盟成立

北京商报讯(记者 李振兴)在中国春节已成为世界性节日、春节期间年货消费成为年货企业重要销售时机的背景下,中国年味品牌代表联盟于近日成立。联盟成立后,将通过联合促销和整合渠道形成协同效应,助力年货品牌更加顺利地走出国门。

据了解,中国年味品牌代表联盟成员包括汇源、娃哈哈、蒙牛、双汇、李锦记、周黑鸭等企业。联盟通过整合各品牌资源,开展联合促销、整合渠道、开发年味跨界产品等手段,掘金年货市场。

凯度消费者指数发布的《中国年味发展趋势白皮书》显示,消费者年货清单也越来越偏爱健康、时尚等品类,对于高端年货的需求增长明显。2018年,坚果品类购买增长率高达46%。同时,春节期间消费者触达次数比平时增长10%,达到6.3亿人次。

IP营销大热 中鼎巢堂推鸟巢红茶

北京商报讯(记者 李振兴)第二届鸟巢茶王赛暨第七届北京国际斗茶大赛颁奖典礼近日在“鸟巢”文化中心举行。会上评选出白茶、坦洋工夫等五种茶叶品类茶王。并且,中鼎巢堂(北京)文化发展有限公司(以下简称“中鼎巢堂”)与福建省福安市签约,双方将研发“鸟巢红茶·坦洋工夫”系列红茶产品,以“鸟巢”这一IP推广中国红茶文化。

据了解,中鼎巢堂与福建省福安市共同研发的“鸟巢红茶·坦洋工夫”系列产品,未来将在“鸟巢”设立红茶展示空间,同时开展红茶推广文化活动。

目前,与知名文化IP推出联名品牌已成为茶领域的风尚。此前,小罐茶与北京恭王府联名的“天下第一福”茶,迎合了春节礼品市场。

再上新号段 虚商能盈利吗

中国移动近日联合旗下17家移动转售合作伙伴在京上线虚拟运营商“165号段”。虚拟运营商165号段是国内移动转售产业由多家虚拟运营商联合发布的首个统一共同品牌,由与中国移动开展移动通信转售业务合作的17家虚拟运营商共同运营,这些虚拟运营商包括阿里、苏宁、中兴、国美、迪信通、鹏博士、分享通信等。

与中国移动、中国联通、中国电信三大基础电信运营商相比,虚拟运营商没有属于自己的移动通信网络,而是从拥有移动网络的基础电信业务经营者购买移动通信服务,重新包装成自有品牌并销售给最终用户。

2018年7月,工信部为首批15家虚拟运营商发放移动转售正式商用牌照。不过,目前仍有42家开展移动转售业务的企业尚未获得正式牌照。

据了解,针对此前170、171等虚拟运营商经营号段出现执行实名制不严等管理漏洞导致大量号码被用于推销、诈骗等问题,本次在发布165号段的同时,17家虚拟运营商还发布“联合宣言”,承诺严格落实实名制,加强实名登记管理;规范渠道经营行为,建立失信名单公示机制;加强安全风险管

系,完善用户举报通道,加强预警处置,及时发现问题,防范诈骗风险;合规经营,自觉接受社会监督。

独立电信分析师付亮认为,165号段的发布,有利于形成行业主管部门-中国移动-移动转售商“三级管理体系,更易于厘清各方责任。但从营销角度看,165号段要想树立“新形象”并不容易。目前,由于无法获得价格话语权,多数虚拟运营商只能切入低端市场。加之虚拟运营商在运营经验、基础设施等方面存在严重不足,这才导致垃圾短信、诈骗电话层出不穷。

不过,尽管在号段运营上频现乱象,但在降低资费 and 吸引用户方面,各家虚拟运营商展现出较强的创新能力。据了解,各家虚拟运营商运营的165号段将采用全新资费套餐方案,相比传统资费更实惠,套餐组合更灵活多变。

但是,付亮认为,虚拟运营商资费标准的吸引力正在因三大运

营商更加灵活的套餐标准而逐渐减退。目前,三大运营商已形成日租卡、月租卡、大流量套餐组合,日租卡的资费已低到定向免流后1元1GB(当日有效)、2元全天不限量,大流量套餐已降至50、60元降速不限量,且三大基础运营商仍在不断“提速降费”,虚拟运营商已很难制定出更优惠的资费。

事实上,随着国内三大运营商不断加码价格竞争,国内虚拟运营商正面临着越来越大的竞争压力。据统计,截至2018年11月底,我国移动转售用户超过7621万户,但在我国移动电话用户总数中的占比仅为4.65%,甚至比三大运营商发展的互联网合作套餐的用户数占比还低。不仅用户规模有限,虚拟运营商的盈利情况也难言乐观。工信部公布的数据显示,截至2017年底,共有13家虚拟运营商实现当年累计盈利。相较于42家虚拟运营商总量,实现盈利的虚拟运营商刚刚超过三成。

中国信息通信研究院专家许立东曾表示,2018年移动转售业务发展良好,但移动转售业务价格增长面临瓶颈期,价值运营面临挑战。在用户价值方面,移动转售企业流量提升还有很大空间。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

2019 宝猪迎新春 金街过大年 主办单位:北京市王府井地区建设管理办公室、北京市东城区王府井商会 2019年1月23日-2月20日