

· 产业动态 ·

TCL通讯宣布明年推折叠屏手机

北京商报讯(记者金朝力)3月20日,TCL集团透露,旗下TCL通讯目前正在进行折叠屏手机的研发,计划在2020年一季度推出折叠屏手机,主要针对海外市场。据不完全统计,目前公布最新折叠屏手机产品或技术的国内外企业有华为、三星、中兴、OPPO、小米、TCL等。一些研究机构发布的专题报告认为,从国内外厂商新品发布密集度来看,今年将成为折叠屏手机的爆发元年。

其实,早在今年MWC大会前夕,TCL就发布了旗下折叠屏手机的产品方案。不过,与其他手机厂商有所区别的,TCL所推出的折叠屏手机是垂直方向的折叠。

“手机行业发展到现在阶段,已经没有能够特别吸引消费者的亮点,从之前的16:9发展到全面屏,再到现在的开槽打孔,对于消费者来讲,没有足够的吸引力。而折叠产品从形态上改变了大家的认知,会吸引消费者。”群智咨询资深分析师吴淑园认为。

折叠屏手机能否迅速成为市场主流,业界存在不同判断。有观点认为,大屏手机相对小屏手机而言视觉效果更好,所以大屏化始终是手机发展的主线之一,折叠屏手机同时兼顾大尺寸与便携性,将是大尺寸化的下一步发展主线。

目前企业要想真正实现柔性可折叠设计并不容易。TCL通讯销售与市场总经理李邵康表示,柔性显示屏和可折叠移动设备的实际应用需要克服三方面挑战,可折叠的AMOLED柔性显示屏、耐用的机械外壳及全新的配套软件。

产业观察家洪仕斌也表示,折叠屏手机处于起步阶段,受技术、产能等因素制约,大规模普及尚需时日。但从产业发展的角度看,折叠屏技术有可能成为智能手机产业创新竞逐的焦点,国内品牌集中发力有利于推动我国柔性显示等产业的创新发展。

美图2018年营收27.9亿元

北京商报讯(记者魏蔚)3月20日,美图公布2018年全年财报。数据显示,美图2018年营收27.9亿元,同比减少37.8%,美图方面表示,总收入下降主要是由于智能手机业务低迷,部分被互联网业务26.3%的强劲增速所抵消。这是美图剥离硬件和电商业务,聚焦社交后的首份年度财报,营收结构虽未发生巨变,但是已经初见成效,智能硬件营收占比降至66.1%,互联网业务营收占比涨至33.9%,毛利率从2017年的27.9%上涨至2018年的51.9%。2018年12月,美图有接近51%的月活跃用户成为社交用户。

根据美图财报,2018年美图互联网业务收入9.5亿元,同比增长26.3%,毛利为4.9亿元,同比增长134.8%,营收占比从2017年的16.7%增至2018年的33.9%,其中在线广告收入同比增长101.9%至6.2亿元;智能硬件业务收入18.4亿元,同比减少50.7%,毛损为6281万元,该业务的营收占比从2017年的83.3%降低至2018年的66.1%。

从用户规模来看,2018年美图月活跃用户规模缩水19.9%至3.3亿人。按产品来看,2018年美图秀秀月活跃用户同比增长0.3%至1.2亿人,美颜相机和美拍的月活跃用户分别为7914万人和3894万人,相应同比下降18.2%和60.3%。

业内人士表示,美图秀秀的用户数据优于其他两款产品,是因为美图秀秀为美图社交化的主阵地。对于美拍未来在公司的定位,美图CEO吴欣鸿表示:“2018年8月,我们宣布了‘美和社交’的战略,这一战略的核心是将美图秀秀转型为社交平台,在此我们投入了较多的资源与努力。作为中国最早的一批短视频产品,美拍仍是公司核心产品之一,公司不会放弃短视频业务,会基于用户的属性、需求,在工具和社交业务上不断创新,未来美图秀秀也会视频化。”

金字火腿一季度盈利预增四至七成

北京商报讯(记者李振兴)3月20日,金字火腿发布业绩预告称,2019年一季度,金字火腿归属于上市公司股东的净利润2643.05万-3209.41万元,比上年同期的1887.89万元增长40%-70%。

金字火腿在公告中称,由于公司稳步发展火腿业务,重点发展香肠酱肉等肉制品业务,大力拓展新零售渠道。公司2019年一季度营业收入较去年同期有所增加,营业成本相对下降。

据了解,这是自2018年下半年连续两个季度净利润下滑后的首次增长。数据显示,2018年三季度,金字火腿归属于上市公司股东的净利润只有1140.81万元,下滑幅度达91.42%。2018年全年,金字火腿预计归属于上市公司股东的净利润为亏损3800万元至盈利1000万元,下滑幅度为135.2%-90.74%。

其实,金字火腿的火腿及肉制品业务2018年度盈利4200万元。但由于中钰资本2018年度预计亏损9400万元,加之2018年12月,金字火腿将持有的中钰资本51%股权出售给相关回购方后,形成其他应收款,计提了坏账准备。

为了摆脱中钰资本的拖累,早在2018年8月,金字火腿就与中钰资本签订了回购协议,中钰资本开始回购金字火腿持有的中钰资本股份,金字火腿回归主业。

值得注意的是,金字火腿的实际控制人将发生变化。3月18日,金字火腿发布公告称,实际控制人施延军和金华市巴玛投资企业(有限合伙)拟以人民币14.42亿元的价格协议转让持有的金字火腿23.88%的股份给广东恒健投资控股有限公司。若交易完成,恒健控股将持有公司23.88%的股份和29.99%的股份表决权,成为公司第一大股东。

“头腾大战”未完待续

法院的裁定结果并未让多闪和微信的纠纷落定。天津市滨海新区人民法院于3月20日公布了针对腾讯申请行为保全的裁定结果,要求抖音立即停止将微信/QQ开放平台授权登录服务提供给多闪使用的行为。目前案件仍在审理当中。多闪方面告诉北京商报记者,尊重法院的决定,但对此裁决会申请复议。业内人士表示,其实行业内此类情况并非个例,这是数据和隐私的问题,也是腾讯封禁多闪白热化的信号。

多闪拟申请复议

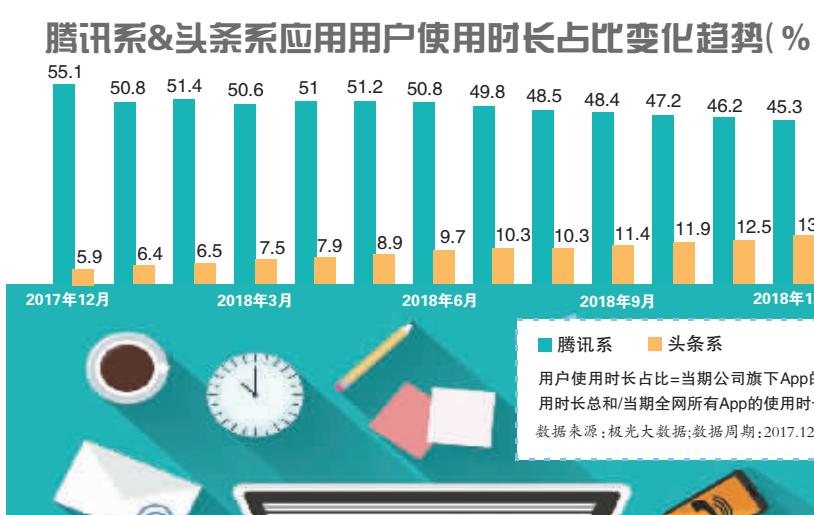
尽管天津市滨海新区人民法院已经针对多闪、抖音与微信的纷争发布裁定结果,但是多闪方面向北京商报记者表示:“我们尊重法院的决定,但我们会申请复议。我们认为,用户的头像和昵称的所有权应该属于用户”。

此次纠纷起源于腾讯对多闪的持续封禁。3月19日多闪弹窗提醒:“根据腾讯公司强烈要求,您在微信/QQ上的账户信息,包括头像、昵称的权益属于腾讯公司,如果您多闪的头像昵称与微信/QQ一致,需要修改在多闪或微信/QQ上的头像昵称。如果昵称是真名,我们可以保留。感谢您的支持!”

此后,多闪和腾讯相关人士在朋友圈中曾针对此轮展开多轮唇枪舌战。在当晚的声明中,腾讯方面称已经针对抖音和多闪的不正当竞争以及侵犯用户合法权益的行为,向法院提起诉讼并同时申请了行为禁令。

腾讯方面在声明中表示:“抖音违反诚信原则,超范围和违规使用来源于微信/QQ的用户头像、昵称等数据,并擅自将腾讯提供给抖音的微信/QQ账号授权登录服务提供给多闪使用;同时,抖音违反开放平台用户协议、商业道德以及相关法律,将来源于微信/QQ开放平台的微信/QQ头像、昵称等数据提供给多闪使用。”

3月20日,天津市滨海新区人民法院即针对上述诉讼案发布裁定结果,



要求北京微播视界科技有限公司(抖音运营方,以下简称“抖音”)立刻停止在抖音中向抖音用户推荐好友时使用来源于微信/QQ开放平台的微信用户头像、昵称,直至本案终审法律文书生效。同时,抖音立刻停止将微信/QQ开放平台为抖音提供的已授权微信/QQ的登录服务提供给多闪使用(裁定生效前已通过微信/QQ账号登录过多闪的账号除外),并不得以类似方式将其提供给抖音以外的应用使用,直至本案终审法律文书生效。

对此,多闪方面表示:“多闪作为抖音私信功能的升级,一直只能用抖音账号登录。从多闪上线开始,腾讯整体就在不断加强对我们的屏蔽和封杀。我们会通过法律手段捍卫自己的权益”。

行业早有先例

多闪与腾讯公司的纠葛也引发了公众的关注。有人认为自己的头像、昵称应该归自己所有,腾讯的做法“太霸道”,也有人认为多闪在碰瓷。那么,用户头像、昵称到底归谁所有?

“这类数据的抓取之争非常多,进入到法律程序的案件也有多起。”中国政法大学知识产权中心特约研究员赵占领告诉北京商报记者:“目前没有法律规定对此有非常明确、直接的规定,主要是要判断企业对相关数据是否拥有权利、拥有哪种权利,很多情况下数据的所有权(如构成作品还涉及版权)属于用户,但是其他企业或用户未经授权

大量抓取,可能涉及到不正当竞争,违反反不正当竞争法所规定的诚实信用原则和公认的商业道德。如果企业对相关数据直接拥有所有权或者版权,未经其授权抓取该类数据,在法律上认定侵权就相对比较容易。”

四年前,脉脉非法抓取使用新浪微博用户信息”一案就是典型代表。据报道,2014年8月,微博方面发现在脉脉产品内,大量非脉脉用户直接显示有新浪微博用户头像、名称、职业和教育等信息。2016年4月,北京市海淀区人民法院一审结案,认定脉脉非法抓取、使用新浪微博用户信息等行为构成不正当竞争。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍曾表示,平台拥有的账号所有权不等于《物权法》上的所有权,只是一种象征意义上的所有权;用户对自己相关信息产生的收益都是自己的。”也就是说,用户对账号的使用权是超级使用权;除了不能转让,剩下所有的权利都是用户自己的,产生的行为后果也是用户自己承担,而不是所有权人”。

北京市中闻律师事务所合伙人、律师赵虎也表示,我国法律对用户个人信息如何使用选择自由的保护,是高于对电信业务经营者和互联网信息服务提供者等平台利益之上的。

对于数据和用户隐私,中国科学院信息化研究中心秘书长姜奇平曾对媒体回应:“数据是互联网公司的重要资产,平台有责任维护自己的数据安

全,也有权利保障用户的个人隐私不受侵犯”。

艾媒咨询分析师李松霖则从竞争的角度表示:“互联网公司竞争的孰是孰非难以判断,但用户信息安全成为每个企业的关注重点,不能滥用用户信息;其次,企业要保持合理竞争,行业间竞争要在合乎监管和法规下进行,否则容易损害用户权益,也会影响整个行业健康发展”。

社交竞争胶着

头像、昵称纷争未完待续,字节跳动与腾讯之间的竞争也仍在继续。李松霖认为:“腾讯旗下社交矩阵平台拥有巨大流量和用户成熟的社交网络关系,微信/QQ拒绝多闪授权登录服务会对多闪的用户数据抓取分析造成一定影响,甚至有可能直接影响多闪的下载量及活跃量,因为多闪属于熟人社交产品,腾讯社交产品中好友或通讯录的获取对于吸引用户有较大作用,而缺失这一环,产品的用户体验将受到影晌”。

其实从定位上来看,多闪、抖音与微信并没有直接的竞争关系。多闪和抖音的定位更偏向于短视频,多闪则更像是抖音私信功能的升级。今日头条CEO陈林也曾表示,多闪和微信不是竞争关系,因为多闪所做的是亲密关系社交,而微信更像是个人全部社会关系的即时通讯社交基础设施。

不过,比达咨询分析师李锦清认为:“多闪和抖音虽然与微信定位不同,但是都具有社交元素。在即将到来的5G时代,技术推动社交的互动形式从图文向视频升级,社交领域存在变数,这是短视频应用加快完善社交功能的原因,也是腾讯与字节跳动摩擦越来越频繁的原因之一”。

通过第三方的数据则可以更直观地感受到腾讯与字节跳动的剑拔弩张。极光数据显示,2018年,腾讯系应用的用户使用时长在全网应用中的占比持续下降。截至2018年12月,腾讯系应用的用户使用时长占比为45.3%,较2017年同期下降9.8%。与此同时,字节跳动系应用的用户使用时长占比在过去一年上升趋势明显。

北京商报记者魏蔚/文 代小杰/制表

S 重点关注
Special focus

董明珠雷军10亿赌局胜负揭晓

北京商报讯(记者金朝力)我还没看到格力正式的财报,”3月20日,在小米2018年业绩发布会上,对于与格力电器掌门人董明珠10亿赌局结果的提问,小米集团CEO雷军回应道。3月19日,小米集团公布2018年全年财报,实现营收1749亿元。根据格力电器此前公布的全年业绩快报,格力电器预计2018年营业总收入2000亿-2010亿元。至此,雷军和董明珠的“10亿赌局”初见分晓。

这场备受瞩目的赌局始于2013年12月12日,彼时在中国经济年度人物”颁奖典礼上,一同获奖的董明珠和雷军,分别作为传统行业实体模式和互联网营销模式的代表,约定了一个“10亿赌局”,赌小米的销售额五年之内能不能超过格力电器,赌资为10亿元。2013年,小米全年营收不足300亿元,格力电器营收约为1200亿元。

很多人认为,董明珠和雷军两个人只是开了

一个玩笑;但在2018年,随着赌约到期的日子越来越近,董明珠回应称:“我与雷军的‘10亿赌局’已经胜出。到时我想最好请公证处来公证下,请审计部门来一个完整的审计,”并表示自己准备了50亿元,企业也不会因此受到影响。

对于董明珠和雷军而言,胜负或许并不重要,因为这场赌局更重要的意义在于传统实业与互联网产业的对抗。当年的雷军认为,格力以空调为核心,已经持续引领了行业多年,未来的增长空间有限,行业的天花板已经触顶。

颇受关注的赌局不止这一个。早年,在互联网经济异军突起时,除了雷军与董明珠的10亿赌局,还有一个是马云和王健林针对实体商业与电商的1亿赌约。后者或许只是王健林的玩笑,毕竟万达也曾做过电商平台飞凡网;但对于前者,雷军代表的互联网模式制造业和董明珠代表的传统制造业

的竞争已经延伸到商品生产环节,所以常被看作是互联网经济与实体经济的冲突,影响更为深远。

不过,在这五年的发展中,随着小米集团AIoT产品不断向空调、洗衣机等白电领域延伸,格力电器也发力手机、智能家居物联网业务,两家公司的业务界限越来越模糊。董明珠曾明确表示,智能化时代来临,格力做的生活电器都是要融为一体,格力手机是格力布局“智能+”的关键一环。

产业观察家洪仕斌认为,一个是从互联网模式逐渐链接传统产业,一个是传统产业开始转型升级“互联网+”,格力电器和小米似乎殊途同归。

钉科技创始人丁少将认为,其实互联网经济就是实体经济,而国家出台宽松互联网经济政策,就是在鼓励实体经济。至于雷军和董明珠的赌约,也仅仅是实体经济内部两种实现模式的区别,这与马云和王健林的销售渠道之争,并无本质区别。

推智能插座 国家电网求解电动汽车充电难题

北京商报讯(记者刘洋濮振宇)3月20日,国家电网有限公司旗下国网电动汽车服务有限公司(以下简称“国网电动汽车”)宣布,将在居民小区特别是老旧小区停车场、周边路侧停车位广泛安装一款新型迷你充电桩,破解电动汽车充电难题。

官方介绍称,这种名为“e精灵”的电动汽车智能插座仅A4纸大小,没有任何拖线。用户使用充电桩感应后,即可插枪充电。由于充电桩自带一定长度电线,因此“e精灵”可以支持跨车位充电,实现设施通用和共享。

“2019年上半年,该智能插座将在

北京、上海、浙江、山东、安徽等省市试点推广,下半年试点成熟后再在全国范围推广。”国网电动汽车总经理沈建新表示,智能插座由国网电动汽车布点建设,充电桩则由用户自己准备。

公开资料显示,国网电动汽车成立于2015年12月,公司唯一股东为国家电网有限公司,公司经营范围包括电动汽车充、换电技术服务;新能源汽车、电子产品和技术开发等。

针对“e精灵”的安装成本以及具体的推广计划,北京商报记者联系国网电动汽车相关负责人,但截至发稿并未得到回复。

据统计,截至2018年底,我国电动汽车保有量达260万辆。预计到2030年,保有量将达8000万辆。随着电动汽车产销规模逐年创新高,燃油车销量占比逐年下降,电动化已成为汽车行业未来发展趋势之一。

但沈建新也表示:“我们调研发现,国内电动汽车高速发展,私人电动车充电的痛点问题愈发突出,目前私人乘用车占电动汽车保有量约80%,私人车主停车习惯、生活规律决定消费者在电动车充电环节主要是在居住区附近充电”。

充电难题的背后是庞大的市场

机遇。数据显示,2019年春节期间,国家电网有限公司经营范围内的26个省份实现电动汽车充、换电量1509.9万千瓦时,同比增长达154%。充电量较大的省份主要分布在京津冀和长三角地区。

业内人士认为,作为一款新型互联网产品,“e精灵”改变了传统公共充电桩的扩张模式,省去了车主申请报装和维护的麻烦,有助于解决电动汽车充电难问题。然而,充电难问题的解决很难毕其功于一役,未来“e精灵”能否在社会效益和经济效益上取得平衡值得关注。