·看台·

优音通信与钉钉推智能客服

北京商报讯(记者 金朝力)随着5G的到来,通信市场也正酝酿着巨大的变革。优音通信的业务拓展总监王华日前在接受北京商报记者采访时表示,优音通信一直积极致力于智能客服方面的研究,目前已经发布了一款基于AI的产品并在钉钉的智能客服热线中上线。谈到合作的效果,据王华介绍,与钉钉合作半年后,优音通信在业务上发展十分迅猛。在刚刚过去的半年,优音通信产品签约的转化率目前超过90%,客户续约率达到99%,客户满意度达到99%。“通信是基础服务,无论企业、社会如何发展都离不开的一项服务。随着新资源、新应用的不断发布,以及5G技术的普及,我觉得未来通信市场不但不会萎缩,还将会是一大片的蓝海。”王华说。

北京文化产权交易中心挂牌项目媒体发布

北京文化产权交易中心以国有文化产权交易为基础,集各类文化资产交易和权益流转服务于一体的全国文化要素市场,同时也是集合各类文化金融创新服务的综合性平台。欲了解更多信息,请登录北文中心官方网站 http://www.bcee.cc,或联系北文中心刘女士,010-87537625。

项目编号:GBJ20190014,项目名称:北京歌华有线电视网络股份有限公司报废铅酸电池一批,挂牌价格:2.1 万元,项目简介:挂牌标的为【北京歌华有线电视网络股份有限公司】拥有的【报废铅酸电池一批】。

北京文化产权交易中心挂牌项目媒体发布

北京文化产权交易中心以国有文化产权交易为基础,集各类文化资产交易和权益流转服务于一体的全国文化要素市场,同时也是集合各类文化金融创新服务的综合性平台。欲了解更多信息,请登录北文中心官方网站 http://www.bcee.cc,或联系北文中心刘女士,010-87537625。

项目编号:GBJ20190013,项目名称:北京歌华有线电视网络股份有限公司报废机房设备及办公家具一批,挂牌价格:3.68万元,项目简介:挂牌标的为【北京歌华有线电视网络股份有限公司】拥有的【报废机房设备及办公家具一批】。

扫地机器人告别花瓶角色

近年来扫地机器人作为智能家电的代表备受消费者和市场追捧,扫地机行业也因此吸引了众多家电品牌和互联网巨头纷纷入局。据奥维云网(AVC)推总数据显示,2016-2018年期间,扫地机器人零售额年复合增长率38.7%。虽然2019年一季度整体吸尘器行业增速放缓,但扫地机器人依然实现零售额同比增长20%的好成绩。

但在高速发展的同时,扫地机器人的发展瓶颈也开始显现。据了解,国内扫地机器人的痛点主要在于,其一是质量参差不齐。其二是死角问题、路径规划随机式清扫导致部分区域清扫不干净或者进入卫生间厨房等,其次是顽固污渍的高清洁难题一直存在。其三是,功能上强调扫而非吸,清扫效果差,并未完全解放人力,大型的颗粒物、顽固污渍依然需要人力协助。因此,扫地机器人对很多用户来讲,使用体验很差,基本属于花瓶角色。

6月1日,清洁家电品牌小狗电器与专业扫地机制造商银星智能在2019年中国国际服务贸易交易会(以下简称“京交会”)达成战略合作关系。未来,双方将在智能扫地机研发、生产领域开展深度合作,利用各自优势资源推动扫地机行业的智能化纵深发展,初步预计双方合作总额将达到2亿元以上。

据了解,小狗电器与银星智能进行了三年的接触,才最终达成合作。银星智能在智能扫地机方面有十几年的技术积累,这对一个刚刚兴起的行业来讲十分难得。双方将在扫地机器人的主控芯片、用户交互App等方面展开合作,同时,未来双方还会在IOT互联方面,展开长远的合作与布局。

小狗电器创始人、董事长兼CEO檀冲表示,扫地机器人也在不断进行着技术上的更新换代,从最早的随机式清扫、陀螺仪定位纠偏,再到如今的LDS激光测距导航结合SLAM算法的规划式清扫,产品的清扫性能在持续优化,人工干预内容不断减少。“用户未来需要的是真智能、待机时间长以及扫的干净而且健康。我们将在三季度推出一款革命性的扫地机新品。”

北京商报记者调查发现,市场上目前主流产品普遍能完成自动识别清扫区域、对环境进行智能高效的分区清扫。而包括智能规划导航(激光导航、视觉导航)、语音播报功能以及产品的物联网能力等则是扫地机器人未来发展的重要方向。

“无论扫地机器人的技术如何演进,用户的体验都是关键。我们会跟小狗一块去了解客户反馈上来的问题,并直接会到客户家里面去体验、去改造,把智能化和客户的环境结合在一起,并打通从WiFi到手机到云端整个产业链条,从而给用户一个更好的服务与体验。”银星智能科技CEO叶力荣则对北京商报记者表示。

家电产业观察家洪士斌认为,从整个国内扫地机器人的市场格局来看,还处于群雄逐鹿的阶段,过去扫地机器人同质化竞争导致爆款一直缺失。但市场产品还在继续演变,从扫地到擦地、再到洗地的技术进化,消费者需求也在不断提升与进化,这可能会导致市场厂商在智能化与清洁模式上不断推陈出新拿出普及型的产品,市场还有进一步引爆的空间。

北京商报记者 金朝力

尚德机构2019年一季度财报:营收持续增长 亏损大幅收窄

5月28日,中国在线学历教育和职业教育的领导者——尚德科技集团(纽交所上市:STG)公布了截至2019年3月31日一季度未经审计的财务报告。财报显示,尚德机构一季度实现营收5.642亿元,递延收入为33.722亿元,继续保持增长态势。净亏损额为1.129亿元,净亏损率从2018年一季度的60.3%降至20%,亏损继续收窄。

尚德机构首席执行官刘通博表示:“本季度,我们继续丰富和升级现有的免费学项目,提供了强大的教学和教研支持,并进一步优化在线学习社区,继续在产品技术上投入。我们还会致力于提供更加多样化的免费学课程,部署更有效的售后服务,不断提升学员体验和考试通过率……所有举措都是为了吸引更多的学生扩大市场份额,加强尚德的市场领导地位。”

营收、递延收入持续增长

2019财年一季度,尚德机构净收入为5.642亿元,去年同期收入为4.064亿元,同比增长38.8%。这得益于公司不断提高在线课程内容和质量、技术平台的体验以及加强品牌能力,受到用户认可。

截至一季度末,尚德机构递延收入为33.722亿元,保持了持续增长。递延收入是指尚待确认的收入或收益,相当于预收账款。随着学员的服务期结束,逐步在未来确认为收入。

销售和营销费用有明显下降。2019财年一季度,尚德机构销售和营销费用为4.973亿元,环比上一季度的5.3亿元有明显下降,主要是因为尚德机构通过科技手段提升了品牌营销、广告投放效率,降低了成本。随着科技投入的增加,广告、营销等传统销售费用占比会继续下降。

本季度,尚德机构净亏损率进一步收窄。2019财年一季度,尚德机构净亏损率为20%,较去年同期的60.3%大幅下降。这主要是由于收入的增加以及销售、运营效率的提升。

2019财年一季度,尚德机构毛利润为4.787亿元,同比增长42.6%。这是由于收入稳定增长以及较高的毛利率所致。2019财年一季度,尚德机构毛利率为84.9%,这体现了互联网授课模式下,成本相对固定;学员规模增长不会线性增加成本,这是互联网教育模式的优势。

尚德机构首席财务官李亦鹏表示:“一季度,净收入同比增长 38.8%,净亏损幅度进一步缩小到20%。我们相信,升级后的免费学、招生说明会和课程公开计划,面向了包含毕业生、研究生和专业人士在内的更广泛的人群。从长期来看,能够帮助我们提高人均流水、销售转化率和销售效率。随着这些举措的执行,我们将继续专注于通过新的复合型获客方式实现增长,并持续改善学生的在线学习体验。”

极速版App成尚德发展迅速的自有流量池

多元化获客、多种交互和不断提升用户体验依旧是尚德机构的工作重点。2019年一季度,尚德机构优化了这些举措,推出了一个独立的新App——“尚德机构极速版App”,进一步扩大了品类和深化产品内容。

“这是尚德机构建立成人免费学习社区和自有流量池的重要里程碑。我们正在积极提供和测试新的内容,增加更多品类,从而使获客方法多样化,并吸引更多的潜在学员使用尚德在线平台学习各类课程。我们的价格明显低于线下同类产品,时间上的灵活性让学员实现了碎片化学习,适合成人的节奏和喜好;再加上中国在职人群对学历和职业技能不断提升的职场氛围,我们相信尚德机构有能力抓住眼前这巨大的增长机遇。”刘通博说。

目前,尚德机构极速版App已成为快速增长的潜在流量池,月度活跃用户高达76%。在本季度,尚德机构将证书类课程扩展到了14门,以及4门自考类必考公共课程和硕士研究生考试课程。在2019年4月考期,尚德机构估题命中率再创新高,估题命中率超过90%,部分科目命中率达100%。在保证课程内容和质量的基础上,随着课程品类继续增加,会吸引更多学生来到尚德机构平台学习。