

总经理莫雷触雷 火箭队在华遭“下架”



美国职业篮球联赛(NBA)休斯顿火箭队总经理莫雷在社交媒体发表错误涉港言论后,火箭队在中国市场继续“捞金”的梦想几近破灭。10月6日,中国篮球协会和中国职业篮球联赛(CBA)先后表态,暂停与该俱乐部的交流合作事宜,作为球队赞助商的中国企业也纷纷发表声明,中止与休斯顿火箭队相关合作。除了经济损失之外,对于火箭队而言,在中国这块广阔市场的影响力也无疑将会大打折扣。

官方表态暂停合作

在莫雷发布不当言论后不久,10月6日,中国篮球协会官方微博发布消息称,就莫雷公开发表涉港不当言论一事,表示强烈反对,并表态将暂停与该俱乐部的交流合作事宜。10月7日,CBA也发布官方消息称:“联盟坚定不移地拥护并执行中国篮协的决定,并已经取消了原定於10月19日-20日在苏州和NBA发展联盟的全部四场比赛(其中包括和休斯顿火箭队下属毒蛇队的两场比赛)。”

舆论发酵之后,10月7日,NBA首席传播官迈克尔·巴斯发布声明称:“我们对休斯顿火箭队总经理莫雷发表的不当言论感到极其失望,他无疑已经严重地伤害了中国球迷的感情”。同一天,莫雷在社交媒体上再次发声,但并没有道歉,仅称自己是无意的,不代表火箭或NBA。有消息称,目前火箭队已经开会讨论是否解除莫雷的职务。

对此,北京体育大学教授吴光远认为,目

前来看,即使火箭队做出了合理解释,但在中国市场已无法恢复其曾经的面貌,作为一支与中国企业贸易往来频繁的球队,此次官方表态暂停与其中的合作,也意味着火箭队和莫雷已暂时堵死了通往中国市场的大门。

经济损失无法量化

事实上,因为球星姚明的加入,火箭队在中国市场一直备受关注。数据显示,2002年姚明还没加入火箭队之前,火箭队的年收入仅为8500万美元,但自从姚明以状元身份被火箭队选中后,火箭队的年收入和市值都直线上升,到2009年火箭队年收入比2002年翻倍,为1.6亿美元,而市值更是从2.5亿美元涨到了4.7亿美元。

即便姚明退役后,火箭队在中国市场仍然拥有着很高的关注度,球队也得到了大批中国赞助商的青睐,球员则收获了诸多中国品牌的赞助。据不完全统计,燕京啤酒、匹克、方正集团、安踏、统一、昆仑润滑油、中兴手机、水性科天、中普车房网等多家中国品牌都

曾重金赞助过火箭队。

一位不愿具名的业内人士告诉北京商报记者,目前,每年火箭队从中国品牌获得的直接赞助就高达2000万美元。在每年中国春节期间,火箭队还推出了中文版特别球衣,来华比赛更是赚得盆满钵满。

然而,受本次舆论风暴影响,10月6日,火箭队赞助商浦发银行率先声明称:针对休斯顿火箭队总经理莫雷在个人社交平台上发表的错误言论,将暂停同休斯顿火箭队的相关市场活动和宣传。

随后,李宁、你我贷等中国赞助商也回应,将中止与火箭队进行合作。中国企业纷纷发表声明,对莫雷在个人社交平台发表的错误言论,表示无比愤慨并强烈谴责。

10月7日,长虹·美菱官方微博发布声明称,将暂时下架并召回所有NBA联名款火箭队球迷冰箱,暂停火箭队球迷冰箱相关市场活动和宣传。随后,北京商报记者发现,在淘宝、天猫上搜索“火箭队”关键词,均已无法搜索到任何包含火箭队关键词的任何产品。

告别中国市场?

近年来,火箭队是每个赛季在中国转播次数最多的球队之一。一份调查报告显示,姚明退役后,NBA新增加了3.7亿球迷,其中,64.4%的中国篮球迷依然会选择观看NBA,而火箭队的球迷占据了六成以上。

然而,此次事件之后,火箭队在中国的传播平台也将被封锁。10月6日,中央广播电视总台央视体育频道发布声明:“莫雷散布涉港不当言论,我们对此表示强烈反对,并决定即日起暂停涉及该俱乐部的赛事转播等一切合作交流事宜”。

而作为NBA中国数字媒体独家官方合作

伙伴的腾讯体育也在官方微博明确表态:在莫雷给出合理回复前,腾讯体育决定将暂停火箭队的比赛直播与资讯报道,并不再报道莫雷的任何相关资讯。

上述业内人士认为,作为NBA最受欢迎的球队,火箭队已经失去了媒体传播的平台,这对于火箭队而言,将失去中国市场和球迷的支持。

值得注意的是,截至发稿前,火箭队仍未对莫雷的不当言论做出解释和回应。业内人士表示,尽管从目前来看,现在判断火箭队将彻底告别中国市场还为时尚早,但莫雷的言辞已经触碰了中国球迷和市场的底线,莫雷和火箭队将面临在中国市场付出代价。

北京商报记者 蓝朝晖

三大运营商5G预约用户接近930万

5G未至,商用预约活动已经热火朝天。10月7日,北京商报记者从三大运营商官方获悉,截至当日16点,中国移动、中国联通和中国电信三家的5G商用预约用户总数已接近930万。业内人士表示,通过提前对5G套餐进行促销,三大运营商已经展开了5G时代的竞争。虽然5G的套餐依旧是未知数,但超900万的预约用户都将成为促使运营商尽快正式上线5G套餐的一种“鞭策”。

商用预约

根据三大运营商官方App公布的数据,截至10月7日16点,中国移动5G预约用户数已经达到560.3万,中国联通5G预约用户数为177.93万,中国电信5G预约用户数为190.85万,三家预约用户数合计接近930万。

作为国内最早开启5G商用预约活动的一家基础运营商,中国移动从9月20日便允许用户通过短信“中国移动”App、扫二维码三种方式参与中国移动的预约活动。

在北京市东城区一家中国移动营业厅内,有不少前来询问5G商用预约问题的用户。店内工作人员向北京商报记者表示,无论通过哪种方式办理预约服务,用户可享受到的权益都是相同的。

9月29日,中国电信也启动了5G商用预约活动,成功预约的用户将在5G套餐正式销售时收到短信或客户端推送通知。9月30日,中国联通跟进开启5G商用预约活动,参与活动的用户除了可以预约5G折扣套餐外,还可以在活动页面内购买5G手机。

北京市内一家华为授权经销商的店内工作人员向北京商报记者介绍,自9月下旬以来,前往店内预约5G手机的用户明显变多了。一位来店内预约5G手机的中国电信的用户张先生表示,自己在国庆节前就已经预约了中国电信的5G套餐,这次是专门来体验一下5G手机在5G网络下的真实表现。

套餐未定

今年6月,工信部正式发放5G商用牌

牌马继华认为,考虑成本等因素,即便是在网速非常快的5G时代,不限量套餐也肯定不会成为一种主流。

竞争前置

尽管5G套餐尚未正式落地,但随着预约活动的启动,三大运营商之间的价格竞争早已打响。

在套餐优惠方面,三大运营商均连续6个月提供5G套餐折扣优惠。中国移动网龄5年及以上的用户可享7折优惠,网龄5年以内的用户可享8折优惠;中国联通与中国电信均为网龄3年及以上的用户可享7折优惠,网龄3年以内及新入网用户可享8折优惠。

以中国联通月租最低190元的5G套餐为例,如果是网龄3年及以上的预约用户进行办理,则活动期间内该套餐月租可降至133元,相当于每月获得57元的套餐优惠。

在购机优惠方面,中国联通的预约用户可享受三星Note 10+ 5G版优惠500元,vivo旗下的iQOO Pro 5G版优惠400元;中国电信预约用户的购机优惠分别为iQOO Pro 5G版150元、中兴天机Axon 10 Pro 5G版300元、三星Note 10+ 5G版550元;中国移动预约用户购买中国移动先行者X1 5G版、三星Note 10+ 5G版可优惠500元,而购买小米9 Pro 5G版可优惠300元。

除了上述两方面的优惠,中国移动预约用户还可获得“超高清快游戏”等5G业务,中国电信则为预约用户提供了“5G甄选号码专属购买权”,而中国联通预约用户能免费领取100GB 5G体验包。

付亮认为,套餐还未公布,打折就开始了,而且惠及全部预约者,这会影响到今后套餐制定和调整的灵活性。不过,三大运营商这类预约活动也有一个优势,即可以促进预约量提高。

总体来看,运营商提供的预约优惠主要就是6个月的5G套餐优惠,且网龄长的老用户优惠更多一些。至于预约用户能否成为真正的5G用户,还需要看5G套餐本身是否有吸引力。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

停止硬件创新 HTC冷落手机

10月6日,HTC新任CEO伊夫·迈特斯(Yves Maitres)透露公司已经停止在智能手机的硬件方面进行创新,重心将逐渐转移至虚拟现实业务(VR)。作为曾经的“安卓机皇”,HTC的市值一度超越诺基亚,但“长江后浪推前浪”,HTC的位置已经被“华米Ov”取代。尽管HTC表示不会放弃手机业务,近几年该公司在业务上的调整其实已充分表现出对手机业务的冷落。

Yves Maitres在TechCrunch Disrupt活动上谈到了HTC目前面临的困境,并直言HTC已经停止了在智能手机领域的硬件创新,称鉴于自身发展需求,HTC将不再投资手机智能硬件创新,人力物力财力也转向了VR领域。

不过,Yves Maitres也表示将HTC手机的期望放在5G上,他认为2020年将是5G的起点,通常部署网络需要两年时间,因此,2023年将有大量覆盖。“这就是为什么我认为2025年(可能更早)将成为转折点的原因。我们取决于运营商的部署速度。”至于未来在手机业务方面的具体战略,北京商报记者联系到HTC方面,截至发稿,对方未给出相关答复。

HTC曾被称作“安卓机皇”,手机销量曾占据了近1/4的美国智能手机市场。作为全球第一家推出智能手机的企业,由于把握住了市场先机,HTC早先在全球市场取得了不错的成绩。但从one X开始,HTC开始走上了下坡路。数据显示,2011年,该公司约占全球智能手机销量的11%。如今,在这些报告中,HTC通常被归类为“其他”。

对于HTC手机的没落原因,产业观察家洪仕斌指出,在技术研发实力上,HTC的出身就是一个短板,该公司以手机代工起家,缺少像苹果和三星等手机企业的技术积累,苹果在软件系统技术方面的实力毋庸置疑,而三星则拥有全产业链优势。消费电子产业观察家梁振鹏认为,HTC只重视一二级市场,却忽略了三四级市场的布局,丢失了大量的市场空间。

手机业务的衰落直接导致了HTC业绩的下滑。2019年二季度该公司净亏损达到了22.3亿新台币(约合7081万美元),这已经是该公司连续第五个季度出现亏损,尽管亏损程度与上一季度的24.55亿新台币相比有所

11%

数据显示,2011年,HTC的手机约占全球智能手机销量的11%。如今,在这些报告中,HTC通常被归类为“其他”。

收窄。

至于5G时代是否会让HTC的手机业务重新振作,梁振鹏直言可能性不大:“就目前智能手机市场的格局来看,很长一段时间内还会是五大手机厂商主导的状态,已经边缘化的品牌在品牌影响力上远不及它们,消费者对品牌的认知短时间内也很难改变。”

由于在手机业务上遭遇滑铁卢,HTC这两年的发展重心一直都在VR业务上。Yves Maitres预计,HTC的VR产品将在大约五年内超越移动端。中国信息通信院数据显示,全球虚拟现实产业规模接近千亿元人民币,2017-2022年均复合增长率有望超过70%。

“VR产品虽然看起来非常具有科技感,但对于大部分消费者来说实际效用不大,且VR产品在体验时,有晕眩感、分辨率低、体积大,未来能否拯救HTC的业绩现在还不好说。”洪仕斌指出,此外,华为、谷歌、索尼等竞争对手都不容小觑,摆在HTC面前的依然是一条荆棘丛生的道路。不过,洪仕斌补充道,好在HTC很有先见之明,转型的时间也极具优势,这为HTC在虚拟现实市场中争得一席之地奠定了基础。

早在2015年3月,HTC就与电子游戏厂商Valve联合研发了头戴式虚拟现实产品HTC Vive,正式宣布进军VR产业。同时,HTC也在积极布局生态圈。从2016年开始,HTC就开启了从硬件到VR平台的转型之路。HTC的先发优势已经在市场份额上面体现出来。根据IDC发布的报告,头戴式头显占2019年一季度出货量的96.6%,索尼、Facebook、HTC、Pico和3Glasses销量强劲,排名前五的厂商占据了整个VR头显市场的65.1%。

北京商报记者 石飞月