

· 看台 ·

## 迪信通加速布局中关村

继太平洋数码电脑城停止营业之后,海龙、鼎好等电子卖场的商业面积也要降至50%以下,并逐步淘汰摊贩式经营。伴随中关村业态调整,迪信通将在中关村地区布局5家新店,加速挤占电脑城空间。

迪信通高级副总裁齐峰表示,中关村业态调整将直接导致手机销售市场渠道变革。迪信通将于今年在中关村新开5家门店,以弥补由于中关村业态调整导致的销售市场地域缺口,抢占中关村手机销售市场。

中关村地区是北京手机销售的一大集散地,并享有较大市场份额。目前迪信通在中关村地区共设有5家门店,年底中关村地区门店总数量将上升至10家,达到全面布局电脑城,着重提升渠道下沉能力,在现有基础上继续提升经营网络的覆盖能力。

中关村业态调整之后,该地区将不再是“买手机、攒电脑”的代言词。迪信通布局中关村,区域内的手机销售市场将彻底转变为以专业手机通讯连锁卖场为主的正规化市场。

商报记者 吴辰光

## 电子书收费瓶颈问题有望破解

第四届中国数字出版博览会日前在北京举行。本届数博会以“打造支柱产业 构建现代化格局”为主题,对中国数字出版业未来的很多问题展开了深入探讨。

一直表示要在数字出版领域大干一场的当当网,在此次数博会上拿出了数字业务的详细规划。据当当网副总裁兼数字业务事业部总经理易文飞介绍,当当网的数字业务聚焦于搭建一个“电子书分销平台”,并将于今年内正式上线。

电子书领域质疑最多的莫过于版权问题。对此,易文飞表示:“当当网的优势就在于我们与出版社之间十余年来建立起的合作关系,这种合作源于当当网的诚信口碑及秉持正版的理念。当当网已与百余家出版社达成共识,届时会有数万种正版电子书,百余种正版电子期刊,当当网将运用独有的版权保护技术来防止这些电子书刊被非法复制和下载。”

在电子书的发展过程中,收费问题也是一大瓶颈。据易文飞介绍,当当网不会采用垄断定价的做法,将采用与出版社协商定价的方式,给消费者以及版权所有者一个更加合理的价格。

商报记者 金朝力

## 索尼夏季新品瞄准高端市场

近日,索尼(中国)在京举行以“耀世而创”为主题的索尼VAIO夏季个人电脑新品发布会,面向高端商务人士推出全新便携旗舰机型VAIO Z系列。

据索尼(中国)有限公司总裁永田晴康介绍,很多商务人士因为工作需要,大多时间都是在会议和飞机航程中度过的,因此更加需要一件功能强大的工具来随时随地、有效率地处理繁忙的工作,全新VAIO Z系列解决了这个问题。

VAIO Z系列配备了13英寸的高分辨率屏幕,机身重量只有1.16千克、机身厚度也仅为16.65毫米。同时,创新的模块化设计也是Z系列的一大卖点,用户只要将索尼VAIO自主研发的Power Media Station多功能扩展机座连接到Z系列的机身上,它就能从笔记本变身为拥有独立显卡和刻录光驱的强劲全能机。此外,VAIO Z系列内置130万像素Exmor传感器驱动的高分辨率摄像头,在任何环境中均能实现清晰、高品质的视频会议。

商报记者 吴辰光

## 锐科中国市场战略开始提速

近日,由中国外商投资企业协会、中国保护消费者基金会、中国民(私)营经济研究会、中国环境新闻工作者协会、北京市石景山区人民政府共同主办的“2011(第三届)中国企业社会责任年会”在京召开。

会议发布了2011年中国企业社会责任榜,并以“企业的责任战略与创新”为主题进行了交流探讨。以锐珂医疗为代表的积极承担社会责任的优秀企业荣获“2011中国社会责任优秀企业”奖。

锐珂借助医疗技术研发实力和多年来在医疗成像信息技术的丰富积累,一直支持中国的医疗卫生建设事业,数年来在产品研发、技术推广、政府合作等方面推行了一系列战略举措,长期不断支持中国的医疗卫生事业。

锐珂大中华区副总裁滕俐表示,要博得用户青睐,就必须在品牌、品质、品格上做到最好。从企业规模和发展态势上看,锐珂除了保持高水准的品质和服务,还展现了对企业社会责任的理解。

商报记者 吴辰光

记者昨日获悉,国内知名的手机连锁企业乐语中国旗下的乐语通讯网上商城(www.funstalk.com.cn)已经上线,该网上商城会把乐语在全国近1000家店的产品、服务全部搬到互联网上,届时一场通讯零售产业的商业大战一触即发,并将带动整个行业的格局重组与服务升级。

## 乐语网上商城正式上线

## 通讯零售业加速服务升级

据乐语商城负责人介绍,乐语商城致力打造属于乐语的品牌战略,成为具有吸引力、充满活力和独具魅力的网站,真正实现通讯零售产业“围城”之势。

线上的用户完全可以通过网站引导查询体验线下服务,线下的用户更是可以通过网站足不出户先了解到乐语所提供的丰富的产品和即时咨询。

移动互联网门户科技讯相关负责人李忠存对记者表示,互联网导致市场的产品选择性无限扩大,竞争也不断加剧,到底是“价格为王”、“服务为王”还是“内容为王”三者正成为争论的焦点。

与此同时,如何与实体店完美互联也成了当下各大企业所探求的营销模式。

基于上述整体行业的发展与客户需求的变化,乐语目前做了两种转型,从产品到服务的转型和从销售到运营的转型。

乐语相关负责人表示,要做运营型的企业,关键还是对用户的服 务要面面俱到。因此,用户将真正在线体验到乐语模式所带给大家的全方位服务享受。

而在运营过程中,乐语将完美应用互联网的绝对优势,通过对顾客进行消费分析,多通路24小时覆盖,一对一营销和社区化服务等方式,线上服务从文字到语音,顾问式解答每一位访客,对每个顾客进行“一站式”服务。

据了解,当前乐语建立以实体店、电子通路为主体,以呼叫中心通路和流动营业厅通路为基础

的通路体系,以点带面,利用典型主动式营销服务模式和触发式营销服务模式进行推进,多通路运营。其中实体通路包括独立综合店、运营商合作专营店、运营商外包店、商超店和品 专卖店,而电子通路就是上线的乐语电子商城网,基于客户接触信息的共享应用,通过精细营销、协同处理、主动分流实现多通路协同营销。

乐语商城以接触信息 管理为中心,实现各通路系统的统一信息共享,并实现一体化运营。通俗来讲,网上商城不仅可实现在线订单达成交易,同时成为引导客户走进线下门店的另一渠道,客户在网站查询和确认所需的信息,从而促成线上线下完美互动营销。

目前,乐语正全力打

造多元通路的服务渠道优势,将以精细化和效益化为通路运营的主体,逐步将服务策略推向纵深。

乐语将通过实体店搬到互联网上,并且将线上和线下的所有通路组合到一起,积极发挥出地面通路发展客户成本低的优势,加上互联网方面的优势,从而达到降低整体成本的目的。乐语通过通路门户触发“立体化”的服务营销模式,使整个公司达到精益运营。

李忠存表示,乐语通讯打造的多通路组合模式将成为乐语最大的核心,它的最终结果是实现低成本运营,这将推动乐语模式快速的普及应用,大大地扩增其市场覆盖率,从而使乐语通讯获得更多的客户群,占领更多的市场份额。

商报记者 金朝力

## 奇艺发力版权采购

## 视频网站上演独播剧资源大战

继宣布“奇艺出品”战略,在自制领域发力后,高清视频网站奇艺在版权采购领域也加大了投入力度。

本周,奇艺宣布,获得由宋丹丹、李佳璇主演的都市情感剧《李春天的春天》网络独播权。

此外,奇艺还获得闫妮、耿乐主演的战争剧《女子军魂》,吴秀波、海清主演的情感剧《请你原谅我》等多部国内热剧和4部泰剧的独播权。

奇艺业务发展部高

级总监张语芯表示,奇艺在覆盖大剧、热剧的情况下,会争取一些独播剧资源,并与自制内容相结合,丰富奇艺的版权影视内容。

6月23日,奇艺宣布了“奇艺出品”战略,在自制内容发力,年内推出4档自制综艺、1部电影和1部自制剧。奇艺内容部高级总监高瑾表示,将通过自制内容,体现奇艺自制实力和寻求差异化竞争。

另一方面,奇艺也加大了在版权采购方面的力

度。张语芯表示,7月18日,奇艺已与东方卫视在京举行战略合作发布会,共同打造“网民看卫视,观众上奇艺”的双向引导互动模式,共同力推《李春天的春天》。

对于奇艺在版权采购方面的策略,张语芯表示,奇艺数据研究院通过百度奇艺影视指数的研究,对用户观影喜好做出预判,并对即将上映的影视内容进行综合评估并结合销售需求为版权采购提供参考。

在采购策略上,奇艺紧追热剧、大剧,适当购买一些性价比高的独播剧。

对于此次独家采购的4部泰剧,奇艺通过调研认为,泰剧将继韩剧之后,在中国掀起新一轮的收视热潮,所以果断采购了在泰国最大的电视台CH7播出,且收视率很高、首播在泰国排进收视榜前5名的4部热剧。其中,《漫步云端》已于7月9日同步安徽卫视播出。另外3部泰剧也将陆续推出。

商报记者 吴辰光

## TCL启动3D产品暑期促销活动

刚纪念T恤一件。

同时,消费者购机还将得到超级大礼,包括价值1999元的无线声霸、3D蓝光家庭影院DVD、超级智能装备包等,凡参加活动皆有大礼相送。

此次认筹活动的主打产品就是TCL日前推出的《变形金刚3》纪念版超级智能3D电视“智变”系列。

作为全球首款变形金刚纪念版电视,其全球顶级的水晶全封屏外观,配合让人心动的变形金刚铭牌和超级炫酷的《变形金刚3》开机画面,具有非常好的纪念意义和收藏价值。

据TCL相关负责人介绍,在功能应用方面,纪念版电视由于采用了领先的逐行3D技术,可实现真正

1080P的全高清3D影像,特有的“2D转3D”功能,更让消费者欣赏到经典变形金刚动画的3D版。

另外,它还搭载了全球领先的Windows + Android双平台,拥有应用程序商店、全能浏览器等精彩超级智能化应用,在智能人机交互方面更加出众。

商报记者 金朝力