

金立今年重塑海外市场和品牌

宜信发布农村互联网金融谷雨战略

2015年1月20日,国内互联网金融P2P行业的领军企业宜信公司(下文简称为“宜信”)发布“互联网金融——谷雨战略”。这是宜信第二个农村5年计划。宜信的农村互联网金融战略指出,未来5年,宜信将打造并开放农村金融云平台,通过农村金融服务生态圈,开放宜信小微企业和农户征信能力、风控能力、客户画像等能力,实现“为农村实体经济服务”和“促进农村地区消费金融发展”的两大目标。将自建1000个基层金融服务点,不仅提供农村信贷服务,还将提供农村支付、农村保险等创新服务。

“互联网金融是新的金融模式。多年以来,我国传统金融机构在农村投入不少,但是依然有超过7成的贷款需求无法满足。这其中,关键的制约因素是大部分农户在央行的征信系统中是不存在的,这个数字大概在3—4亿之间,而且农户也缺乏传统金融机构发放贷款必须要有可抵押资产。宜信在2009年,就把农村作为一个重要的战略市场,采用多种模式探索农村金融服务。”宜信创始人、CEO唐宁指出。(晓荷)

TalkingData移动互联网数据报告出台

日前,国内最大的独立第三方数据服务提供商TalkingData发布《2014移动互联网数据报告》。报告显示:2014年,我国移动智能终端用户规模达10.6亿元,较2013年增长231.7%,增速远超全球同期市场。而安卓与iOS平台用户比例约为7:3,其中,安卓平台主要机型小米和三星分居第一和第二位,充分显示中国本土手机品牌的快速崛起。移动互联网已进入“高速发展期”,行业细分领域应用纷纷涌现,线上与线下联动(O2O)热度空前。

从创建之初,TalkingData就定位于“第三方的中立数据平台”,对于使用移动数据的企业来说,扮演的是桥梁和裁判的角色。借助于技术优势,TalkingData与国内众多应用分发平台、渠道、广告联盟及数据机构保持紧密的合作关系,汇聚了大量的移动互联网用户行为、渠道分析、用户留存等数据。此次发布的报告,TalkingData使用自己研发的移动大数据分析平台,将10亿移动智能设备数据作为数据蓝本,从多个维度对移动互联网用户数据进行对比分析,对移动数据使用者提供真实可靠的行业观察结果。(向阳)

平安银行荣获“2014年度中国互联网金融创新奖”

在日前举行的第八届中国电子金融年会上,平安银行荣获“2014年度中国互联网金融创新奖”和“2014年度中国互联网金融服务十大影响力品牌”荣誉称号。同时,平安银行行长邵平也因其为推动互联网金融发展所做出的卓越贡献获得“2014年度中国互联网金融领军人物”荣誉称号。

该年会由中国电子金融产业联盟、中国互联网协会互联网金融工作委员会联合国内外代表性金融机构、互联网企业、电子商务企业等联合举办。本届年会以“创新·融合·协同——推动互联网金融健康发展”为主题,旨在为互联网金融的持续健康发展创造一个全方位交流的平台。

同日,平安银行与中国互联网协会互联网金融工作委员会签署了战略合作协议,未来双方将联合发起筹建“中国电子商务与互联网金融创新战略联盟”,组织实施“中小企业电子商务服务示范工程暨百万中小企业成长助力计划”。平安银行还联合工作委员会及北大汇丰商学院发布了《互联网金融商业模式研究报告(2014)》。(刘杰)

一加手机开拓印尼高端市场

1月27日,一加手机宣布联手东南亚最大的电商平台Lazada正式进军印尼市场,印度市场也旋即成为一加海外开辟的第19个国际市场,这也是继印度市场之后,一加在东南亚开辟的又一市场领域。

据一加官方介绍,自下月起,一加手机及一系列一加配件就将依托Lazada商城在印尼市场正式销售,其中,销售机型为64GB碳纤维版本,依然采用邀请制的销售方式,售价449万印尼盾,约合人民币2245元。虽然售价相比国内售价相差无几,但目前整个印尼市场1500元的价格仍然是高端市场和低端市场的一个分水岭。

和进军印度市场一样,一加手机此次进军印尼市场,没有选择低价位的打法,而是依然坚持了2000元以上的价位,成为首个敢于尝试开拓印尼这一高端市场领域的中国手机品牌。

一加手机海外市场负责人Carl Pei向记者透露,“从目前印尼的整个智能手机市场来看,一加手机无论在配置、做工、品质来说,都属于高端旗舰配置,我们也非常有信心能够在印尼创造出2000元以上的智能手机市场。”(陈杰)

1月22日,金立在深圳召开全球供应链大会,包括高通、联发科、三星、爱普生、Sony等在内的全球供应商齐聚一堂。金立总裁卢伟冰透露海外市场和品牌重塑将是金立2015年工作的两大重点。

海外市场成绩斐然

谈及2015年工作重点,卢伟冰剑指海外。卢伟冰在总结2014年金立成绩时称:“作为一家有13年历史的手机厂商,金立有着全球领先的供应链体系。过去一年在国内形成了千万级的生态系统,在海外更是打了漂亮的一仗。”据介绍,金立手机2014年在印度市场拥有400万用户,排名前6;占据尼日利亚市场前3;土耳其、阿尔及利亚市场前2名。

他在提及2015年目标时信心十足:“国内手机市场已经到了平稳期,国外很大部分市场还处于快速成长和激烈竞争期,而金立多年深耕国内市场,这给我们开发海外市场时提供了非常重要的宝贵经验。我们的目标是2015年印度市场能达前3,尼日利亚等非洲市场前2,其他东南亚市场前5。金立的产品背后是国际一流的零配件及技术供应商,我们有这个信心。”国内市场稳步向前,海外市场成绩斐然,金立的2015目标显得大胆而沉稳。

体系化重塑品牌

除市场方面给全球供应商定心丸,卢伟冰还分享了金立的未来愿景——在全球领先的供应链体系的合作和支持下,以智能终端为切入点建立值得信赖的垂直生态系统。卢表示2015年国内amigo用户的目标是提升到2500万活跃用户,“未来将是一个万物智能、万物互联的时代,一切行为



将会数据化。”他表示从产品经营到用户经营的转化是金立工作的思考方向。

在品牌目标上,他认为中国手机市场已处于平稳期,趋于品牌的竞争将更加白热化:“我们将重新梳理品牌价值,更体系化重塑品牌,提高产品溢价能力。”卢伟冰介绍,2015年金立的品牌工作将会加快,进行系统重塑。

逾500名全球供应商出席金立本次年度大会。三星半导体大中华区董事长崔铁及联发科总经理谢清江等嘉宾到会并作为供应商代表致辞。

崔铁介绍:“三星不仅在半导体上和金立保持良好的合作,在液晶屏、电芯等产品方面更是长期的合作伙伴。”而谢清江在分享合作经验时更是满腔情怀:“金立的成长足迹,更是联发科在国内市场的成长足迹。联发科与金立一路走来,已经超越了合作商的感情,更有一种共生的情怀在。”

会上,金立对2014年优秀供应商进行表彰。金立董事长刘立荣感谢全球供应商的陪伴及支持,并希望2015年金立能与全球顶级供应商心归一处,继续携手,创造辉煌。(琳雯)

4G时代催生用户对超高清视频需求

4G时代已经来临,三星近期推出的GALAXY Tab S乘着4G“专列”为用户带来一流的视觉、娱乐体验。4G版GALAXY Tab S不仅拥有Super AMOLED炫丽屏,可以享受“身临其境”般的视觉体验,而且具备强大的可扩展性,为大娱乐时代再添动力。

GALAXY Tab S有10.5英寸和8.4英寸两款产品,4G“快车道”不仅让用户体验到更快的网络速度,而且催生了用户对高清视频、高清游戏等移动终端应用以及视频内容品质的需求。

高清需要一块好的显示屏幕,才能真正显示原有的画质。三星GALAXY Tab S配备的Super AMOLED炫丽屏,能让画面的细节和色彩显示出前所未有的真实,诠释何为“让观众身临其境”。

GALAXY Tab S不仅拥有超强显示能力,还为用户预置了丰富多样的优质应用内容。三星为用户提供搜狐视频、爱奇艺、优酷、PPTV、乐视视频广告观看体验;同时,搜狐视频还专门为三星GALAXY Tab S提供高清视频内容专区。除此之外,GALAXY Tab S还搭载了潮流杂志《三星杂志》,用户可以时刻掌握一手潮流资讯。

随着4G时代的到来,视频、游戏逐步向“高清720P”、“超高清1080P”发展。通常这些数据容量小则几百MB,大则几个GB。这势必要求平板电脑有更大的存储空间,来满足4G大娱乐时代的用户需求。

GALAXY Tab S支持容量扩展,在16GB的自身容量外,还支持最大128GB的Micro SD扩

容空间。小伙伴们在尽兴玩游戏、看电影时,再也不用担心设备提醒容量不足的悲剧。同时,“随拔随插,一插即读”的Micro SD扩展功能,让GALAXY Tab S与电脑兼容起来更加便捷,在其他设备上导入导出更加方便。(晶雨)



图为三星GALAXY Tab S上的《三星杂志》

存亡的考验。”左英杰表示,这并不意味着这几千家企业会倒掉,毕竟电商代运营这类低端而基础服务还有需求,一些十几二十人的公司活着肯定没问题,但很难做大的业务。电商服务商业未来会出现三到五家巨头公司,每一家在他核心竞争力上的构建,其重视的方向也不同,比如有重数据、有重传播的,但毫无疑问这些公司都能提供更高端和优质的综合电商服务业务。

经过互联网思维的冲击,目前各行各业都在面临变革与转型,但所有企业自身受到冲击所带来的转型必须面向用户。电商服务行业发展的下一个高峰是O2O模式,并且尤以生活服务类需求为突出。这对代运营企业来讲存在一定的机会,结合已有的用户大数据以及对用户需求了解的基础上结合未来不断填充的数字化营销,这也是电商运营所具备的优势。如果能够站在行业高度,适应市场格局变化,提供全套的企业营销方案,主动通过互联网思维为传统企业带去营销增量的电商服务公司,势必会引起资本市场的关注,也必将会出现一些上市的企业。(陈杰)

电商服务市场将空前繁荣

随着阿里巴巴、京东等电商巨头的成功上市,电商业已然空前繁荣,电子商务已经深入到我们生活的方方面面。然而,广大的消费者可能想不到,从浏览网店、到下单,到收货每一次的成交背后,除了阿里平台,更有五花八门的第三方在提供服务支持:从店铺装修、到摄影模特、从运营服务、客户关系管理、大数据咨询、家装安装调试等售后服务、到仓储物流……第三方电商服务可谓应有尽有。

日前,在杭州举行的题为“开放、连接、争鸣的2015阿里服务商家年会上,阿里巴巴集团首席运营官张勇对到场的服务商作出了上述承诺。他认为,“市场化、数据化、国际化、生态化”过程中蕴含着巨大的新的市场机遇,特别是在全球化的进程中,阿里完全有机会携手第三方服务商再造一个淘宝、再造一个天猫。

据了解,2014年服务商的整体交易规模同比增长72%,服务商数增长64%。而相关数据则显示,目前第三方服务以及代运营商的市场规模已经达到千亿元人民币。

从阿里的数据来看,电商服务市场未来大有可为,然而从一些中小服务商来看,电商服务市场实则暗流涌动,特别是对于做基础的电商代运营的服务商而言,一场行业大洗牌或将到来。

日前,在一场中国互联网电商服务行业思享会上,新七天总裁左英杰在展望这个千亿元大蛋糕的同时也对整个行业提出了警示。

“从目前电商服务市场来看,近三千多家企业过多集中在最基础的电商代运营业务上了,而随着传统企业互联网化进程的提速,企业对电商服务不会仅仅停留在代运营这一基础服务上了,未来整个代运营行业如果不转型面对的必将是生死

百度国际专利数同比增长30倍

在一周前的北京极客公园的年度大会上,百度CEO李彦宏的最新专利“对象识别方法和装置”首度曝光在公众视线中。基于这一专利技术,可实现人和计算机的多轮对话,大幅提升计算机识别和处理人类指令的精准程度。这是继李彦宏1997年提出“超链分析”这一搜索引擎核心技术专利后,18年来再次被媒体披露的一份专利。

“技术是我擅长的,如果能通过我擅长的事情改变人们的生活,是一件令人非常兴奋的事。”在极客公园大会上,李彦宏指出,技术是自己以及百度的一种信仰,也始终是互联网发展最关键的要素,而“任何一项新技术的亮眼表现都不是一蹴而就的”。

正是在技术这一信仰下,百度多年来在技术方面一直持续加大投入力度,不断在搜索引擎、自然语言处理、云、图像语音识别、人工智能、移动等领域“开花结果”。

记者从百度获悉,2014年百度专利申请量同比增长146%,增长幅度在业界遥遥领先。其中,国际专利申请量同比激增30倍,申请地域遍布全球5

大洲。公开数据显示,2014年百度共投入超过70亿元用于技术研发,研发占营收比重逼近15%,这一比例不仅远高于业内平均4%的投入水平,也高于硅谷领先科技企业平均7%的投入比例。

百度专利部门相关人士透露,在大手笔的投入下,2014年百度专利申请量大幅提升,直接飙升至接近两千件。值得注意的是,2014年百度不仅在其传统主业搜索领域保持专利申请数量绝对第一,更在诸如云计算、人工智能、大数据等互联网前沿领域,亦斩获颇丰。

在国家专利局公开的专利数据库中,以“搜索引擎”和“云计算”等关键词进行专利检索查询,可以发现,百度以778件专利申请量,稳居搜索领域专利申请量第一,其占比高达5.89%。而在覆盖了大数据存储和处理等技术的云计算领域,百度则以500件专利申请成功超过微软、IBM和华为等知名公司。

与此同时,国际专利申请的“井喷”,也成为百度2014年技术研发的重要亮点。高达近30倍的增长幅度,且申请地域遍布全球5大洲,这让百度国际专利申请备受业界关注。“国际专利的迅猛增长,源自于百度正在加速的国际化战略”据百度专利部门人士透露,“考虑到专利在企业国际化过程

中的重要作用,百度未来还将持续推进自身国际专利申请工作,以此推动百度的国际化进程。”

过去一两年时间,百度正在展开成效显著的国际化战略,其海外市场动作频频。截至目前,百度国际化业务已覆盖日本、越南、泰国、马来西亚、埃及、巴西、阿根廷等多个亚非和南美国家。而在2014年年底,百度借助人资美国著名互联网科技公司Uber成功打入北美市场,国际化业务进一步提速。

百度专利申请数量的高速增长,得益于其对人才引进和技术研发的高度重视和投入。在连续引进全球顶尖技术人才的同时,公开数据显示,2013年全年,百度投入41亿元人民币用于研发,占营收的近13%;而2014年百度的研发投入则超过70亿元,占营收份额接近15%。

对于百度的技术投入及回报问题,李彦宏在几个月前参加乌镇世界互联网大会时也有所阐述:“技术的积累是从量变到质变的过程,量变的过程我们经常忽略,质变发生时我们又经常被搞得措手不及。对于即将到来的质变,我希望百度能有所贡献。”他指出,“我们需要有这种信心,甚至对我来讲是一种信仰;对于技术的投资会获得回报,不仅仅是给百度带来回报,更会给整个社会带来非常大的回报。”(向阳)

中国电信发布天翼腾讯视频手机

1月22日,中国电信携手腾讯及中兴、华为、酷派、联想、三星等手机厂商发布天翼腾讯视频手机,让流量费用不再成为用户享受4G生活的绊脚石。

手机作为移动时代的入口,视频则成为4G消费的热点。在互联网全面覆盖的今天,最大的特点就是体验免费。4G网络上市以来,用户最关注的是流量问题,中国电信此次独辟蹊径推出免流量费手机,让用户轻松畅享视频乐趣,在体验中获得实惠。手机看一部电影的时间是2个小时左右,大约需要300—400MB流量,如果是办理100元2G的月套餐,看五部电影就会用完。天翼腾讯视频手机每月15G流量,连续6个月共赠送90G。这期间用户可以随心所欲用手机在腾讯视频看电影,至少每月可以免费看30部电影。

在定制机型选择上,针对视频消费人群年轻化的特点,中国电信天翼4G特意挑选了符合年轻人观看视频需求的手机,包括中兴青漾3、华为畅玩4X、酷派锋尚Y80D、联想S90以及三星等主流品牌的中高端全网通4G机型。(陈和利)

赶集网与WiFi万能钥匙合作

近日,赶集网宣布与WiFi万能钥匙达成战略合作,将通过赶集网上的招聘、租房内容接入WiFi万能钥匙,连接线下商业与线上服务,抢先挖掘这条O2O通道的价值。

据了解,WiFi万能钥匙是连尚网络旗下的WiFi上网工具,它能自动获取周边免费WiFi信息并建立连接,用户可以随时随地轻松接入无线网络,浏览资讯信息。目前,该产品以5亿的用户数及每天17亿次的使用量,成为国内最大的工具软件。在2014年底腾讯、安智等各大中立权威机构评选中,成为继手机QQ、微信后第三大APP产品。除了持续专注做免费WiFi服务外,万能钥匙每天还为用户免费推送本地化的O2O服务。

接入万能钥匙后,赶集网将直接对5亿+的万能钥匙用户开放,房产和招聘等优质的生活服务信息也将会通过万能钥匙直达用户,随时随地就能查询。

对此,WiFi万能钥匙副总裁李磊表示:2015年,我们希望万能钥匙除了让每个人都能享受免费上网外,还能为每个人提供免费方便的本地生活服务信息。

赶集网副总裁赵世勇表示:公共WiFi入口涵盖人们衣食、购物、娱乐、社交等一切碎片时间,抢占这一入口将助力赶集网以最短路径向用户提供服务,快速实现本地生活服务商户营销、交易、互动的全面线上化,从而助力赶集网成为生活服务O2O第一平台的战略布局。这与WiFi万能钥匙的发展的重点不谋而合。(向阳)

大众点评2015年开启“服务之年”

1月23日下午,大众点评2015年会在上海中心举行,本次年会主题为“全速前行,点亮梦想”。大众点评CEO张涛在演讲表示,2014年,大众点评在很多领域收获了非常喜人的成绩,完成了“在高速公路换轮胎的高技术难度工作”,朝着全球最大的吃喝玩乐平台飞速前行。

张涛表示,2014年是大众点评的“激情之年”,强调“执行力”;而2015年将成为大众点评的“服务之年”。张涛称,2015年,点评会变得越来越强悍,但是单靠“执行力”还远远不够,需要让用户、商户、内部用户多方满意、多方共赢,因此,2015年,大众点评上将强调“用户第一”和“服务共赢”。

而谈到对2015年的展望,张涛表示,2015年,吃喝玩乐品质生活的市场规模为5万亿元,而且这一规模正以10%的速度每年递增,预计十年后整个市场规模将超过10万亿元。张涛表示,整个行业还将有7—10年的快速增长时间,而接下来2—3年将是巨大的红利期,行业的市场格局也将在这阶段定局,这也成为目前该行业竞争白热化的原因。对此,“点评会准备好子弹,在接下来两三年好好的干一仗!”

在演讲最后,张涛与现场来自全国的3000名员工分享了一段小故事,点燃全场的热烈气氛。张涛表示,“老鹰”是他最喜欢的动物。原因在于,老鹰的平均寿命是80岁,他40岁的时候会做一件事情,就是把身上所有的毛一根根拔掉,但是经过这一个蜕变过程,老鹰可以再飞40年。2014年对于点评来说这一阶段,拔自己的毛,长自己的能力,经过这一年,2015年,大众点评将像雄鹰一样展翅高飞,“全速前行,点亮梦想”。(向阳)

戴尔与CEC构建全面合作伙伴关系

戴尔与中国电子信息产业集团有限公司(CEC)签署合作备忘录,建立全面的业务合作伙伴关系,通过创新的业务模式,共同拓展企业计算机系统、服务和解决方案以及IT基础设施建设的市场。

在过去几年,戴尔一直通过投资、合作与收购等方式积极进行变革。自2013年私有化以来,戴尔不断增强其在云计算、网络、存储、系统管理和安全技术等领域的解决方案能力,满足客户对变革、连接、洞察、保护的需求,为各个领域的客户提供最佳的技术解决方案和服务。

根据此次签署的合作备忘录,戴尔将通过在PowerEdge服务器上测试、认证和授权,支持中国电子信息产业集团有限公司在自主研发的操作系统上进行创新和市场推广。同时,戴尔和中国电子信息产业集团有限公司将探索联合开发基于ARM架构服务器芯片的合作模式。此外,双方还将在市场开拓、业务模式合作增强以及最佳实践分享等方面在中国市场开展更加深入的合作。

中国电子信息产业集团有限公司总裁刘烈宏表示:“我们很高兴与戴尔合作,一起开拓快速增长的IT产品、解决方案和服务市场。我们相信,通过该合作,中国电子信息产业集团有限公司和戴尔将能够在中国共同拓展市场,共同为双方客户提供更加便捷、优质的服务,共同提升双方在行业内的竞争力,在更大范围内提升彼此的品牌价值。”

自从1998年进入中国市场以来,中国已经成为戴尔除美国之外的全球第二大市场,在其全球战略中扮演非常重要的角色。此次备忘录的签署,进一步体现了戴尔对中国市场、客户及合作伙伴的长期承诺。(安吉)