

中国联通发布“沃4G+” 全网战略升级

□ 本报记者 陈和利

■ 资讯走廊

企业采购电商化是趋势

11月25日,赛迪顾问联合中国电子报社发布了国内首个《中国自营式企业网购分析报告》(以下简称《企业网购报告》),预测2015年中国电子商务市场整体交易规模为16.2万亿元,其中企业网购市场交易规模有望达到12.9万亿元,占电商整体交易规模的近八成,同比增长27.2%。

与开放式电商相比,自营式电商因其在线交易形成完整生态的先天优势,被认为更符合企业网购的发展趋势。在自营式企业网购平台,京东以39.4%的市场份额成为行业领头羊。

随着移动互联网、移动支付、社会化媒体的不断发展和完善,企业网购市场的传统电商平台也在积极寻找其他流量的入口,企业网购交易方式将更趋移动化。

(欣闻)

万和启动“1212陪伴日”

日前,万和启动“1212陪伴日”,旨在呼吁在现代生活中被日渐冷落的家庭关怀加速回暖。

据了解,面对普遍的“失陪族”现状,以“让家更温暖”为品牌理念的万和电气,早在2014年就携手《南都娱乐周刊》开展公益活动,受到社会各界人士的关注。因此,2015年万和再次用实际行动倡导“陪伴”,并将每年的12月12日设立为“陪伴日”。

万和电气总裁卢宇聪表示,“产品的研发与制造是为了迎合社会情感需要以及解决我们生活中的产品使用的痛点。万和一直以人性智慧发展技术,以高品质的厨卫电器产品温暖你生活”为企业的使命和责任,并行“让家更温暖”的工艺宗旨,尽自己所能,为人们创造健康、舒适、和谐的生活。”

万和希望通过持续的社会公益,汇聚多方力量,使得更多的中国家庭获得“陪伴式温暖”。

(珍言)

李兴浩交出“百日大考”答卷

自8月1日李兴浩宣布出山,重掌志高国内营销已经过去了100多天。在这短短三个多月的时间里,有着家电业“快刀手”之称的李兴浩频发大招:营销扁平化、渠道整合、产品升级、海外提速,一系列措施环环相扣,使志高海内外销售频传捷报,重返行业三甲的信心和实力得到全面释放。

据了解,早在8月1日接管国内营销之前,李兴浩就开始谋划志高营销体系结构的扁平化。在实现营销体系结构扁平化的同时,李兴浩又迅速与苏宁签下30亿元的订单,并整合了国美、五星、京东、天猫等一大批优质渠道商力量,开启重返行业前三甲的预备战役。

李兴浩始终认为,要力推高端智能新品,满足消费者价格和体验的双重需求,就要做消费者的合伙人,让消费者可以无条件地使用企业资源,与企业共同推广企业产品,使消费者从中获得利益。

李兴浩的组合拳环环相扣。从十一国庆大促的“裸机豪礼 心花怒放”,10月14日“智慧风暴”,再到“双11”期间,志高线上线下推出“智慧折上折”等主题,将“双11”销售一步步引向高峰。最终取得“双11”线上电商平台空调单品销售额超过亿元,同比增长455%,成为行业增长比例最高、增长速度最快的品牌。

李兴浩上交了一份“百日大考”答卷,获评2015年度“十大营销人物”称号。

(子珍)

HDMI与中国电子视像协会合作

日前,中国电子视像行业协会与HDMI特许公司宣布将如何高效且恰当地在产品中使用HDMI技术与使用者进行沟通和作品。

为此,双方计划联合为中国HDMI授权使用者举办研讨会,努力明晰《商标使用指南》的适用规则,并在许可费审查与审计方面进行合作。

HDMI特许公司新任总裁Rob Tobias表示:“本协议为我们与中国授权使用者之间的继续合作开辟了一个新的篇章,将使中国消费电子产品行业获益良多,并将继续扩大HDMI规格的使用。”

据了解,HDMI技术可以将未经压缩的高清晰度视频、多声道音频以及数据结合到一个数字接口中,以通过单根线缆提供清晰的超高清数字信号。目前HDMI产品的全球出货量超过40亿,有1600多家消费电子、个人电脑及手机设备生产商在其产品中使用HDMI接口,其中包括600多家中国企业。

(肖何)

12月8日,中国联通在京发布“沃4G+”,这是中国联通为加快4G发展进行的一次全面的战略升级。此次升级聚焦在4G网络覆盖更加完善、网速加倍提升、通话体验更加出色三大亮点,着力打造业内领先水平的4G精品网络。

中国联通集团董事长王晓初说,加快4G发展,跟上行业步伐,是中国联通实施聚焦战略最关键、最重要的举措。中国联通发布“沃4G+”策略,就是向社会各界正式宣布,中国联通正在全面建设4G网络、全面升级4G网络、全面改善服务质量、全面创新业务产品,更好地满足广大用户个性化、多层次的通信服务新需求,共同促进产业的繁荣与发展。王晓初说,“雄关漫道真如铁,而今迈步从头越”,中国联通对4G充满信心,并期望与各方一道,携手“沃4G+”,充分释放创新的活力,充分激发市场的潜力,充分凝聚协作的合力,共同开辟中国联通4G发展的新天地,共同书写“互联网+”时代合作共赢的新篇章。

网络覆盖、网络速率双提升。中国联通一方面通过一系列的网络建设和优化计划,全面加快4G网络建设步伐,另一方面加大网络资源共建共享力度,为用户提供加倍的覆盖、加倍的网速,打造良好的网络体验。

目前,中国联通4G+双载波聚合的峰值速率下行已经超过300Mbps,上行已超过75Mbps。随着多载波聚合等技术的推出,网速将逐步提升至1Gbps,将带来移动互联网时代的新变革。300Mbps的网速对用户来说意味着真正高清即时的移动互联网时代的来临。用户上传一部2GB的高清电影只需1分钟,而上传一段10MB的文件只需1秒,实现“秒传”的网络传输体验。通过4G+的载波聚合功能,实现网络速度加倍,给用户带来网速加倍的移动网络体验。

中国联通预计于2015年底率先全网开通高清语音通话功能,届时,中国联通用户的通话品质将



获得大幅提升。通话体验升级主要通过高清语音、VoLTE和VoWiFi三个核心技术实现。高清语音主要是语音音质的高清技术,通过高清语音编解码技术,能将影响通话质量的因素大幅降低,从而让用户得到更清晰的人声还原,手机通话将获得如CD质感的全新体验。用户通过支持高清通话的终端,就可以享受到加倍清晰的通话体验。VoLTE具有接续快、高清语音、高清视频、语音数据同步等优点,能带给用户加倍清晰的语音通话体验。VoWiFi是对传统电信服务模式的颠覆,通过4G与WiFi的无缝切换,完美解决室内覆盖问题。

产品、终端、渠道和运营同步升级优化。产品方面,中国联通推出主副卡套餐,主副卡之间共享主卡套餐内的语音、数据流量等资源,并且主副卡间本地通话免费,实现了一份套餐多人共享。中国

联通还将适应移动互联网需求,聚焦细分人群,进一步推出体验更加良好,内容更加丰富的产品。终端方面,全面聚焦4G,中高端坚持“全网通”。“全网通”给用户带来了网络选择自由,同样价位的手机,用户可以在任意制式的移动网络上使用。中国联通还将把“沃易购”打造为国内最大的、开放式的通信产品交易平台,为用户提供更好用、更自由、更丰富的终端体验。服务渠道方面,通过业内率先建立的线下连锁零售服务体系多样化的O2O营销模式,实现用户全流程的完美购买与服务体验,打造中国联通独特的、差异化的服务优势。运营方面,中国联通着力打造业内领先的统一运营模式,从传统的分散运营向互联网化集中运营转变,一点接入、全国覆盖运营模式,大幅提升了运营效率,为产业链合作伙伴开展广泛合作、构建产业链生态圈提供了重要的基础保障。

低头族应该警惕蓝光危害

际光协会年会上,世界顶尖的光学专家们就发出呼吁——高能短波蓝光易引发眼部肌肉的紧张,加速眼疲劳、近视和干眼症的患病率;长期接触高能蓝光,还会引发睡眠障碍、肥胖、糖尿病、心脏病乃至癌症等疾病的发生。

或许我们已经意识到日常用眼健康的重要性,也尝试着减少生活中对手机的依赖。目前,市场上防蓝光的方法主要是通过防蓝光贴膜、防蓝光APP软件来实现。据了解,这类防蓝光技术和产品,主要以调暗屏幕或添加黄色调以减少蓝光的释放,从外部减少有害蓝光的数量,能过滤掉的蓝光一般在50%以下,同时会导致手机屏幕较暗以及偏黄等问题,色彩失真,极大地影响手机的观看效果和使用体验。

值得关注的是,飞利浦针对蓝光危害进行了多年研究,并获得了专利Softblue技术。在不影响

屏显色彩的情况下,通过改变短波蓝光强度峰值的波段,使峰值波长从380-450nm区间的有害短波蓝光变为460nm的无害蓝光,从而能净化短波蓝光的产生,减少蓝光对眼睛的伤害。

从健康护眼角度来看,飞利浦Softblue技术的优势显而易见。未来,伴随技术进步及人们对使用体验的愈发重视,它的应用将越来越广泛,必将成为各款机型的标准配置。

目前,结合飞利浦Softblue屏幕技术,飞利浦手机推出健康护眼智能新品——蓝宝系列手机,保护眼睛同时保真色彩,在使用上予以消费者更多贴心和关怀。为此,有专家特地指出,飞利浦蓝宝手机并不是不要蓝光,而是通过Softblue屏幕技术,通过调整LED背光源,从源头消除超86%的有害蓝光,为消费者提供了更加健康的新选择。

(晓晨)

腾讯QQ与二十世纪福斯达成合作

12月3日,腾讯QQ与二十世纪福斯宣布将会以《火星救援》电影合作为契机,持续展开电影授权、植入等多元化合作。

腾讯公司副总裁彭迦信表示,连接器和数字内容是腾讯发展的两大战略,其中娱乐是数字内容的重要组成部分。此次QQ和二十世纪福斯达成战略合作,标志着QQ娱乐社交战略进入了一个新的阶段。二十世纪福斯国际制作总裁Tomas Jegeus先生表示,我们深知QQ在中国的用户量,并且长期与年轻用户产生连接,与QQ合作是二十世纪福斯在中国战略布局的非常重

要的一步,相信二十世纪福斯将会借助QQ的平台能力进一步扩大旗下电影在中国乃至华语地区的影响力。

二十世纪福斯曾出品过《阿凡达》(泰坦尼克号)、《少年派的奇幻漂流》(X战警)系列、《冰川时代》等众多卖座电影,在中国拥有不俗口碑。其最近推出的《火星救援》一上映就获得了优秀的票房与好评。QQ此次与《火星救援》进行了尝试性的合作,在QQ个性化装扮中推出了《火星救援》题材的表情、个性化签名和背景。

此次,QQ还对外披露了未来在娱乐社交领域

机器人将更加突出“人”的重要性

而不是为了让机器取代他们。”

Alistair先生认为:智能机械的兴起同时也意味着人类员工和他们的专有技能将变得更加珍贵。“在未来,各大公司将会需要大量拥有人类特有的能力和直觉的员工来真正发挥技术的作用,并提升它们的工作效率。”他说道,“关键在于,我们需要意识到,无论是个人还是公司,我们都需要具备多种不同的能力。”

广泛运用机器人的领域人类员工也不可或缺。瀚纳仕公司认为,人类员工在未来的工作中仍将发挥重要作用,即使在广泛运用机器人的领域,人类员工也不可或缺。

首先,人才将成为一种紧缺资源。“人们往往会忽视一个事实,那就是无论在哪一个行业或领域,整个营销体系的最低端是由人类组成的。”Alistair先生说道,“科技领域一直很重视员工能力,而可以预见的是,随着数字技术逐渐融入我们的工作和生活,在未来,我们的同事、消费者、客户和合作伙伴将越来越重视你的个人品质、专业能力、思维视野以及人际交往能力。我们必须意识到,你的竞争对手可以仿制你的技术,但无法复制你的人。因此,我们不应将机器看做是一种威胁,而是一种有益的工作手段,它们可以解放我们的时间,提升工作能力和效率,并最终突显‘人’在工作中的重要性。”

其次,机器人无法建立人际关系。“目前为止,

我还没有发现过这样的一种机器人:它能够激励员工斗志,提升银行信用、回报他人帮助或建立良好关系,并拥有维持业务流畅运转和解决问题的能力。”Alistair先生说道,“正是这些意义非凡的人际交往和互动才使得员工得以与客户或同事们建立进一步的良好关系。无论是在现在还是未来,人际关系的作用都不会被机器人取代。”

还有,机器人无法进行创新。“在现代社会的激烈竞争中,创新领域的竞争尤为激烈。要想实现真正的创新,一家公司就必须拥有一定的协作互助和意见交流能力,以及无法被编程及传输的创新精神。创新的想法经常只是瞬间的灵光乍现,它可能出现在你去办公室的路上、晚上喝酒的时候或参加一个临时会议的时候。虽然勤奋的努力必不可少,但这些不期而遇的意外灵感往往才是一家公司在竞争中脱颖而出的原因。”

此外,人类直觉值得信任。“虽然科技成果能够执行我们的策略,但策略的制定最好还是由人类来完成。人类天生的直觉是无法编程的,而且我们时常会得出与前期数据分析大相径庭的结果。因此我认为,文化是无法被编写成程序的,而在工作中,往往需要人类的‘本能’直觉,尤其是在进行团队内部分工或者是招聘新员工并进行培训的时候。”

“所以,机械科技的进步并不会让我们熟知的许多行业就此消失,而是会提升我们的工作效率,并在未来创造更多新的职业类型。”(安吉)

淘宝晒“中国质造”成绩单

12月7日,在中国质造产业创新发展峰会上,内蒙古呼和浩特、广东汕头、江苏南通、浙江慈溪、山东菏泽等全国23个城市的市长代表各自产业带参会,为入驻中国质造平台集体站台。淘宝的巨大流量让这些“厂二代”们不再死守父辈的外贸代工老路,尝试探索成立自有品牌在网上销售。

淘宝也首度晒出“中国质造”成绩单。从今年4月淘宝网以莆田为起点,启动中国质造战略项目以来,“中国质造”一直力图通过互联网平台帮助传统产业带和厂商转型升级,涉及类目也不断延展:莆田好鞋、广东男女鞋、平湖箱包、慈溪小家电、澄海玩具、即墨童装……至此,“中国质造”平台已对接全国114个重点产业带,超过4500家工厂企业入驻,实现日均销售4000万元以上,“中国质造”首年成交金额预计将超过150亿人民币。

据了解,除了地方政府产业带帮扶、资金补贴之外,中检、SGS、莱茵、法国必维等国内外四大检测机构与淘宝网联手打造的“中国质造联合实验室”在发布会上宣布,将依照国际,为中国质造平台上的厂商提供更专业更严苛的检验服务。

2016年,阿里巴巴将投入更多集团资源推动这一战略项目。阿里巴巴集团总裁张建杭表示:“阿里巴巴集团最早从外贸B2B业务起步,中国制造曾为电子商务的发展提供强有力的支撑。在新的经济形势下,未来阿里会投入更多资源,以阿里大数据、‘满天星’品质计划为依托,充分利用阿里云、特色中国等自身生态体系内的多种资源,从参与‘中国质造’的质量标准制定,到‘中国质造’品牌化、人才储备体系的建设,协助各产业带培养质造人才,让‘互联网+’带动制造业转型,推动‘中国质造’走向‘中国创造’,让电子商务成为拉动实体经济的强大引擎。”

(陈杰)

宝驾租车推“年租宝”业务

近日,专注于汽车分时共享租赁的宝驾租车又开始不安分起来,宣布推出专属产品“年租宝”项目,此举旨在通过“场景化”解决所有用户用车难的窘境。宝驾租车的“场景化”即以“个人用车”“企业用车”“个性化”用车等多个场景化的分类,满足所有用户对于共享的租赁需求。

宝驾租车创始人兼CEO李如彬认为,使用“年租宝”能够保证企业良好的财务状况,减少固定资产和最大化流动资产投入经营获得升值。企业可以少交所得税,租车费用作为成本点算,财务报表核算所得税大大减少。“年租宝”能够避免汽车折旧的风险,可年年用新车,而购买保险、维修、年检的工作也完全不用企业管。这一点对个人用户也适用,而除了个人用车和企业用车之外,生活中当然少不了个性化用车的场景。婚车、自驾游、豪车体验,这些“年租宝”统统都覆盖了。

与其他的P2P租车企业不同,宝驾租车不再满足只是点点的短租体验,“年租宝”还将包括自驾游、豪车体验。“市场的需求,则是我们的需求,我们希望‘年租宝’改变年轻人生活方式,让出行变得是一种享受,更经济与环保。”李如彬表示。

(陈晓)

环球购物首发《功夫熊猫》衍生品

12月2日,泰泓、环球购物达成战略合作,环球购物将首发由泰泓为《功夫熊猫》电影系列特别定制的衍生品,12月13日起面向全国发售,为明年1月29日上映的《功夫熊猫3》全面预热。据悉,未来有包括拉杆箱、收纳箱、双肩包等箱包在内的《功夫熊猫》电影系列衍生品,会通过环球购物直接面向全国消费者。

《功夫熊猫3》由中影股份、东方梦工厂与美国梦工厂联合投资拍摄,是备受各界期待的第一部中美合拍动画电影。而此次发布的电影系列衍生品,也是由中国行业内的新力量共同打造。衍生品的生产及运营商泰泓是国内新锐品牌,销售商环球购物是国内领先的新型全媒体零售企业,拥有覆盖全国且市场价值最高的电视购物频道和优秀的网上及移动购物平台。此次东方梦工厂把《功夫熊猫》电影系列衍生品的生产及运营权授予泰泓,并且和泰泓共同选择了环球购物作为衍生品新品电视购物渠道首发平台,是对泰泓灵活的原创力和环球购物强大的销售力的一次证明。

“环球购物旗下的电视购物平台是文化创意产业里的渠道产业,这跟电影和电影衍生品之间有天然的联系。可以说,我们的渠道既可以成为电影推广的渠道,也可以成为推动电影衍生品快速面向全国市场的渠道。”环球购物董事长孔炯表示。

(陈杰)

紫马财行获“卓越竞争力品牌建设金融机构”奖

12月2日,在“跨界与融合”互联网金融高峰论坛暨“2015(第七届)卓越竞争力金融机构评选颁奖典礼”上,紫马财行在品牌建设方面的显著优势获得评委会和现场嘉宾的高度认可,并斩获“2015卓越竞争力品牌建设金融机构”奖。

业内人士对紫马财行推广仅八个月就跻身金融行业第一梯队的发展速度给以高度赞誉,同时对企业的品牌建设工作表示极大肯定。紫马财行从4月份推广至今,平台注册用户已超过26万人,累计投资额突破65亿元。11月份,紫马财行与权威媒体平台网贷之家进行数据对接后,在平台运营、分散度和成交量方面优势明显,近三十日成交额稳居排行榜前五名。紫马财行在运营模式、资金保障、风险控制方面为投资者提供了专业、可信的理财服务,帮助他们实现了财富的增值。

“卓越竞争力金融机构评选”自2009年启动以来已连续举办了七届,是行业内具备较高影响力和权威性的金融机构综合性评选,评选范围囊括了中国境内的银行、保险、信托、基金、互联网金融、财富管理、第三方支付等金融机构,旨在寻找金融机构在业务、服务、规模、社会责任等方面的核心竞争力,发现金融界的“本能”直觉,尤其是在进行团队内部分工或者是招聘新员工并进行培训的时候。”

“所以,机械科技的进步并不会让我们熟知的许多行业就此消失,而是会提升我们的工作效率,并在未来创造更多新的职业类型。”(安吉)

(杰闻)