

凡客“最低价”开售小米手机

每台手机补贴200元 陈年雷军再秀“兄弟情”



近日,凡客开售第一代小米手机,并为每台手机补贴200元。

正如当年雷军投资凡客时那句“只因为他是陈年”的回答一样,如今,刚刚经历了和周鸿祎“小三大战”的雷军,也开始尝到天使投资圈出的“雷军系”带来的甜头。而一直在尝试进军新领域的凡客,也正好借机试水3C领域。

王霞文

》家电圈

创维数码新财年公告

营业额281.37亿港元,盈利12.52亿港元

6月28日,创维数码控股有限公司(香港联交所股票代码:00751)在香港发布了2011年4月1日至2012年3月31日止共12个月的全年业绩。报告显示:创维数码经营业绩持续稳健发展,连续6年保持增长,营业额达281.37亿港元,较去年同期升幅达15.6%;毛利接近59.56亿港元,较去年同期大幅增长27.7%,整体毛利率显著增长2.0个百分点至21.2%;集团董事会建议全年派发股息合共为每股15.5港仙,全年股息支付率32.6%,比上财年度增加2.1个百分点。

据年报数据显示,创维集团在中国市场的销售额占总营业额的88.1%,增长达11.8%。其中,最主要的彩电业务占88.9%,数字机顶盒及液晶器件业务分别占7.9%及11.1%,余下的2.1%份额由冰箱、洗衣机、磨具、汽车电子、其他电子产品等分占。

2011财年,创维集团海外电视市场的销售额上升52.7%至16.19亿港元,销售量增加39.4%至223万台,其中海外市场的LED液晶电视销售总量比去年同期上升446.7%。创维液晶器件在中国市场的销售额为2.65亿港元,较去年激增138.7%。数字机顶盒方面,创维执行董事及创维数字技术有限公司总裁施驰博士表示:“根据研究调查显示,创维数字机顶盒在国内的市场占有率由20.3%提升至25.5%,上升5.2个百分点,排行第一。创维数字机顶盒在海外市场的销售金额较去年同期上升37.5%。”

姜卓

LG Cinema 3D电视

无惧阶梯电价

随着社会发展进步,环保低碳日益成为社会共识。家电节能补贴将平板电视纳入其中,旨在引导消费者健康消费。7月1日阶梯电价政策的实施,进一步显示政府推动节能环保的努力和决心。可是即将开始的奥运赛事也是不容错过的精彩,畅享体育赛事和高电价让很多消费者陷入矛盾中。由于阶梯电价模式是典型的用得越多,收费越高,要想给电表减速,购买和使用节能电视是最直接的办法。

睿智节能技术使得LG Cinema不闪式3D电视可以根据环境自动调整耗电量较低的背光源,有效降低电量消耗,最大限度地保证电视的节能效果。据了解,LG Cinema不闪式3D电视系列均达到国家1级以上能效标准。原创不闪式3D技术的应用保证了电视画面清晰,色彩鲜艳,观感更好,且观看视野更为宽广,能够满足多角度的观看需求。由于主要依靠屏幕本身成像,LG不闪式3D电视所配眼镜没有外接电源,轻便无辐射,更加舒适健康。

另据悉,LG电子与中国网络电视台达成深度合作,可提供包括2012伦敦3D奥运会视频在内的丰富3D资源,还可将喜欢的内容下载下来欣赏。

姜卓

格兰仕“全球大招聘”

招募3千行业精英

继日前整合2亿资源发起“全国大惠民”促内需,一场声势浩大的“万人再造格兰仕”计划正在加速实施。据了解,在年初扩招万名一线产业工人的基础上,格兰仕决定在全球范围内招聘1000名技术骨干、1000名属地化外贸精英,在全国招聘1000名中国营销人才。而这一系列招聘计划的动因是格兰仕自主品牌建设和做大中国市场。

对于“万人再造格兰仕”计划,格兰仕新闻发言人陆骥烈表示,伴随着格兰仕冰洗、厨电等新晋业务的日趋成熟和扩建生产基地的预期排产,格兰仕整体白电产业链布局已经越来越清晰,而由此带来人才缺口也日渐明显。“这次巡回主要是为了满足内销市场的需求,最优秀的营销人才在营销第一线,我们希望缩短人才招聘的战线,更希望在一线缩短与对话的距离。”

姜卓

取胜,纷纷向全品类货物销售发展。甚至,连快递行业都开始自建电商平台,例如,顺丰速运已于近日成立顺丰优选作为其自营电商平台,主打食品类B2C销售。

而一直坚持销售衣物类商品的凡客诚品,似乎也无法“坚守纯洁”了。自去年上半年开始,凡客已将销售的商品类别,从衣物类拓展到家居、生活用品等。

如今,在当当、卓越等专售图书起家的电商平台也开始进军3C领域,且天猫、京东、易迅几大电商平台3C价格战一天热过一天的形势下,凡客也开始考虑试水3C领域了。

凡客为每台手机补贴200元

本报从凡客方面获悉,此次开售小米M1,每名用户均可在网站上限量领取价值200元的购机卡2张,购买小米手机时可以直接使用,还同时赠送8GB SD卡1张。

“同一个账户每单只能购买1台M1,限购两台。因此,两张优惠券可以通过两次下单,分别购买,凡客相关负责人对本报表示。

值得注意的是,此次凡客标出的1799元“最低售价”,并非小米手机的自行降价行为,而是以凡客发放优惠券、补贴购机的方式呈现。

对于正和周鸿祎的“小三大战”而烦恼不已的雷军而言,这也算是一则好消息了。“近几年,雷军用天使基金在业内圈

出的‘雷军系’,如今已经开始发挥能量了,”一位业内人士对此表示。

据了解,在过去5年中,雷军以个人名义用天使基金一共投资了20多个案子,平均每年投资3-5家。

而在雷军已投资的公司里,凡客是目前估值最高的企业。2000年,雷军曾与陈年一起创办了卓越网;2007年,雷军再次找到陈年,并投资创办了凡客,凡客的首批启动资金来自于陈年、雷军等3人投的700万元。

双方的资金关系,正是凡客在前文中提到的“兄弟单位”的来源。曾经有媒体问及雷军为何要投资凡客诚品时,他解释说,“只因为他是陈年,其实我并不关心他做的是凡客诚品还是其他什么。”

尽管,凡客是否会加入售卖第二代小米手机的阵营,双方依旧“保持神秘”。但对于一直依赖于线上销售的小米手机而言,凡客的加入,无疑助力良多。业内认为,在某种程度上,“能部分缓解近期因360董事长周鸿祎挑起的‘小三大战’(小米与360)带来的负面情绪。”

对于此次双赢合作的另一方,凡客也获得了试水3C产品线上销售的初始经验。

“通过尝试销售小米手机,可以验证销售3C品类产品时,凡客在哪些环节拥有优势,哪些环节还有不足,也为未来可能发生的变化提前做好准备,”一位凡客内部人员在接受采访时对本报表示。

小米手机登上凡客平台

凡客开始卖手机了,第一批上线的是小米第一代M1。

7月9日,凡客宣布联手小米在凡客平台上销售小米手机,此前关于二者即将展开“里程碑式”合作的传言,已成事实。第一批小米M1于当日在凡客官网上发布。

本报在凡客官网上看到,小米手机销售的消息,当天已经被放置于主页右上方,网页显示,此次发布的第一批产品为小米M1,售价1799元。比小米的官网标准售价1999元还要便宜200元。据了解,这是小米认可的目前销售平台中的最低价格。

在服务方面,用户可享受更加便捷的货到付款,甚至比小米官网的“在线支付”更方便。此外,凡客还负责7天内的退货业务,而换货及维修仍由小米承担。

“此次与小米的联手合作,双方有很多契合点。凡客与小米是兄弟单位自不待言,双方在用户群体上亦有相当的匹配度,都是以用户体验取胜,在互联网浪潮里快速成长起来的。双方均十分看好移动互联网的大势以及网购的庞大市场,”凡客相关负责人对本报表示。

另外,凡客方面透露,此次合作是凡客进军3C的试水,“不排除后续会有更大合作。”

随着电商跨界潮的普及,只销售单类产品的电商平台,已经无法再依靠“纯洁”

个系统间切换,影响工作效率。

近日,天猫副总裁王文彬在接受采访时表示,“聚石塔”电商开放云平台推出后,今年将集成打通数据系统,将一座座“信息孤岛”通过云端的服务互联互通。后期,还将实现外网建设开放,接入物流宝系统。

本报获悉,目前,在不足两个月的时间里,已有2万商家在日常使用该平台,日处理的订单总数已经超过50万单。随着项目的正式对外公布,预估下半年会吸引更多卖家入住。

已与聚石塔展开合作的第3方服务商“又一城”负责人在接受采访时也表示,从最初采用数据推送服务到在云端使用关系型数据库,淘宝商家和天猫的数据下载速度,从200个/分钟,提高到1000个/分钟,大幅提升商家日发货订单,与此同时,“云服务的使用,使我们实施和服务成本降低40%,对客户问题响应速度提高2倍以上,”第3方服务商商唐软件负责人表示。

“未来,聚石塔还将带给消费者更快的

商家服务响应速度。”王文彬表示,巨量的用户需求以数据形式被商家捕捉,快速反映在生产、供应链、库存、物流等环节。所有和买卖有关的信息流,如企业客服、产品经理、运营经理、供应商、渠道商、物流等,都将被整合到聚石塔,从而“一个包裹跟到底”的服务模式。

“目前我们可以得到买家的访问量,固定频率,偏好商品等浅层分析,而未来更加多样、精准的分析将直接反映出商家销量高低的原因。”王文彬表示,目前天猫80%以上的商家需求来自消费者行为分析。“正是商家对消费者的重视,让我们决定将整个生态链路的数据做的更安全、更完美。”

7月10日当天,阿里首度在集团管理层设立首席数据官岗位,负责全面推进阿里巴巴集团成为“数据分享平台”的战略。阿里巴巴相关负责人透露,阿里B2B公司现任CEO陆兆禧将会出任上述职务,并直接向马云汇报。

阿里开放云电商平台:用户网购更靠谱

每到电商大促时,自然是“扫货”良季。然而,网页拥堵、产品靠抢,发货迟滞、货品混淆等,往往也是网购热衷者不得不承受的“衍生品”。

“最大原因之一就是商家IT系统订单同步延误,”7月10日,阿里集团旗下天猫与阿里云、万网宣布联合推出聚石塔平台,为天猫和淘宝平台上的电商及电商服务商提供数据云服务,商家将获得安全稳定、弹性升级、数据推送、数据集成等云端服务,消费者也将由此得到更具保障的确定性服务。

王霞文

随着电商卖家的不断壮大,不少商家已建立起标准的企业级管理流程和相应的管理软件支持体系。不过,由于这些企业数据资源分散在不同服务商开发的系统软件中,虽然底层数据能和天猫、淘宝对接,但是软件之间并不能互通,因此,在交易平台上形成了“信息孤岛”,造成操作人员在多