

热点关注

iPhone用户换电池约号火爆 降速门或致销量减少1600万

本报记者 马燕

此前,苹果承认确实故意限制了部分iPhone的性能,来防止手机因为电池老化而意外关机。但用户的不满和事件的持续发酵,让苹果不得不推出一些优惠来安抚用户。

苹果把已经过了保修期的iPhone电池更换费用从79美元降低至29美元,并承诺在今年发布iOS更新让用户了解电池情况。

很多老款iPhone用户之所以选择更换电池,是因为之前有用户称,苹果在系统升级后对电池老化的iPhone进行了性能限制,而这导致手机卡顿严重。苹果也承认了这个事实,所以才引发了用户纷纷去更换电池的行为。

根据苹果中国官网关于iPhone电池及性能的说明,Apple将过了保修期的电池的更换价格降低了390元,从608元降到218元。此举针对使用iPhone6及后续机型的需要更换电池的用户,在全球范围内持续到2018年12月份。

苹果这一出于维护品牌形象的公关举措或将对公司利润造成影响。

更多用户倾向换电池 销量将减少1600万

据媒体报道,在苹果公司承诺以低价为旧款iPhone更换电池后,苹果零售店涌入了大量消费者,这导致苹

果的电池库存告急。如果用户想为自己的手机更换电池,预计要等上数周时间。

到底在更换电池的服务有多火爆?据报道,苹果天才吧的一位员工预计,他们的电池库存可能要到今年夏天才能恢复正常水平。越来越多的iPhone用户在Twitter上表示,虽然在苹果零售店预约了电池更换服务,但是去了之后发现电池已经没有了。

《证券日报》记者昨日致电苹果客服预约北京西单大悦城苹果直营店电池更换,但被客服人员告知直营店已经没有号了,可以选择苹果授权的售后维修点预约更换。

巴克莱银行分析师日前就此评论道,苹果公司降低更换电池价格的决定将带给公司大约100亿美元的损失。

分析师指出,根据他们的调查,电池损耗是消费者购买新苹果手机的主要原因。随着换电池价格下降和智能手机性能提高,专家预测2018年苹果手机销量将减少1600万件。“虽然这也许是苹果公司一项很好的公关举措,我们仍然认为,这会对其手机销量产生不良影响,因为更多用户将倾向于换电池,而不是购买新机。”

第一手机界研究院院长孙燕飏在与《证券日报》记者交流时表示,苹果公司降低更换电池价格,确实会影响苹果手机销量,但应该还不会影响到2018年市场份额的排位。

不过,在华等为品牌全力冲击全球销量的背景下,“降速门”又导致其销量减少的话,苹果和其他竞争者的差距或将进一步拉近。

降速门招来全球诉讼 或涉巨额罚金

除了销量和利润将会造成损失外,苹果因为“降速门”还将面临全球用户的起诉。

尽管苹果公司已经公开道歉,承诺为消费者提供电池更换服务,但消费者并不买账。2017年12月20日承认“降速门”确实存在之后,苹果公司就陷入了诉讼的漩涡。

据报道,2018年1月2日,美国国内对苹果“降速门”的第16起诉讼出现在密苏里州,是由消费者Kiim Burton和William Ellis发起;第17起诉讼则出现在密西西比州,是由Neill McInnis和J. Scott Archer发起。

两位消费者在起诉状中表示,苹果一方面在操作系统升级时只宣称新系统的好处,不强调升级后的坏处,误导了消费者,另一方面,苹果公司还让消费者很难逃避操作系统的更新,因为如果不选择更新,消费者的iPhone和iPad最终可能无法使用。

媒体认为,针对苹果“降速门”的第16起和第17起诉讼,和此前已曝光的集体诉讼没有太大区别,最终可能会合并为一起集体诉讼。据媒体此前预测,美国几起诉讼的赔偿金额可能

会达到9990亿美元。

在法国,一家叫作“停止强制报废”的消费者权益组织,向苹果公司发起了刑事诉讼。该机构表示,法国法律禁止所有的有计划的报废行为,即产品制造商采用技术手段,降低产品的使用寿命,让产品无法使用,提高产品更新换代的频率。该机构认为,苹果公司对老款iPhone进行降速的举动,违反法国2015年制定的相关产品报废法律,是不可接受的,必须受到惩罚。

在韩国,当苹果承认“降速门”之后,有3万多人参与苹果集体诉讼的征集活动,苹果公司2017年12月29日公布的赔偿解决方案加剧了韩国民众的不满情绪。据媒体披露,苹果集体诉讼参与者征集活动截至2017年12月31日下午2点,征集到的参与者增至18万人。

在中国,民间组织“反苹果联盟”也呼吁商务部反垄断局对苹果展开调查,查清iOS系统是否存在滥用支配地位侵害消费者权益的情况。另外,工信部及消费者协会也应苹果展开调查,就查实情况开展听证,并做出相应处罚。

有分析指出,美国消费者提出的9990亿美元诉讼赔偿金兑现的几率微乎其微,反倒是在法国,因为确实存在相关法律,如果法国检方最终认定这是一起刑事诉讼,并认定苹果的行为是“强制报废”行为,那么,苹果最终就有可能面临相当于苹果公司在法国年收入5%的罚金。

二手车电商烧钱后遗症凸显 瓜子二手车或触垄断红线

本报记者 贺骏

在被“互联网+”之前,二手车市场长期处于汽车产业链的灰色、边缘地带,如今,经过互联网企业两年多的“鼓噪”之后,二手车市场的透明度、科技量越来越高,而“鼓噪”的主要参与方瓜子二手车(以下简称“瓜子”)、人人车、优信二手车也顺势拿下了市场的前三,传统的线下二手车商加速式微。公开数据显示,2016年最大的二手车服务商广汇汽车的二手车交易量为9万辆,而瓜子的交易量超过20万。截至目前,2017年各家的数据均未公开,不出意外的话,线上第一和线下第一在交易量上的差距将进一步拉大。

电商行业的主要指标包括成交额和流量两大类,具体到二手车电商,由于交易链条较长,成交量更具竞争意义,其由品牌力、流量、上架车源量等多个参数综合作用而成。在业界看来,就在成交量指标而言,二手车电商不仅正在对线下二手车经销商形成马太效应,且二手车电商行业内,马太效应也日趋凸显。尽管各家平台对真实交易数据讳莫如深,但通过公开数据不难倒推,领跑者越来越呈垄断之势。

成交量与品牌力相关

日前,工信部品牌政策体系下的

中国品牌力指数显示,2017年,瓜子的中国品牌力指数排名第一,其中“第一提及率”(未经任何提示前提下,用户主动回答的第一个品牌或事物的比例)为53.6%,是第二名人人车(13.6%)的3.9倍以上,是第三名优信二手车(8.9%)的6倍以上。

那么,成交量与第一提及率的相关度是怎样的呢?以同榜单的另一细分领域——主流车品牌为例,其中上汽通用别克排名第一,第一提及率为8.4%,2017年前11个月总销量约178万辆,长安福特排名第二,第一提及率为4.9%,同期总销量约74万辆。前者第一提及率是后者的1.7倍,销量是后者2.4倍,由此可大致推出销量/品牌力=1.4。如果简单类推的话,瓜子的成交量应该为人人车的5.5倍,优信二手车的8.4倍。

对此,有分析人士指出,不同类型的品牌影响力指标参数各有差异,但在马太效应明显的情况下,第一阵营的排序已经定型。以百度搜索指数为例,在2016年9月份至2017年12月份,瓜子的百度搜索指数的均值超过10万,优信二手车均值约为4.6万,人人车均值约为3.1万。除了人人车与优信二手车的座次不同外,瓜子至少是后者的领先优势坐稳了头把交椅。

京东生鲜超市欲年内覆盖全北京 中小生鲜电商添愁云

本报记者 贺骏

在阿里旗下的盒马鲜生大举“北伐”之际,京东在自己的大本营亦扎下了“马步”。日前,京东首家线下生鲜超市——7FRESH亦庄大族广场店正式开业,其名称取自“一周7天,每天新鲜”。作为京东在生鲜领域的首个线下“样板间”,可以说,IT、采购、物流等京东各业务线的资源都在向其倾斜,最直接的表现就是,市场上奇货可居的茅台酒,竟然在门店敞开销售。

7FRESH欲年内覆盖全北京

据介绍,门店中大部分商品都可在7FRESH的独立APP上同步售卖,以门店为中心的3公里范围内的用户,可享受最快半小时送达的福利。同时,门店还应用了诸多黑科技,如智能购物车、“魔镜”系统、刷脸支付等,俨然也是京东科技创新的展示厅。

在业界看来,对于一贯“一不做二不休”的京东而言,7FRESH亦庄大族广场店显然不是玩票,且目前的竞争环境也不允许京东浅尝辄止。京东集团副总裁、7FRESH总裁王笑松接受采访时亦直言:“万事开头难,这家店从正式筹备项目组到最终开张历时十个月,但零售模式复制起来速度会快很多,我有信心接下来会一家店比一家店更好,这就是互联网迭代的能力。今年的想法是在北京开几十家店,数量不重要,重要的是把北京城全覆盖了。我们是舍命狂奔,豁出去了,到年底的时候把成绩单呈现给大家。未来3年到5年,7FRESH将在全国铺设超过1000家门店,保证消费者随时随地都能购买到安全、优质的生鲜食材和食品。”

不过,相比于线上获流,线下开店只难不易,对此,王笑松坦言,“对于北京市场的覆盖,我们肯定是既有自营,也有赋能的方式,独乐乐不如众乐乐,我们不论是采用入股的方式还是直接

的供应链赋能,核心是把用户服务好、把店开好。“我们会更多考虑与现有企业进行合作,这种方式会让我们在门店的店址方面迅速铺开。一个一个物业找需要很长时间,并且找到合适的很困难,不是说物业在那空着就等着你来。还有一个是,北京其实这几年大的商业项目也没有太多,时间上可能也很难吻合,所以怎么样能够把现有的商业资源盘活好,这是核心。”

事实上,7FRESH之所以没像京东金融、京东物流那样冠以“京东”的前缀,也是考虑了未来的“众乐乐”。“明显有个‘京东’的‘大腿’可以抱,我们为什么不呢?这是因为我希望7FRESH能够更独立一些,更市场化一些,我希望它真的是为整个线下零售行业进行赋能,刘(强东)总也非常支持我这个观点,在财务权和人事权、经营权方面,刘总很少过问”,王笑松表示,希望把供应链能力、物流配送能力、仓储能力、系统能力和运营端能力打包成产

品输出给有需要的合作伙伴,帮助他们一起实现零售层面的提升。

中小生鲜电商前景堪忧

在业界看来,7FRESH的诞生和扩张计划,明显是针对阿里旗下的盒马鲜生而来。尽管在模式上二者大同小异,但在雄厚资本的支持下,这势必是一场持久战。这期间,中小线下商超在获得赋能的同时,纯线上的中小生鲜电商将遭到掣肘。

对此,有分析人士指出,曾几何时,在阿里和京东无暇顾及的生鲜领域,崛起了大量创业公司,如今,阿里和京东也沉下身段干这些“脏活”,“累活”了,对中小生鲜电商而言,绝不是好消息。互联网行业的那句老话或将再度被验证:老人大老二打起来了,最终是老三、老四消失了。中小生鲜电商要想不消失或者消失的慢一些,必须要抓紧站队了。

百度涉嫌监听用户电话被起诉 有用户调侃网上“裸奔”早已习惯了

本报记者 谢若琳

互联网浪潮为人们的生活提供了便利,同时也存在很大的安全隐患,其中包括个人隐私泄露。2017年12月11日,江苏省消费者权益保护委员会就北京百度网讯科技有限公司涉嫌违法获取消费者个人信息及相关问题提起消费民事公益诉讼。2018年1月2日,南京市中级人民法院已正式立案。

“我有一次跟朋友聊到白蚁,打开某浏览器后,出现了灭白蚁的广告。”南京市的贾先生告诉记者,“还有一次我在某搜索引擎搜索‘怎么开口借钱’,当天就有2家借贷公司给我打电话”。

这样的经历令贾先生恐惧,他认为自己的个人隐私被泄露了。“这种情况太常见了,我有一次在办公室帮同事借电钻,晚上打开购物软件,第一个推送的就是电钻。”而家住北京朝阳区的孙女士告诉《证券日报》记者,自己早已习惯这样的生活,“网络世界看似隐秘,其实根本没有隐私,基本上就是‘裸奔’的状态。”

根据相关媒体报道,2017年7月份,江苏省消保委曾对市场用户用量较多的27款手机APP进行调查,发现普遍存在侵犯用户个人信息安全的问题。经过约谈,大部分企业提交了实质性整改方案,删除了不必要的监听电话、读取短信等敏感权限。但“手机百度”、“百度浏览器”两款

汉王科技股权激励变脸 业绩考核门槛大幅调低

本报记者 桂小笋

汉王科技在1月6日发布员工持股计划之后,又于昨日晚间紧急发布公告,对一些重要内容进行了更正。对比更正前后的内容可知,此次股权激励、业绩考核目标大幅度降低。

从首次授予股票期权的各年度业绩考核目标来看,第一个行权期,以2016年净利润为基数,2018年净利润增长率不低于240%。更正后则变更为,第一个行权期,以2016年净利润为基数,2018年净利润增长率不低于140%。第二个行权期,以2016年净利润为基数,2019年净利润增长率不低于300%。更正后变更为:第二个行权期,以2016年净利润为基数,2019年净利润增长率不低于200%。第三个行权期,以2016年净利润为基数,2020年净利润增长率不低于350%。更正后变更为:

春运“撞上”航空票价进一步放开 今年春运预计发送旅客30亿人次

本报记者 刘斯会

随着时间进入1月中下旬,朋友圈充斥着各种抢票回家的声音,一年一度抢票大战拉开帷幕。根据携程《2018年春运春节旅游大数据报告第1号》预测,春运期间返乡和旅游人数规模将创新纪录,预计2018年春运旅客量将首次突破30亿人次。

值得注意的是,在这个节骨眼上,2018年1月5日,民航局、国家发改委印发《关于进一步推进民航国内航空旅客运输价格改革有关问题的通知》,5家以上(含5家)航空运输企业参与运营的国内航线,国内旅客运价实行市场调节价,由航空运输企业依法自主制定等。

这意味着,航空公司将拥有更大的自主定价权,这是否会导致航空机票价格上涨呢?飞猪旅行提供的数据显示,目前票价仍是正常情况,具体来看,春节前一周去往四川、湖北、湖南、贵州等探亲线的机票基本为8折至全价,反向航线则在4折至5折。去往东北滑雪、海南避寒的机票折扣普遍为6折以上,随着春节临近票价还将进一步上升。

1月3日,2018年春运首日车票开售。从携程提供的数据来看,仅几个小时的时

间,不少热门线路、车次的车票就基本售罄,即便有余票的也多为站票。同时,携程通过大交通平台对用户预订、购买行为进行数据分析发现,与往年情况类似,今年仍有不少外出务工人员遇到了买票难的问题。

携程专家表示,根据历年数据测算,在春运庞大的旅客群体中,务工人员往往会占到1/3以上。“而且,在务工人员群体中能熟练通过互联网或移动互联网购票的,仍只是少数。”

而飞猪的数据显示,今年元旦一过,机票、火车票、汽车票、度假线路等类目的交易曲线迅速升高。不到四十天后的春节,不仅仅在全国人口的大迁徙,更是中国人全球游的大迁徙。

对旅客来说,很多人担心定价权交给航空公司会引发票价大幅上涨,不过,从旅客企业提供的数据来看,受航线增多的利好影响,出境过春节的热度持续上升。泰国、新加坡、日本、马尔代夫等热门地区的机票价格较往年便宜30%。初三之后,机票价格相对除夕左右回升再节二成至三成。远途出游机票,如美加、澳新、欧洲等地目前仍有少量特价机票。

上市公司扎堆抢滩新零售 悠络客获招商局领投7887万元

本报记者 贺骏

在新零售的风口之下,各路资本正在快速抢滩。1月5日,新零售人工智能服务商悠络客宣布,获得C轮融资7887万元,由招商局领投,中昌数据、理成资产、默默赢跟投。

此前,悠络客于2013年获KPCBC A轮融资千万元投资,2015年获东方财富、用友幸福和理成基金B轮近亿元投资,并于2016年在新三板挂牌。

本轮融资中,招商局创新投资基金中心认购约4000万元,A股公司中昌数据全资子公司杭州钰昌投资管理有限公司认购约1287万元。至此,招商局、用友网络、宝新能源(东方财富母公司)、中昌数据、红豆股份等多家A股公司或母公司汇聚于悠络客。

公开信息显示,悠络客是国内领先的新零售新门店人工智能服务商,拥有人脸识别、人形检测、视频分析、语音处理等多项先进技术,可为门店提供人、财、物三位

一体的智能管理及数据分析服务。截至目前,公司已拥有1000余家服务网点,覆盖全国31个省市,累计签约客户门店数近30万家。

悠络客董事长沈修平透露,本轮融资将主要用于开放Paas平台的研发与推广,通过该平台输出新零售AI技术能力。

招商局创投刘宏彬表示,悠络客在智能零售领域拥有丰富的技术储备和产品实践,在新零售时代到来时,相信悠络客将与招商局丰富的产业资源结合,探索出更多协同可能性。

中昌数据在公告中表示,本次投资将有助于公司利用外延投资获取未来投资收益,同时与公司在大数据垂直应用领域和分析处理领域发展的战略布局产生协同效应,进一步提高公司的综合竞争实力,对公司后续发展产生积极影响。

“对比过去行业中很多企业之后,悠络客对解决方案的提供能力,以及摄像头硬件软件各方面整体的实施能力,是我们最看重的”,中昌数据相关负责人王晔楠表示。