

网络消费

电商付款还能更“任性”

□ 丁宁

说起网购付款,总会想到银行卡、信用卡、支付宝之类传统付款方式。而实际上,电商付款还能更任性,甚至还可以赊账。

京东商城:“打白条”

所谓京东“白条”,其实是京东商城推出的一种“先消费、后付款”的全新支付方式。在京东网站使用白条进行付款,可以享受最长30天延后付款期或3至24个月分期付款方式。如果选择前者,用户不需要支付任何利息,只需按时还款即可。而如果选择后者,则需按照每月0.5%利率来计算。这一利率与银行类似业务相比,普遍只有银行收费的一半而已。如果到期未还款,京东则会通过短信、电话等方式多次提醒,违约金则是总金额每日的0.03%。此外,京东白条可以支持京东网站的所有实物商品,但不含机票、礼品礼券、团购、食用油、虚拟商品(170手机号充值除外)、投资性贵金属等,并可与东券、礼品卡、京豆组合支付购买商品。

至于京东白条的申请,用户可以在京东首页点击“京东白条”专区,填写姓名、身份证号码、银行卡信息等申请材料之后,京东就会对用户在京东上的消费记录、配送信息、退货信息、购物评价等数据进行风险评级,每个用户将获得相应信用额度,最高15万元。除此之外,为了推广京东白条,京东商城还在近期推出促销活动。通过扫描二维码并激活京东白条,即可获得满200减50元全品类东券(限APP端使用)。相当于京东商城200元以内商品全场七点五折,性价比相当不错。

天猫商城:“花呗”

针对京东商城风生水起的“打白条”,天猫商城则在2014年末推出与支付宝相挂钩的“花呗”服务。所谓“花呗”,其实是由阿里旗下的蚂蚁微贷提供给消费者的一种信用支付服务。消费者可以使用“花呗”的授信额度在淘宝、天猫上购物,在确认收货后的次月10日前还款即可(此期间为免息期)。还款之后,消费额度还会恢复。由于“花呗”不同于“白条”,是固定日期还款即可,所以“花呗”的最长免息期可以长达41天。至于开通“花呗”的方式,则需要首先登录www.alipay.com找到花呗服务,填写相关信息,即可免费开通“花呗”服务。开通成功后,便立即获得花呗消费额度。

现阶段,“花呗”的授信额度一般在几千元到三万元不等,后期还有可能调整。目前,天猫和淘宝的大部分商户或商品都支持花呗服务。在付款时若能看到花呗服务,就表示该商品支持。不支持花呗支付的类目主要有:腾讯QQ专区;网店/网络服务/软件;网络游戏点卡;网游装备/游戏币/账号/代练;成人用品/避孕/计生用品(杜蕾斯品牌除外);手机号码/套餐/增值业务;本地化生活服务;网游垂直市场根类目;珠宝/钻石/翡翠/黄金。具体是否支持则以收银台显示为准。

不过需要注意的是,“花呗”服务目前仍处于测试阶段,所以还有很多不完善之处。首先,“花呗”服务虽然一直宣传可以分期,但在官网信息中却并没有看到。根据已有的信息,如果超过还款期,就会直接进入“罚息”流程。违约金要比京东还高,达到令人恐惧的0.05%。其次,“花呗”的本质并不是信用卡。信用卡可以提现,但“花呗”不可以。再次,“花呗”授信额度并不单纯依靠以往的消费记录,更多的是与“余额宝”挂钩,如果没有开通“余额宝”的用户,授信额度就会很低,即便是殿堂级的网购达人也无法突破这一限制。最后,“花呗”服务可以与银行的快捷支付挂钩并自动还款。表面上很方便,但实际上却有一定安全问题。最重要的是,已有网友反馈,测试阶段的“花呗”服务暂时还无法关闭。对于那些个人信息已泄露得满天下的用户来说,一旦误开通“花呗”服务,就只能提心吊胆地期待测试阶段赶紧结束才行。

国美在线:以旧换新

京东商城和天猫商城主打赊账,国美在线则推以旧换新。就目前来看,国美在线的可回收品类主要包含彩电(液晶、老式CRT)、电脑(主机、笔记本、一体机、显示器)、空调(窗机、挂机、柜机)、冰箱(单门、双门、对门)、洗衣机(全自动/单缸、滚筒、双缸、迷你)、冰柜这六大大类。至于以旧换新的价格,本文则以北京市为主要参考。其中,老式CRT分为四个档次,21寸30元/台,25寸30~50元/台,29寸40~70元/台,29寸以上50~100元/台。液晶电视分为两个档次,19寸以上32寸以下50~300元/台,32寸及以上100~500元/台。洗衣机分为四个档次,全自动/单缸30~100元/台、滚筒50~200元/台、双缸30~80元/台、迷你5~15元/台。冰箱分为四个档次,单门40~80元/台、双门50~200元/台、对门100~300元/台、冰柜30~150元/台。空调分为三个档次,窗机50~100元/台、挂机100~500元/台、柜机200~500元/台。电脑分为五个档次,CRT显示器20元/台、液晶显示器20~100元/台、主机30~80元/台、一体机20~50元/台、笔记本50~300元/台。

目前来看,以旧换新的回收区域主要包括北京、上海、深圳、武汉、济南、沈阳(市内五区)、吉林(市内四区)、天津、乌鲁木齐市区、唐山、西安、咸阳、常州、长沙市区、苏州市区、福州、青岛、潍坊、郑州。即将上线的区域还包括宁波市、淄博市、烟台市。上门时效则在24小时至1周。以北京为例,城六区及近郊区24小时内上门,远郊区则是一周内上门。

e流行

2015 智能家居爆发元年

□ 本报记者 傅嘉

家电领域下一个进化方向是什么,现在答案已基本明朗,那就是智能家居。近年来,随着海外巨头以高溢价持续并购该类型公司,带来的示范性作用不容小觑。而在国内家电领域,自LCD液晶代替CRT显像管和智能电视出现后,下一个技术上看点是智能家居已成为业内共识。

2014年末,美的宣布和小米联手打造智能家居,与之前技术进化相比,此次智能家居整合难度较大,但因其物联网属性来看,确实是符合技术发展趋势,因此业内也普遍认为2015年将是中国智能家居爆发元年。

老概念新理念

和二维码一样,智能家居并不是什么特别先进的理念。早在上世纪80年代,这一概念已在美国出现。1984年,美国联合科技公司将在建筑设备信息化、整合化概念应用于美国康乃迪克州哈特佛市的“都市大厦”,出现首栋“智能型建筑”,其中要素主要有采用计算机系统对大楼空调、电梯、智能照明等设备进行监控;提供语音通信、电子邮件和情报资料等方面信息服务。这些功能其实在今天早已经实现。

而在上世纪90年代,思科和微软这样的巨头,再次使得智能家居概念开始渐渐清晰,主做信息行业交互设备的思科提出“万物互联”概念,这即是目前大行其道的物联网理念。微软作为一家喜欢制定行业标准的公司,更是在领域砸下过“血本”,1999年推出的“维纳斯计划”耗费巨资而最后败北。不过,近年来微软一直没有放弃对智能家居的整合,目前推出的三代XBOX游戏机,都是微软意图占据客厅入口的核心硬件。

近年来,正如谷歌和苹果替代传统科技巨头一样,也成为智能家居先行者,谷歌之前斥巨资收购智能家居厂商NEST,曾引发A股市场强烈反应。而苹果拥有更加出色的软硬件平



新华社图片

台,目前的ios8已捆绑多个智能家居模块,显示出苹果进军智能家居的野心,这也使得业内对智能家居未来更加期待。

从智能家居发展历程不难看出,以技术为先导整合产品是智能家居的发展趋势。在这样模式下,同样在家电领域积累颇深的日韩企业反而没有太多作为。从日韩大企业来看,其更多是以产品为导向,缺乏整合软件平台,且从目前形势来看,日韩企业家电在国内影响力已与上世纪八九十年代不可同日而语。

分析人士认为,正因为当前如此形势,才使得中国家电企业在发展智能家居时遭遇比以前较小的压力,因为美国重软件轻产品,日韩重产品轻软件,双方都没有绝对实力,而且国内家电市场早已被国内企业占据,可以说中国家电企业发展智能家居形

势比较宽松。

国内企业密集布局

智能电视高速增长正在一点点消退,这次较小的技术迭代使得互联网要素开始进入到电视屏幕。进入到2014年以来,各大厂商已开始密集布局智能家居,尽管从产业来看,业内还没有特别成功的案例显现,这预示着行业发展仍处于探索阶段,但越来越多的厂商开始介入和参与已使得外界意识到,智能家居未来已不可逆转。

近年来,无论是家电产业的传统厂商还是新进入到家电行业的互联网厂商,均已就智能家居展开探索,传统企业中海尔智能家居U-home系统,已在青岛东城国际建成。四川长虹则是让置业与四川长虹一起打造智慧社区。互联网企业中,乐视将与北京华贸、当代MOMA共推智慧

社区;阿里2013年推出智能操作系统,已与酷开电视、美的智能空调合作;京东2014年6月底亦公布智能家居战略;小米则是联合华润置业等地产商探索智能家居。

奥维咨询相关报告更是指出,至2020年,智能家居产值将破万亿元,这首先主要依赖于政府引导、技术成熟、互联网时代到来和互联网快速发展。另外,4G开始应用让高速无线应用成为可能,加上目前6.18亿智能终端存量也将给智能家居提供良好土壤。最后,随着各层面品牌高度重视参与,消费者也将会对这一概念越来越认可。

该报告同时指出,目前智能家居也有三大痼疾亟待解决,首先智能家居市场尚未打开,作为一个已提出十几年的概念,与十几年前提出时并无太大差别;第二是需求不匹配背后是没有成功样板,产品设计不是出于用户需求考虑,而是对现有产品的拼凑;最后是封闭发展影响产业合作,家电厂商单兵作战向智能化转型,系统封闭,数据不互通。

互联网金融

千团大战到生活电商之争 资本已不是制胜关键

□ 本报记者 王荣

“眼前没有具体融资计划,还是会坚持独立发展。”窝窝团董事长兼CEO徐茂栋近日面对众多记者追问给出了一个出乎意料的回答。

2011年,5058家团购网站混战一团,团购网站广告覆盖户外地铁、公交广告牌。经过五年洗礼,如今排名靠前的团购网站大多各有归宿,美团投入阿里怀抱,糯米已归百度门下,大众点评联姻腾讯,拉手网则卖身三胞,唯独窝窝团仍维持独立。

团购只是电商标配

近日,团购鼻祖Groupon因抵不住持续加大的亏损,另谋出路开始转型为电商网站,希望成为一个消费者驱动的电子商务平台。

尽管中国团购模式来自海外,但转型之路显然走得稍快一些。2012年,窝窝团开始转型商城模式,成为生活服务电商平台。如今窝窝团已成为窝窝商城,用徐茂栋的话说:“团购不是完整的商业模式,注定将成为电商的标配”。

在资本簇拥下,团购在2011年达到顶峰,但由于互联网行业快速更新迭代、消费者更为健忘和喜新厌旧特点,团购这种单一模式注定并不能长久。

根据专业团购导航网站团800今年6月发布的市场统计报告显示,2014年上半年团购网站数量已锐减至176家,相比2011年8月最高峰的5058家,从业者超过10万人,现在团购存活率仅为3.5%。

成功转型生活服务电商的团购网站则是另外一方天地。徐茂栋介

绍,如今团购业务只是窝窝商城众多业务中的一个,公司目前主要是帮助商户进行移动电子商务,为商家提供自主销售、灵活促销、用户管理的一站式平台。

此举为公司聚集了大量人气。目前,窝窝商城在140多个城市设有线下团队,拥有近4000万注册用户,并与30万家商户合作。其收入方式也不再像团购那样单一。据悉,窝窝商城目前收入就分为平台使用费、交易分成、增值服务,而且增值服务目前还不包括关键字排名。

今年7月,窝窝推出“网店通”,即为商户开设移动店铺客户端,并与微信、百度直达号等第三方平台打通。目前,窝窝商城正在开发本地商家基于智能手机开店和维护的在线直销系统,实现让商户在手机上管理

自己的网上店铺。徐茂栋憧憬:“未来让本地中小商家可以像大型航空公司一样,通过动态调整机票折扣来出售剩余舱位,灵活、实时促销”。

资本已不是关键

作为生活服务平台,丰富的商家数量和产品品类是必备因素。

目前全国有大约5000万中小商家,窝窝商城下一个目标是300万个商家。要将一个个商家搬到窝窝商城,同样需要窝窝商城与商家逐个去谈,这与团购谈商家似乎没有太大区别。

不过,徐茂栋表示,商户成本长期并不像团购那么高,团购本质是广告,本质是项目,需要去做逐个项目,而商户通常拥有多个产品,同时窝窝商城与商户合同时间为2年,相比之前团购几十天的期限会降低成本。他说:“窝窝3000

人的团队从2012年至今没有变过。”

换句话说,窝窝商城在转型过程中并不像团购时期那般对资金的过度依赖。正因此,徐茂栋也表示,目前窝窝商城没有融资计划,将保持独立发展。不久前,公司获得原始股东5000万美元追加投资,不排除未来公司会独立上市可能。

事实上,目前也是生活服务电商快速发展阶段,先期排名靠前的团购网站均已向生活服务电商转型,并得到BAT(百度、阿里巴巴和腾讯)垂青。目前,美团投入阿里怀抱,糯米已归百度门下,大众点评联姻腾讯,唯独窝窝商城仍保持独立。

目前窝窝模式升级,移动端业务与各大电商平台都有合作。徐茂栋指出,生活服务电商是一个巨量市场,目前处于共同做大阶段,欢迎更多探索。

互联新视界

智慧交通想象空间远未见顶

□ 本报记者 徐金忠

人们兜售着自己对智慧交通的想象,而资本则不缺“尝鲜的胆量”,对很多项目跃跃欲试。行业或将在不断想象和不断追逐想象过程中获得快速发展。

行业的想象

“这个行业想象空间太大,说到智慧交通你能想到哪些东西?”一家车联网手机应用开发公司负责人这样提问坐在台下听自己介绍产品的观众。随后他用4页密密麻麻写满文字的PPT介绍智慧交通相关领域,并强调“这些只是产业链中的一部分”。此次他带着自己团队开发的产品来到论坛,希望获得投资。当然台下也有不看好的声音,认为智慧交通核心不在于一个手机应用,智慧交通现在仍是想象多于实际等。

但想象的打开或许就是行业发展加速的“苗头”,不论这种想象来自于智慧交通的哪个领域,包括车联网技术、手机应用、智能驾驶、智能交

通监测等,智慧交通很多技术和应用已“触手可及”,更多则留待我们去“伸手摘星”,产业想象空间远未见顶。

2014年12月26日,交通运输部召开电视电话会议,宣布全国14个省市高速公路电子不停车收费(ETC)联网正式开通,并提出推进2015年基本实现全国ETC联网总目标。智慧交通一个实际应用落地。在2014年举办的第十六届中国国际工业博览会上,上汽集团展示了前瞻科技“智能驾驶”:只需要一个APP软件,加上一套集GPS、车身传感器等于一体的设备,就能实现“智能驾驶”功能。这满足了郭小姐自动泊车的期许。

上海市经信委主任李耀新在一次公开讲话中重点介绍的智能路灯系统,显示上海在智慧交通领域的大胆想象。李耀新称,上海100万盏城市路灯将更换为智慧终端,把微机站、视频探头、多媒体发布屏、信息交互屏及充电桩等职能放在一起做市场

化替换。路灯变成一个载体和资源,形成一个电视屏、电脑屏、手机屏之外的第四个屏,就是道路屏。道路屏产生以后,将连点成线、连线成面,成为城市信息化的物理载体,在这一载体上还可以集成商圈信息、支付功能等。在上海,智慧交通有望成为实现智慧社区、智慧园区、智慧村庄等的一个绝佳途径。

资本的追逐

行业的想象打开,资本已在行业可见的发展和可能的未来之间“追逐”。生化药业全资子公司南宁市智诚合讯信息技术有限公司在2014年11月~12月间密集签署了《江苏省沛县智慧开发区项目战略合作协议》、《芜湖智慧城市项目合作协议》、《关于韶山智慧城市项目战略合作协议》、《关于新洲区智慧城市项目战略合作框架协议》、《鹤壁智慧城市项目合作协议》、《湖南省智慧城市项目战略合作协议》等合作协议,将智慧交通、智能管网、智慧社区等

时髦概念尽收囊中。

千方科技则在2014年9月发布公告称,公司与国家开发银行北京分行达成新型战略合作伙伴关系,自2014年至2019年期间,双方在各类金融产品上的合作融资总量为30亿元。双方有意针对综合智能交通投融资、建设及运营,车联网投融资、建设及运营,境外相关投融资业务等领域开展合作。

易华录在2014年2月中标“长春市两横三纵快速路智能交通系统设计施工一体化项目”。项目总投资额4.05亿元,招标范围涵盖车辆监测记录系统、视频监控系统、集成平台软件及系统等。银江股份则明确提出,随着智慧交通行业日趋成熟,将不断把新技术融入到主营核心业务领域之中,构建先进智慧的交通支撑体系。

业内人士认为,目前上市公司在智慧交通领域的投资布局还只是资本流入的一小部分,“还有以风投、创投等形式进入的资金,其他形式的实业资本对这个行业的投资也很可观,这反映市场对这一行业发展抱有较高预期”。