

□ 网络消费

## 网上拍卖靠谱吗?

□ 丁宁

随着网络购物的全面普及,网上拍卖也开始在电商平台上层出不穷。那么,网上拍卖靠谱吗?拍卖时需要注意哪些问题?

### 事先了解卖家心态

首先需要特别说明的是,网上拍卖并非都是“捡便宜”的好去处。要想在网上“拍”到物美价廉的商品,最重要的就是事先了解卖家的心态。就目前来看,网上拍卖的卖家心态主要有两种:第一种拍卖就是纯粹的赔钱促销,卖家秉承着一种赔本赚吆喝的心态。且这种活动通常比较少见,消费者需仔细研究拍卖规则,才能分辨出来。举例来说,一款价值几千元的液晶电视,如果拍卖时间只有1分钟,且每次加价幅度只有1元钱。那么即便是有很多网友同时参加拍卖活动,也很难在1分钟之内拍出千元以上的成交价,所以这样的拍卖活动摆明就是赔本赚吆喝,肯定会获得不少网友的积极响应。

第二种拍卖则是商家追求利益最大化的促销活动。这种促销活动即便是清理库存,卖家也只愿承受微乎其微的亏本幅度。所以同样可以通过研究拍卖规则,比较清晰地分辨出来。举例来说,同样是一款价值几千元的液晶电视,如果拍卖时间长达24小时,且每次加价幅度不限。那么只要是有很多网友同时参加拍卖活动,最终成交价就会十分接近于商品的常规售价。少数标价虚高的商品,甚至可以通过这种拍卖方式获得不应有的暴利,所以消费者一定要仔细甄别才行。

### 拍卖规则需仔细研究

从拍卖规则来看,网上拍卖还分为明拍和暗拍两种。前者透彻,但需要手速,后者则是撞大运。明拍顾名思义,每一位参加拍卖的网友,都能看到其他网友的实时出价,且在最终活动时间内“价高者得”。消费者在参加此类网上拍卖前,一定要事先了解商品的真实价值,并确定好自己所能承受的最高价。这样以来,便可在明拍活动中无往不利,从而获得令人满意的拍卖结果。

反观暗拍活动,则是每一位参加拍卖的网友,都看不到其他网友的实时出价,并在最终活动时间内同样是“价高者得”。这样的拍卖活动,通常都是撞大运,偶尔甚至可以用极低价格拍到高价商品。但这种活动也非常容易让卖家暗中操控,所以同样要事先确定好自己所能承受的最高价,从而获得令人满意的拍卖结果。

### 返修商品也能拍卖

除新品拍卖之外,返修商品其实也已在电商平台开始拍卖。以京东商城的“夺宝岛”为例,其实现在很多电商都开始效仿的特色专区。该专区最大的特色,就是把“二手商品”进行拍卖,并可开具发票正常保修。而所谓的二手商品,则包含三大类:第一类,就是未使用过的商品,但却因客户误购未拆封退货,或拍照失真、商品外包装破损留存仓库未销售等情况。所以仅仅是原装封条打开,有可能试过机,但使用次数很少,功能和外观成色与新品品质基本相同。第二类,则是使用过的商品,是那些使用过一段时间,产品功能完好,产品外观可能有少许瑕疵,比如轻微划伤或磨损。第三类,则是维修过的商品。产品曾经有质量问题,经过授权维修商维修,产品功能正常,产品外观可能有少许瑕疵。而无论是哪类商品,夺宝岛专区都会进行详细描述,并写清楚是几成新及配件是否齐全。再加上夺宝岛专区的大部分商品都是九成新或全新,所以参加拍卖经常会抢到物美价廉的商品。

在这里需要特别说明的是,返修商品拍卖最重要的就是发票和保修问题。消费者在拍下之前,一定要按照电商提供的返修描述来致电生产厂商,以确定是否真的能获得原厂保修,之后再参加拍卖也不迟。除此之外,参加返修商品拍卖时,一定要选择京东自营这样的传统电商,而不是天猫或淘宝这种以第三方卖家加盟为主的非传统电商。否则,一旦消费者拍下的返修商品存在暗病,就很难获得正常保修服务。举例来说,一款返修的智能手机,就很可能存在消费者很难察觉的各种暗病。一旦天猫或淘宝卖家没有提供发票或提供假发票,那么在10天收货期再加上15天投诉期过后,天猫或淘宝官方便不再介入纠纷,也就很难获得令人满意的结果。因此,如果消费者要在天猫或淘宝上拍卖返修商品,那么最好让卖家把收货期从常规的10天延长至30天甚至更久。这样一来,消费者便有更充裕时间发现商品究竟是否存在暗病。尤其是智能手机这种天天使用的商品,则更容易发现暗病。

### 司法拍卖要去淘宝

除常规商品拍卖之外,司法拍卖也开始逐渐在网上普及。所谓司法拍卖,是指人民法院将查封、扣押、冻结的被执行人财产,在被执行人逾期不履行义务时,依法以公开竞价的方式卖与出价最高的竞买人,并用所得金额清偿债务的执行行为,是人民法院执行中的一种强制处分措施。而就目前来看,与司法拍卖合作最好的莫过于淘宝。网友只需登陆sft.taobao.com,即可看到最新的司法拍卖标的物(以车辆和住宅为主)。

根据淘宝官方说法,参与司法拍卖首先需要缴纳保证金。如果是个人用户,需查看看自己银行卡是否有5万元这样的限额。而如果是企业用户,则仅支持工行、建行、农行、中行、招行、浦发的公司账户网银付款。如果没有这六家银行企业网银,则需使用个人账户进行充值。更为重要的是,司法拍卖是具有法律严肃性的,不同于商业拍卖。竞拍成功后买家的保证金会转移到法院的支付宝账户中,如果竞拍到商品没有付余款的话,法院可以裁定重新拍卖。重新拍卖时,买家将不得参加竞买。重新拍卖的价款低于原拍卖价款造成的差价、费用损失,由买家承担。法院可以直接从买家预交的保证金中扣除。扣除后保证金剩余的,会退还给买家;保证金数额不足的,则可以责令补交,拒不补交的,法院将强制执行。

□ e流行

# 生物充电器挑战电池续航瓶颈

□ 本报记者 王荣

智能手机电量不足、低能量是影响智能设备使用的“痛点”。目前众厂商的研发团队正极力在电池和续航能力上寻求突破,以满足强烈的市场需求。

据国外媒体报道,目前,智利几位工程师最新研制一种生物充电器“E-Kaia”,只需将手机、平板电脑等设备充电线插入室内植物土壤中便能充电,产品有望于今年年底实现销售。

处于实验室的生物充电器距离产业化或许还需时日,但这反映出,前言技术对发现新材料解决电池续航能力的态度。伴随技术进步,电池续航能力或许将不再是痛点。

### 花样翻新的生物充电器

根据媒体报告,E-Kaia从植物土壤中获取能量,再转换成为电能

传输至手机等设备。E-Kaia的工作原理是植物在进行光合作用过程中会制造有机物质促进其生长,它将转换光能成为化学能。在植物根茎周围,微生物会分解这些有机物质产生能量促使植物生长,但会有一些电流作为副产物释放出来。阳光进入植物叶绿体,水分解为氧气、质子和电子。生物充电器的特征是一个电极捕获电子,再将它们以电流形式传输至用电设备。

一株植物生物充电器可输出电压为5伏,输出电流为600毫安,可以对智能手机充电1个半小时,也可以对台灯等设备充电。据悉,这支设计团队已得到智利经济发展局的资金支持。

对于生物充电器的探索并非仅有智利。去年8月,美国化学学会推出一个贴在身上的生物电池,通过人体排汗来获取能量。这种生物电池的能量来自乳酸,而乳酸存在于人剧烈活动后的汗水中。这一技术



CFP图片

不久就能用于心脏监护器、电子表,甚至是智能手机。

美国化学学会报告表示:“这是第一个利用汗水的装置,现在能量还不够高,只有4微瓦,我们正在进行提升,以便能驱动小的电子装置。”

另在去年年初,英国《每日邮报》报道称,英国布里斯托尔市的一家机器人研究所在梅琳达和比尔·盖茨基金会资助下,成功实现用人类尿液培养微生物燃料电池来为手机充电。

目前,智能手机电量不足、低能量状态已影响正常的使用体验。如果哪一款生物充电器真的能研制成功,以后外出就不用担心手机续航问题。

### 难破电池技术瓶颈

值得注意的是,生物充电器技术还在研究中,其研发周期与量产使用时间还是未知数。事实上,业内一直在探索电池续航能力的解决之道。最早手机多使用的是镍镉电池,镍镉电池有着严重的记忆效应,每次必须完全放电后才能对其进行充

电,否则电池就会进行记忆缩短使用时间。且镉元素有毒,镍镉电池在长时间通话后还会发热变形。

此后,镍氢电池开始用在手机中使用。相比镍镉电池其更轻、更薄、不再有毒,且能量密度也有所增大,同时电池记忆效应大大减小(仍需20次完全充放电),不过发热变形问题依然存在。

锂离子电池的使用是手机电池革命的里程碑。其重量很轻,与镍氢电池相比能量密度提升30%,不再有记忆效应。

目前,智能手机电量不足、低能量状态已影响正常的使用体验。如果哪一款生物充电器真的能研制成功,以后外出就不用担心手机续航问题。

近日,有消息称,三星研发人员采用硅作电池阳极(可提供比普通电池更大的容量),并覆盖石墨烯层来提高电池密度和寿命。在实验中,此电池能量密度是日常所使用电池的1.5到1.8倍。一般情况下,智能手机续航时间不足12小时,升级版电池可以为智能手机提供21小时续航

时间。所以,正常情况下,手机差不多可以使用两天。

不过,从目前研发进度上,三星想要在Galaxy S7(或其他设备)上使用这款升级版电池还是不太现实的。对于这样一个实验项目,三星方面还需数年时间才能将其投产。不过,之后却无后续。

分析人士指出,手机电池短期内基本没有革命性突破的可能,目前的技术无非是对现有各种电极材料进行改性,开发出一种新材料并达到产业化非常困难,短期不可能实现。

### 尝试应用微调

虽近期内手机电池容量和续航时间难以得到质的飞越,但各厂商便通过软件优化及相应新技术就能“曲线救国”。

无线充电技术目前较为火爆,由供电设备(充电器)将能量传递至用电装置,该装置使用接收到的能量对电池充电,达到为手机充电的效果。

OPPO通过技术使其产品充电

功率更高,电量转化率达到95%。最快充电速度比一般手机充电技术快4倍以上。值得一提的是,其30分钟就能为一款3000mAh电池充满到75%的电量。

无独有偶,联发科公布了内置PMIC电源管理集成电路中的一项快速充电技术。另有厂家尝试MaxCharge技术的全集成5A单节锂离子(Li-ion)电池充电器电路。与现有电池充电器相比,这款器件将充电时间减少一半以上,最高可将充电时间减少60%,这让用户可以实现快速充电的同时又不会受到发热过量的困扰。

手机厂商也会根据自身产品特点进行相应优化。不过,基本上还是从降低屏幕亮度、关闭WiFi及蜂窝网络、降低处理器主频等方面来进行,更有一些极端方式让其只保留通话功能来延长续航。

谷歌在最新发布的Android M系统依旧侧重电池续航优化(主要是降低Google Play、屏幕唤醒等的功耗)。为了能进一步增加续航时间,其还在Android M中引入一个名为“Doze”(打盹)的新功能,以延长续航时间。所谓Doze功能,就是通过动作检测用户是否在使用手机,当手机被闲置时自动进入低功耗模式。而当用户再次拿起手机时,自动恢复到正常使用模式。据外媒测试,使用Doze后,在相同条件下待机时间是之前的2.7倍。

许多开发者推出的省电APP软件,如省电大师、金山电池医生、点心省电、360省电王等,一些不过其原理大都相同,功能也相似,相比手机自带的省电模式,用户可控制的选项更多,观看数据更为直观,还有一些像夜间省电(在用户睡觉时间的省电模式)、可直接关闭统计数据耗电大的软件的小功能,也是机身自带省电模式所不具备的。

□ 动向

## 互联网企业联手打造本地智慧商圈

□ 本报记者 马爽

日前,钱方、微信支付和分众专享一同发布战略合作计划,加速实现移动互联网时代线上与线下的自然转换。三方各自代表商户、支付平台、消费者网络,结合各自所长,致力连接商家与消费者,构建智慧商圈。

此次发布会,微信支付连同钱方,与分众专享发表战略合作共识。以钱方作为线下商户源,向其全国50万线下商户开通微信支付功能。

同时,在“分众专享”及“好近”平台上推出本地商户特卖,覆盖1500万消费人群,并发放1亿元现金红包及数亿元优惠券,以加速推进智慧化商圈进程。这将会是微信支付自2013年推出以来,跨媒介合作实现地理位置O2O消费闭环的重要尝试。

钱方CEO李英豪表示:“微信支付解决商户在团购方面的被动,商户可以向更精准的群体推送消息,而我们的战略是让商户和消费者实现双向沟通,让资源充分被利用。”

此外,分众传媒COO涂雅芳也表示:“智慧商圈思维下的本地特卖,是一个消费者和商家共同推动的消费模式,

钱方、分众专享通过微信支付的平台让商户做更精准有效的营销,让消费者更轻松地获取周边优惠。”

这场战略合作促成了附近特卖信息

在“分众专享”上的沉淀,以及“好近”

平台的成立。通过微信支付这个平台,建

立智慧商圈生态,而通过“好近”则承载连接附近消费者和商户的社区,实现“社交即交易”的互联网+智慧商圈模式,重新连接人与人、人与店家、人与商品的关系。

一些重地理位置且普遍性高的话题诸如“中午吃什么?”、“初来乍到,附近靠谱的理发店是哪一家?”虽都能被快速解答,但每个答案的关联度,甚至是性价比往往不尽如人意。“好近”提供一个社交的平台,让弱关系强连接的“附近人”,在讨论的过程中完成决策,实现购买。商户则可以根据附近热点话题,重组优惠信息,充分利用闲置资源,在平台上向附近的消费者提供特卖服务。

目前正在望京试点的“好近”,培养了第一批智慧商圈的进驻者,让附近3公里的人根据特定场景进行讨论,与附近人及本地商家互动,同时可以获取本地商家提供的定制优惠。李英豪表示,“好近”建立在战略合作的基础,延伸商户与消费者在交易以外的互动,未来6个月将在全国数百个商圈试点,希望在未来一年内覆盖全国一亿消费者。

目前正在望京试点的“好近”,培养了第一批智慧商圈的进驻者,让附近3公里的人根据特定场景进行讨论,与附近人及本地商家互动,同时可以获取本地商家提供的定制优惠。李英豪表示,“好近”建立在战略合作的基础,延伸商户与消费者在交易以外的互动,未来6个月将在全国数百个商圈试点,希望在未来一年内覆盖全国一亿消费者。

ZUK的目标群体是手机重度用户。此外,常程还透露,ZUK首款型号Z1手机从重度用户需求出发的几大亮点,以及其中体现的“不因性能牺牲外观、不因整体牺牲

细节”的执著理念。

有分析人士称,未来手机产品需更多软硬结合,既要有软件上的“Touch”能力,也要有硬件支持。否则,就无法实现轻触和左右滑动。从这一点上看,ZUK和魅族都位居行业领先地位。

目前,随着ZUK手机相关信息的逐渐披露,已可以大致看到ZUK产品设计方向——简单。常程表示,ZUK就是希望通过以减法思路在界面布局及交互逻辑方面进行创新,简化不必要的交互,最大程度地简化安卓系统的操作逻辑。

此外,他说,将指纹识别解锁、轻触返回上一界面等五项功能合为一体的创意,可以缩短用户在操作时手指的路径,并打破大屏和单手操作之间的障碍,为安卓系统下一步发展提供全新思路。

□ 新视界

## 百度O2O凭什么亮剑

□ 王亚奇

“3年先拿200亿元吧。”日前,在位于百度总部旁的中关村软件园内,李彦宏为百度糯米发布会站台的一席话,给持续升温的O2O市场又添了一把火。

从收购百度糯米、投资Uber、51、入股星美影城再到追资糯米等,百度的一系列投资并购似乎都在透露着一个信息。过去,“连接人与信息”的百度有决心、有技术、也有资金要在移动互联网时代“连接人与服务”布局O2O生态。

正如糯米所处的并不是一个新市场一样,严格来说,百度O2O战略布局也并不是近几年才开始的。早在2003年底,百度就在无意中构建了一个O2O平台——百度贴吧。

百度贴吧的创意来源于百度首席执行官李彦宏。但当时并没有O2O概念,是基于关键词的主题交流社区平台,让那些对同一个话题

感兴趣的人们聚集在一起,方便交流和互相帮助。

之所以说百度贴吧承载一部分O2O的性质在于,在百度贴吧,很多用户可以跟商家发出信息完成交易。举例来说,人们想在百度贴吧上买电影票,通过线上沟通达成交易后,线下去拿票看电影;或者我们通过线上发起一个同城活动,大家在线下聚集到一起。这些都属于典型的O2O性质。

尽管早期百度还没想过O2O能成为风口上的领域,在后来的战略布局上也不如阿里、腾讯显得积极主动,但事实上,百度在O2O布局上有着自己的战略打法。

不求面面俱到的百度,在投资并购上向来出手谨慎,对于看准的一定会大手笔全资收购拿下绝对控制权,如51无线、百度糯米、PPS等,然后以整个百度资源全力推进。这种形式更像以一个百度孵化另一个行业的百度。

此外,百度布局O2O初期就把地图作为核心入口和平台。而围绕出行行业,百度对Uber、51、天天用车投资后,也已将其接入百度地图系统。

总的来说,在自有产品及几次收购完成后,百度拥有百度地图(出行)、百度糯米(生活服务)、百度旗下如安卓市场、91、百度应用助手三大安卓类市场(移动互联网应用分发、流量平台)、百度直达号(为传统行业提供吸引新用户、维系老用户的便捷渠道,为消费者画像,通过贴标签帮助加入直达号企业进行个性化营销推广)及百度钱包等几大杀手级产品,O2O平台优势愈显。

以O2O投资布局广度来看,百度相比阿里、腾讯有点火慢炖的意思。但在品途网看来,相比腾讯在用户层面的优势,阿里在电商交易层面的优势,百度在企业级客户层面的优势非常明显。

从去年9月到今年7月,百度直达号入驻海底捞、望湘园、万科、云

家政、顺丰速运、福奈特、平安车险等各行各业的70万商户。因此,对于百度来说,对接传统生活服务行业来布局O2O生态战略并非难事。

这两天关于百度糯米追资200亿元,“会员+”战略逆袭O2O的言论不绝于耳。百度“会员+”战略是指百度糯米将联合商户,打通百度糯米会员体系与商户CRM管理系统,利用大数据和用户行为数据,为商家管理和营销提供精准决策依据,不断提高客户留存率和消费频次。同时建立百度糯米VIP机制,为商家多入口、多场景导流新用户,并提升糯米平台的整体用户黏性。

从目前已知信息来看,百度糯米今年主要在餐饮、电影两个重点品类试水“会员+”战略。事实上,在得到资金之前,百度糯米已悄然承担起百度转型的重任。电影方面,百度通过五一观影节、Angelababy助阵“看电影来手机百

度观影选座公益活动等各种造节营销制造话题。而日前,百度刚刚参与4.5亿港元入股星美影城,购入星美控股6亿股新股。

反观餐饮,尽管百度糯米也通过“请粉丝吃国宴”、“助力传统餐饮转型”等活动连接用户和商家。但到目前为止,并没有大手笔对餐饮企业实施投资并购。对于寄希望于电影票和餐饮撕开本地生活服务口子的百度来说,下一步投资并购哪家企业显得顺理成章。