

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.这样一来,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,其实就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由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,如果消费者非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sf.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款余款的话,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

□ 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积极态度。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。这种生物电池的能源来自乳酸,而乳酸存在于人剧烈活动后的汗水中。这一技术

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。

经过两年春节红包大战,微信支付成功走进消费者的生活。通过第三方合作,微信支付在30个行业都开拓了支付场景。微信支付副总经理耿志军表示:“与钱方的合作不仅仅是看重线下独立商圈的影响力,还有其致力于连动线

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內,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“连接人和信息”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战略布局也并非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,通过线上沟通达成协议后,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91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人口和平台。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、腾讯有点文火慢炖的意思。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“看电影来手机百度约一票”、王思聪现身手机百

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电池充到75%的电量。

无独有偶,联发科公布了内置于PMIC电源管理集成电路中的一项快速充电技术。另有厂家尝过MaxCharge技术的全集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 will 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。

未来手机产品需更多软硬结合

□ 本报记者 刘畅

细节”的执著理念。

在6月29日手机品牌ZUK的媒体沟通会上,ZUK手机首席执行官(CEO)常程正式发布该手机的操作系统ZUI,并透露公司将于今年下半年发布被命名为Z1手机部分抓人眼球的卖点。

在竞争日益激烈的智能手机市场中,ZUK正在卷入一场与小米、华为等互联网手机厂商厮杀的战役中。业内人士指出,未来手机产品需有更多软硬结合,安卓手机需更多革新,注重产品研发、专注创新及看重用户需求的企业有望占据行业高地。

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

机产品需有更多软硬结合,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,更加合理地组织功能与内容的层次,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。

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6亿股新股份。

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百度来说,下一步投资并购啃啃啃、煌上煌、新辣道等知名餐企或互联网餐企显得顺理成章。

可以预见,此次百度糯米的200亿资金将在补贴糯米、投资扶持嫡系项目方面发挥重要作用,以使“会员+”战略真正实施落地。

从去年开始,O2O产业链已逐步形成“入口+服务+支付”框架。如今,阿里有“口碑”,百度推“糯米”,加上坐拥大众点评股份的腾讯,此时回想起美团王兴的“2015年是O2O决战年”似乎又多了一层理解。但无论如何,巨头决战对于用户和商家来说,最好的消息是:“这个美好的夏天可能从占便宜开始。”(文章作者为品途网研究员)