

2013电商第一战隔空开打

易迅:比价京东,“贵就赔” 京东:压力很大,求你别玩了

记者 张丽华

“生命不息,折腾不止”,这句话用在电商身上再合适不过。2013年伊始,易迅网、京东商城开始隔空叫板!

京东“警告”易迅:别玩“贵就赔”了!

近日,京东商城的运营方北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司向上海易迅电子商务发展有限公司发出了一份警告函。京东在警告函中指出,易迅网以京东商城网站商品价格为对照,向客户开展“贵就赔”活动,“该活动违反了《反不正当竞争法》及相关法律法规规定,严重违背了公认的商业道德准则,侵害了我司合法权益”。

京东要求易迅网立即停止开展“贵就赔”活动,删除相关页面,在易迅网首页向京东赔礼道歉,否则,京东将采取进一步法律行动,“我司已采取相应的证据保全措施,望贵司权衡利弊得失,尽速纠正违法行为。我司保留追究贵司法律责任的一切权利”。

据了解,“贵就赔”是易迅网去年底推出的一项服务,承诺只要消费者在易迅网购买的商品比京东商城同款的售价贵,就将差价退还给消费者。易迅网CEO卜广齐曾表示,“贵就赔”服

务将作为一个长期的竞争策略。

此次,面对京东的“警告”,易迅网的态度也相当坚定,表示推出“贵就赔”服务的初衷是透明商品价格,阳光化商业竞争,此做法完全符合消费者利益及相关法律法规规定,“为了维护消费者的网购权益,我们将坚持执行和推广‘贵就赔’的服务,请广大消费者进行监督!”

“贵就赔”违法吗? 其实京东自己也玩过!

“贵就赔”活动真的违反了《反不正当竞争法》?此前已有媒体咨询过知名IT法律专家赵占领,他表示易迅的这一行为属于对比广告,根据法律相关规定,其违法与否取决于广告内容是否属实。易迅表示“在易迅网购买的商品比京东商城同款的售价贵,就将差价退还给消费者”,就有两个考核条件:其一,易迅能否做到真正把差价退还给消费者;其二,易迅的低价是否低于成本价。若这两个条件中任一条无法做到,均属于违法行为。

其实,类似“贵就赔”的宣传方式,鼻祖正是京东商城自身。去年“8·15价格大战”期间,京东商城CEO刘强东就在微博宣布,京东商城所有大家电将在未来三年内保持零毛利,并“保证比

国美、苏宁连锁店便宜至少10%以上”。当时,面对“不正当竞争”质疑,刘强东在京东媒体沟通会上回应,称价格战到现在为止没有低于进货价,属于法律允许的范围,并高调宣称“京东手里现金87亿人民币。只要钱没烧光,价格战就不会结束。”

面对“价格战” 京东为何拿“法律”说事?

爱打“价格战”的京东,这次打起了“反价格战”,着实叫人意外。

不过,刘强东在2012年发给高层的邮件中,明确要求京东2013年盈利止亏,并且适度收缩。在去年“8·15价格大战”时,刘强东也曾明确表示,“这是京东商城最后一场恶战!”

而近几个月易迅网的“步步紧逼”,无疑让京东感到了“压力”。去年11月期间,易迅网推出“飓风行动”并开展针对京东商城的“贵就赔”比价服务后,流量、订单、销售额等历史最高纪录不断被刷新,11月7日当天突破了单日订单10万单的历史峰值。据易迅网高级运营总监潘彪给出的一组数据显示,在易迅网的大本营华东地区,易迅继续保持了3C品类第一的地位。在以深圳为中心的华南区,易迅网的日均订单也首次突破了两万



易迅快”的口号,推出“一日三送”服务。随着易迅网在北京的落地,易迅已经在北京、上海、深圳、武汉、重庆、西安建设了六大仓储物流中心,2013年还将完成长春、成都仓储物流中心和南京、宁波、济南、福州、南宁五大配送中心的建设。在2013年将冲击150亿—200亿的销售目标。

近日,易迅又击败京东,抢得HTC旗舰智能手机蝴蝶机全网首发权。背靠腾讯这棵大树的易迅网俨然一副“初生牛犊不怕虎”的样子,搞得京东不得不拿“法律”说事。

不过,记者从易迅网得到的最新消息显示,易迅不仅不会撤下“贵就赔”服务,还将在近期对“贵就赔”进行升级,将“价格保护”纳入其中。这意味着,未来,不仅在易迅网购买的商品比京东商城售价贵将获得差额赔付,而且在一定期限内易迅自己售卖的商品如果出现价格下调,此前购买该商品的消费者也将获得差额赔付。

五千单,继续保持了对京东的压迫。另外,以武汉为中心的华中地区、以重庆为中心的西南地区、以西安为中心的西北地区,易迅网订单都保持了3-5倍不等的增幅,其中新用户占比超过了60%以上。

去年12月,易迅网又深入京东商城腹地,在北京主要的地铁、公交线路和各大换乘点,打出了“在北京,谁比

小米盒子牌照落地

杭城成为首批试销城市

记者 郭培

昨天,小米与CNTV旗下未来电视宣布双方未来三年将在互联网电视领域进行战略合作。通过此次合作小米盒子将接入CNTV播控平台,待行业主管部门正式批复后,小米盒子将在上海、杭州和长沙试销。

据介绍,小米盒子将接入未来电视运营的中国互联网电视集成播控平台,包括节目集成与播控、EPC管理系统、客户端管理系统、用户管理系统、计费认证系统等全部由未来电视进行管理,小米盒子将通过这一平台向用户提供服务。

小米盒子是小米网推出的高清互联网电视机顶盒,迄今为止小米手机最发烧的配件,有了小米盒子,你可以在线观看超过数千部正版授权的电影、电视剧、综艺、动漫和纪录片。然而小米盒子的发展却是一波三折。

小米于2012年11月正式对外发布旗下新品小米盒子。不过一周后,小米盒子就宣布因为“系统维护”,暂停视频内容服务。业内人士透露,小米盒子暂停只因为牌照问题。

根据国家广电总局于2011年颁发的《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》(业内称181号文)专门规定,机顶盒产品只能跟有互联网电视牌照的内容网站合作,机顶盒“不能将公共互联网上的内容直接提供给用户”。

未来电视是CNTV旗下从事互联网电视业务运营的子公司,于2011年12月2日注册成立,据称已覆盖近千万用户。未来电视此前已与TCL、海信、康佳、LG、华录、乐视等达成合作关系。未来电视与小米表示,小米盒子还将进一步优化完善。



记者 张丽华

“我自以为已走到了生命的尽头,反而异常平静,因为害怕是多余的。你可能会在鲜花丛中散步,在绿湖中游泳,总之,你会得到平静和美丽。”如果全身只有眼球还能转动,你能干什么?今年57岁的“渐冻人”汪建华给出了“完美”答案——我还能写书!

1月25日,杭州武警医院举办了一场特殊的新书发布会,“渐冻人”汪建华励志作品《把心捂热》数字版全媒体首发仪式在该院康复中心举行。2005年,汪建华患上了运动神经元病,逐渐丧失了所有运动功能,就连呼吸、进食都只能依赖机器。在旁人眼里,汪建华的生活很“绝望”,但他却凭借拼音板,依靠全身唯一能动的眼球,在妻子、女儿、志愿者的配合帮助下,用3年时间“写”下了4万多字。“与病友共勉!”首发仪式现场,汪建华用

他特殊的方式告诉记者《把心捂热》的出版意义。普通人只需几秒钟就能说出的五个字,汪建华用眼球“表达”却用了五六分钟,让在场的人都为之动容。

汪建华的事迹感动了每一个知晓的人,也感动了天翼阅读。以往的新书首发仪式都和名家有关,余华、毕淑敏、麦家、雾满拦江、南派三叔……这次却是为了一个陌生的名字“汪建华”。

目前,读者可以在天翼阅读平台上找到这本励志作品(<http://wapread.189.cn/goBookInfo.action?bookId=100000215685437&qdid=12001066>),该书的有声版本也同期上线。

同时,天翼阅读还特别通过微博、微信为汪建华征集爱心祝福,向全社会展示汪建华追逐梦想、不放弃的励志“正能量”。天翼阅读表示,今后将会继续支持汪建华以及那些勇于实现人生之梦的人,并将此次《把心捂热》电子版所产生的收益悉数捐赠用于慈善事业。

用眼睛“写”下生命传奇 “渐冻人”汪建华励志作品天翼阅读首发

我省首个云计算产业园——华通云数据中心启用

记者 张丽华

1月23日,华通云数据中心启用暨云平台发布会在杭州云计算产业园华通(转塘)云数据中心现场正式召开。

据悉,华通云数据中心是浙江省内第一个云计算产业园,在全省全面形成了大规模面向社会、企业、家庭和个人云服务、云应用的布局和能力。数据中心由现已运行的杭州古荡、杭州转塘、上海金桥、浙江金华数据机房,以及后续将建设的杭州白马湖、杭州千岛湖、北京、广州等地T3至T4级别高规格数据

机房,通过各数据机房之间高安全、高可靠、高带宽互联,形成联接北京、上海、广州三大中国互联网络核心节点的“云数据中心集群”。业务覆盖范围囊括:金融、教育、医疗、能源、互联网等行业。

同时,为推进“云计算”产业的全面发展,华数集团、阿里云、网新科技等知名企业强强联合,组成“云应用发展的联合体”,以华数集团网络和云计算基础设施资源,阿里云云计算平台,以及网新科技软件技术优势,在“云网络、云资源、云技术、云平台、云应用”等方面发挥各自优势,打造全资源、全方位的云应用综合服务体。



最高21M极速网络“征服”网虫

杭城市民网上热晒联通“随意流量王”

记者 郭培

“终于收到随意流量王体验卡包啦!正愁过年回家上网省内漫游的事呢,这个卡来得真是时候。”昨天下午,市民丁先生在收到随意流量王体验包后兴奋地在微博里说道。

1月17日,联通启动了“随意流量王”万人免费大体验活动。市民们可通过参加联通官网(www.10010.com)促销活动或参加报纸、电台举办的相关活动申请,有机会获得价值100元的“随意流量王”新春体验卡包。活动启动一个多礼拜已经发放了上千张卡,不少市民一收到卡就迫不及待在网上晒出心得。

极速网络“征服”杭城市民

“以前在手机上上网看电视,总是要缓冲个半天,而且播放过程中还老是延迟,没想到联通3G网络上网速率能够这么快。”杭州的黄小姐是通过联通官网申请到的体验包的,她随手打开一个在线视频网站,一点击节目列表,正在播放的电视节目立即打开,没有任何缓冲,无论是声音还是画面都很连贯,和家里看电视没什么差别。

据悉,2011年杭州联通完成了杭城WCDMA网络HSPA+功能的升级工作,3G网速大提升,最

高速率可达21M。“咱用手机卡套餐,无非是要网速快、流量大,而且不随便超,打电话不用钱。流量王套餐正好符合了这些要求。”黄小姐满意地说。

“随意流量王”是杭州联通推出的一款全新产品。可以任选20元或30元这两种月费套餐,套餐内包含最多1.7G的3G上网流量,用户在省内拨打浙江联通的手机和固话全免费,省内接听电话也全免费。

“随意流量王”万人大体验火遍杭城

上周末,市民们可在杭城多处寻觅到“随意流量王”万人大体验活动的足迹。上周五“随意流量王”祝福街拍”活动来到在庆春银泰商场,参与活动的读者,用工作人员准备的祝福街拍框作为背景,拍下对家人的新年祝福视频,并用手机发送现场照片到新浪微博#随意流量王祝福街拍#话题,就能免费获赠一份“随意流量王”新春体验卡包。周日,此活动则移师到位于西湖文化广场的银泰文化广场折扣店中庭进行,活动所到之处均

挤满了熙熙攘攘的市民,共有上千人参与,活动现场就送出了200多张体验卡。

联通公司友情提醒,成功申领到“随意流量王”进行体验的用户还有更大惊喜:如在春节期间通过手机拍摄相关趣味视频(春运困途、亲朋团聚、个性STYLE、快乐童年、民俗活动、浪漫情侣、新春贺岁……),并在春节后上传到快豹视频(www.dskb.cn),活动结束后,点击量最高的体验卡用户,即可获得杭州联通提供的iPhone5一台。



【业界在线】

看病付费不用排队 市民卡智慧医疗功能在市8家医院上线

看一个病,排几次队,真是让人痛苦不堪。现在这个问题在杭州市级8家医院得到了改善,只要在你的市民卡上开通市民卡“智慧医疗”结算功能,医生开处方和检查的时候,就能在你的医保账户和市民卡账户里,分别扣除医保负担部分和自费部分,就直接可以去检查取药了。

1月28日,杭州市级8家医院已全面开通市民卡智慧医疗功能,分别是:市一医院(及下属市肿瘤医院)、市二医院、市三医院、市红十字会、市中医院、市七医院、市西溪医院、市儿童医院。到昨天为止,已有1.5万人在市民卡上开通了这项功能。

只要你有杭州市民卡或者社保卡,你就可以在这些医院现场开通该功能并在市民卡账户充入一定的金额。开通后,在这些医院内使用不需输入密码,医生给你开检查单,处方的时候就完成了付费(医保账户完成医保部分的扣费,市民卡账户完成自费部分扣费),你可以直接去检查科室做检查,直去药房拿药,就不用再去付费窗口排队了。

市民卡公司表示,下一步,在杭州市卫生局的领导下,这项便民措施将面向更广的非杭州市级医保人群。(郭培)

能享节能补贴的 LG“琉璃黑”开始走俏

农历新春佳节将至,家电市场一派热销的景象。近日去各大卖场走访了一圈,发现LG“琉璃黑”电视外形俊美,工艺精湛,并且还有购机优惠,让人十分心动,在众多同类产品备受青睐。不仅产品品质优异,LG“琉璃黑”电视在节能环保领域更是堪称环保标兵,它采用了独具特色的“睿智节能技术”,节能最高可高达60%以上,并且可享购机能效补贴:32英寸机型补贴额为300元,而42英寸机型补贴额更是达到了400元。另外,凡是1月25日后领取LG电子“节能产品惠民工程”节能补贴款的顾客,都有机会获得42英寸液晶电视或者空气净化器,详情可至LG柜台咨询LG促销员。(丁艳)

大众点评移动端 独立用户数破5400万

2012年,随着移动互联网的成熟和普及,人们对吃喝玩乐需求的增长为大众点评的持续发展提供了机遇。截止至2012年第四季度,大众点评月综合浏览量(网站及移动设备)超过14亿,其中移动端浏览量超过60%。截至2012年底,大众点评移动端累计独立用户数超过5400万,同比2011年底增幅超过170%。

除大众点评移动端用户数剧增外,2012年,大众点评两款独立客户端“点评团”、“周边快查”相继诞生,三个产品构成大众点评移动产品集群,覆盖用户在本地生活消费领域的各种需求。其中,融合附近搜索、用户点评、电子优惠券、团购、签到、电子会员卡、预约等产品、功能的大众点评移动端已成为人们城市生活必备的移动应用,“点评团”移动端与“周边快查”移动端,则分别专门针对用户在团购和出行方面的需求,方便用户随时随地购买团购和快速查找周边的生活信息。

此外,智能手机的便利使人们在移动端的团购消费尤为旺盛,而用手机下载电子优惠券,随时随地获取优惠也成为人们日常的消费习惯。据大众点评最新数据显示,2012年大众点评移动端消费较去年同期增长超过20倍。2012年大众点评手机端电子优惠券的浏览量同比去年增幅超过106%。(张丽华)

2013年, 凡客要“伺候”好女性用户

“全年业绩增长50%,其次是争取全年盈利。这意味着,2013对凡客而言,是一场更大的硬仗。”1月27日,在凡客诚品年会上,CEO陈年向全体员工透露了管理层内部讨论的2013年目标。

陈年表示,目前中国传统服装业面临整体滑坡甚至崩溃的局面,却是凡客发力的良机,“我们将以更加开放的胸怀,围绕凡客已经清晰的品牌理念,为用户提供足够时尚、最高性价比的产品,以及最好的服务,尤其首先满足凡客女性用户的需求。”

以男士衬衫起家的凡客诚品,在过去的五年发展历程中,通过丝袜等女性产品品类的扩张,产品逐渐受到女性消费者的关注与喜爱。如今,凡客诚品的女性用户比例已高达70%,远超男性用户。前段时间,一向心直口快的凡客诚品CEO陈年在一次采访当中戏称:“凡客的用户超过70%是女生,我们觉得能伺候好女孩是特别不容易的事情。我们真的希望能够慢慢靠谱,能摸出这些女性消费者的消费习惯以及她们的爱好。但是我们在分析的过程中发现,女性消费者实在太靠谱了,给我们造成巨大的退货也是女性消费者。”陈年这一言论一出立即引发了网友热议。随后,凡客诚品却在其官网重磅推出时尚女装频道,以期笼络网络消费的主要群体——女性消费者。有业界评论人士认为,此前陈年的言论又是一次成功的凡客式营销。

此前凡客一直被诟病时尚度不足,据悉为推出旗下时尚女装,该公司相关负责人在前期策划和市场调研上足足下了工夫,不仅雇佣买手了解时尚流行趋势,还重金聘请设计师改进。据了解,凡客时尚女装最终将目标锁定在年龄在18—28岁的年轻群体,计划每周更新,每次约20款,以保证其时尚女装贴近潮流趋势。(张丽华)