

京东广发英雄帖 电商6月再掀卡位战

证券时报记者 马玲玲

6月本是电商淡季,但在京东广发英雄帖的“挑动”下,各大电商纷纷加入商战。

6月18日是京东店庆日,也是京东IPO后的“首秀”。面对京东大手笔的促销活动,国美在线选择“亮剑618”,当当网点名“踢爆618”,天猫商城则开启“年中购”。

不同于以往单纯的价格战,此次商战在价格、物流、供应链各方面短兵相接,随着电商格局的转变,国内几大电商在6月再次开始“卡位战”。

6月商战

6.18本是京东一家的节日,但好战的京东欲将其变成另一个“双11”狂欢节。

作为京东IPO以来的首次大促,京东宣布,自6月1日起开展为期20天的11周年店庆,在移动客户端、微信、手机QQ上推出促销活动,并向用户发放10亿元红包。剑指国美的国美在线迅速推出针对性策略,宣布自5月28日起启动为期32天的促销活动,并在线上投入32亿元现金券。

一时间,当当网、苏宁易购纷纷宣布参战,甚至专注“双11”、“双12”的天猫商城此次也推出年中大促,并在家电数码、服装、时尚百货、美妆、家装五大类和京东形成对冲。

以3C、家电起家的京东占据着有力的市场份额,也是众多电商阻击的对象。国美在线营销中心副总裁黄向平毫不讳言:国美目标很明确,对象就是京东的3C和家电产品,京东在3C上也占有优势,但大家电上我们不会有什么差距。”

在家电方面,黄向平认为,受高温天气影响和世界杯的热潮,此次6月商战的主力产品会是空调、冰箱和彩电,国美主要在价格上借助采购规模优势与京东抗衡。

与年末诸多购物狂欢相比,6月

素来清淡,鲁振旺分析,天猫的“双11”以服装为主,京东此时主打3C、家电可形成差异化。

围攻京东

上市以来的京东估值、股价皆不逊色,此次店庆正是表现自己、提振股价的节点。

据中国电子商务研究中心数据显示,截至2013年底,我国B2C网络零售市场上天猫商城排名第一,占50.1%;京东名列第二,占据22.4%;位于第三位的是苏宁易购,达到4.9%;当当网和国美在线分别占比1.4%、0.4%,分列第八名、第九名。

此次商战中最引人注目的无疑是京东和天猫。中国电子商务研究中心分析师莫岱青认为,自阿里提交IPO、京东上市以来,电商行业“双寡头”格局逐渐形成,电商各自都在盘算分食更多的市场份额,逆转行业棋盘。

对于此次商战,鲁振旺认为,京东IPO后需要对投资者负责,不会再像此前一样专注价格战,会更趋向于均衡投入。而对于提交IPO的阿里巴巴来说,无疑也需要上市前有所表现。

莫岱青称,京东实力大增背后少不了腾讯的支撑。而作为腾讯向来的竞争对手——上市在即的阿里,则希望通过此次商战彰显实力,为上市赢得更多筹码。

事实上,国美在线今年以来已经多次叫板京东。数据显示,今年一季度,国美电器净利润达2.68亿元,同比增长252.6%。有了底气的国美,今年4月便已与京东有过交战。

鲁振旺认为,对于国美来说,打价格战是一个不错的选择。他认为,国美在大家电方面较有优势,可以承受一定的亏损,主动挑起“战争”对于国美则是免费的广告。

而相对于国美的高调,苏宁此次则低调得多。鲁振旺称,苏宁处于转型期,无力过多参战,另外,国美在线体量小,京东和苏宁电商规模大,价格战



六月主要电商大战一览	
电商	应对措施
京东商城	6.1起为期20天店庆,发放10亿元红包
天猫商城	6月家电数码、服装、时尚百货、美妆、家装五大品类促销
国美在线	5.28起为期32天促销,投入32亿元现金券;与京东打价格战
苏宁易购	投放20亿元礼券,“6.16”年中庆大促
当当网	图书5折大促,上线服装闪购及尾品汇

马玲玲/制表 翟超/制图

并不占优势。

当当网的参战则更像是“借势”。对于此次当当网借机推出服装闪购和尾品汇,鲁振旺说,当当网此前与京东在图书上恶战,目前图书市场地位已稳固,现在当当网的盈利中心其实是服装。鲁振旺认为,当当网此次参战,有望继续在服装业务上实现突破。

除了线上卡位战之外,移动端也成为电商们竞争的重点。京东公关媒介总监康健表示,自5月30日起入驻微信接

口入口以来,微信“购物”一级入口的单日成交额相比之前“我的银行卡”下的二级入口翻了8倍。

随着主流电商深入O2O,完善移动端,渠道战是今年电商大促的一大亮点。莫岱青表示,国美在推进线上布局的同时,仍深耕线下,站稳脚跟;当当网在此次大促活动中加入了手机端布局;天猫携手3C品牌商共推年中庆。今年,电商年中庆已拓展到了线上线下移动端多渠道齐动。

UC优视并入阿里 高层股权将获可观回报

证券时报记者 朱凯

借助阿里巴巴集团赴美上市之机,UC优视高管的股权终于在账面上达成了可观回报。对于UC优视全资融入阿里巴巴集团一事,UC优视集团董事长兼CEO(首席执行官)俞永福表示,如果为了控制力,不上市无疑对创业者更为有利。但作为团队带头人,自己有责任帮大家实现更好的个人发展和物质回报。

昨日,阿里巴巴通过微博宣布,UC优视已全资融入阿里巴巴集团,并将组建阿里UC移动事业群,俞永福将担任阿里UC移动事业群总裁,由此进入阿里集团的金字塔顶端——战略决策委员会。公开资料显示,阿里巴巴2009年、2013年两次投资UC优视,控股比例为66%。据悉,UC在并入阿里之后,估值有望达50亿美元。对于具体估值,阿里巴巴方面人士昨日对证券时报记者表示,由于尚处于上市前静默期,具体的交易金额无法公开,否则上市材料将需重新修改。

俞永福在内部邮件中表示,此次整合将创造中国互联网史上最大的并购案。此次并购将大部分以阿里巴巴集团的股票,并配合部分现金的方式进行。据悉,并入阿里

后,原UC员工的岗位将不会发生大的调整。

据介绍,以UC优视为基础设立的阿里UC移动事业群,将是阿里巴巴在阿里电商事业群、云计算大数据事业群之后的全新事业群。同时,除现有的UC集团业务团队外,未来新的UC事业群还将整合阿里集团如浏览器、搜索、LBS(无线通讯定位)、九游手机游戏平台等其他业务。

几乎是同时,马云在内部邮件中也表达了对UC团队的欢迎和祝福,并认为阿里集团又将增加3000余名彼此信任的战友和同事。他表示,与UC优视牵手也是阿里文化的一部分。

今天的阿里集团,在电子商务、互联网金融、云计算、大数据、文化娱乐、物流、国际化甚至体育等多个垂直业务上的纵深布局,已远远超越国内任何互联网公司。阿里是一家超越互联网的企业!”俞永福评价道。

资料显示,UC优视成立于2004年,主要深耕移动互联网业务。目前,UC旗下拥有UC浏览器、神马搜索、UC九游、PP助手等多个移动互联网产品及平台。其中,UC浏览器目前全球用户超过5亿,在印度的市场份额超过30%,并占据印度市场第一宝座。

工信部副部长刘利华:今年底4G用户将超3000万

证券时报记者 张昊昱

4G作为新一代移动通信技术,在国内的发展态势备受关注。昨日,工信部副部长刘利华在2014年亚洲移动通信博览会世界移动通信论坛上表示,今后一段时间内,政府将加大4G网络建设,更好地推进国内4G产业发展。

去年12月4日,工信部正式向三大运营商发布4G牌照,标志着我国电信产业正式进入4G时代。据刘利华透露,商用半年以来,中国4G网络已基本覆盖全国300多个城市,4G基站建设超过33万个,预计到今年底,4G用户规模将超过3000万户。刘利华还表示,未来移动通信市场需求仍然旺盛,移动创新带来的市场空间巨大,因此要不断加强关键技术,尤其是5G研究,并与国际同步推进。

刘利华说,为更好推进国内4G发展,今后一段时期,政府将一如既往地支持三家运营商加大4G网络的建设,逐步降低4G资费,使4G技术惠及更多用户。在完善产业方面,将支持测试、设备、芯片、终端等产

业链企业协同发展,鼓励运营商加快规模商用,推动相关技术应用的成熟;在网络建设方面,积极推动各地将4G基站建设纳入城乡建设规划和土地使用计划;在用户普及和应用推广方面,支持企业加大投入,丰富4G终端品种,尤其是低成本的千元4G手机。

据了解,在目前的全球移动用户中,4G的渗透率接近4%,显然市场还有广阔的发展空间。降低用户的使用门槛,尤其是终端使用门槛,成为业界首先面对的问题。

对此,中国移动集团董事长奚国华昨日表示,现在的4G手机主要以中高端机为主,未来中国移动将提供更多的中低端4G手机。

据介绍,中国移动今年计划销售智能终端2亿~2.2亿部,今年前4个月中国移动已经销售6700万台TD-SCDMA制式的3G终端。奚国华透露,今年下半年,将以销售TD-LTE终端为主,同时降低4G资费门槛和流量的单价,延长流量使用周期。奚国华表示,今年中国移动在4G上的整体投资将超过2400亿元。

浩物股份6000万参与设立创投基金

证券时报记者 刘昆明

这次出资参与的创投基金,将有望成为公司未来扩展新业务的平台。”浩物股份(000757)总经理臧晶在接受证券时报记者采访时表示,因为高科技部科技型中小企业技术创新基金管理中心参与,整个创投基金的优势会非常明显。”

浩物股份近日公告称,拟与科技部科技型中小企业技术创新基金管理中心、天津汇鑫创富股权基金管理公司以及其他合伙人共同发起设立科技型中小企业创业投资基金。据介绍,该基金规模约为2亿元,浩物股份预计出资比例不超过基金规模的30%,科

技部科技型中小企业技术创新基金管理中心出资比例不超过25%。

据了解,为支持战略性新兴产业的发展,改善原来由于单独向科技型企业进行技术补助而存在诸多问题的现象,财政部、科技部今年印发了关于《中小企业发展专项资金管理暂行办法》,市场称其为“引导基金管理办法”。

根据上述办法规定,引导基金出资比例参股创投基金的设立,出资比例最高可以达到创投基金资金比例的25%,但不做第一大股东;创投基金还可以获得引导基金按照实际投资额的5%给予的投资奖励;对发生投资损失的项目,按照退出时实际损失,引导基金给予50%补偿;引导基金不以盈利

为目的,在被投资企业度过初创期后以0息或低息退出,基金重点支持电子信息、光机电一体化、资源与环境高技术服务领域项目。

臧晶认为,根据引导基金管理办法,浩物股份参与创投基金的设立,拟通过不超过6000万元的出资,可以撬动引导基金及其他社会资金1亿元至1.4亿元,杠杆比率约为1:2。

更重要的是,战略性新兴产业已经成为国有企业转型升级的重要战略目标之一,浩物股份作为天津市国资委旗下的上市公司,应该把握机会,借助国家扶持政策,参与创投基金设立,借助多元化资本,以参股、并购等方式提前锁定或参与具有发展潜质的企业。”臧晶说。

■相关新闻 | Relative News |

青龙管业出资3000万入伙正和岛创投基金

青龙管业(002457)今日公告,公司拟以自有资金3000万元认购正和岛联合投资基金(有限合伙制创投基金)相应份额,成为该基金的有限合伙人。

据悉,正和岛联合投资基金的目标认缴出资总额为10亿元。该基金将主要对未上市且具有投资价值企业进行投资。

青龙管业表示,公司投资该基金的目的旨在拓展公司多元化经营渠道和业务资源,提高公司的综合效益。(孙琳)

第3季《好声音》导师出炉 加多宝全面打造V文化

等待八个月,好声音四大导师千呼万唤始出来。

6月10日,中国好声音独家冠名商、凉茶领导者加多宝携灿星传媒、浙江卫视联合召开第三季中国好声音导师发布会,那英、汪峰、罗大佑和杨坤四大导师亮相,他们将在这个夏天坐上象征音乐与激情的红色转椅,再度遴选中国正宗好声音。正宗好凉茶“正宗好声音”,华少的标志性“串烧”将于7月11日周五晚9点黄金档在浙江卫视强势回归,开启今夏音乐狂欢盛宴。出席发布会的加多宝品牌管理部副总经理王月贵表示:相信随着节目开播,大家都会和我们一起high起来,开启属于好声音粉丝的V时刻。”

第三季中国好声音 看点十足 收视可期

在节目组此前确认庾澄庆因档期原因缺席第三季好声音之后,新导师人选就成为一个谜。事实上,每一季好声音的导师人选都是街头巷尾热议的话题。去年汪峰和张惠妹的加盟,让第二季加多宝中国好声音创造了平均收视过4、话题讨论过亿的神话,而此次第一季导师杨坤的回归,以及华语乐坛流行教父罗大佑的加盟,又将带来怎样的

导师联盟斗法和惊心动魄的抢人大战,值得期待。节目组还公布了新一季节目看点:宁浩导演将出马指导新一季宣传片的拍摄;金牌制作人大大·福斯特将担任《中国好声音》国际音乐顾问。

节目组透露,海外好声音的搜寻也在继续。包括中国香港、澳门、台湾地区,以及美国、加拿大、新加坡等,都有不少华裔好声音前来试音。更专业、更国际、更真实,将使加多宝中国好声音,有望再创收视奇迹。

为正宗加V 加多宝推出中国好声音促销装

正如网上流传段子,中国好声音有三宝,华少、转椅、加多宝。在很多消费者的心中,正宗好凉茶与正宗好声音是一对不可分割的好拍档,正宗已经成为加多宝与中国好声音的共同标签,推动两个品牌的合作向更深层迈进。

在4月底中国好声音第三季的启动发布会上,印制好声音“V”型标志的促销装首次亮相,5月初全面上市,在直接打通节目到市场的环节之余,亦让正宗凉茶有了更加醒目的视觉化标识。凭借着独家传承的配方、始终如一的口味以及360度品质管控,加多宝在经历品牌地震后顺利

完成品牌转化,在涅槃重生过程中,中国好声音扮演了重要角色。随着今年中国好声音V型标志的上罐,加多宝正宗基因有了醒目的视觉体现:V型标志的红罐凉茶就是正宗凉茶。

王月贵表示,今年好声音V型标志首次上罐,加多宝希望随着促销装在终端市场的下沉进入千家万户,让更多来自三四线城市的消费者知道和喜爱好声音。

据悉,伴随着加多宝中国好声音促销装的上市,2014年“唱·饮·通·中国好声音”拉环有奖活动兑奖平台已经全面上线。消费者可凭借拉环码和罐顶码,在短信、微信、PC三个渠道参与抽奖。目前,加多宝中国好声音促销装的日有效兑奖人数已经超过千人。

加多宝借势好声音 全面打造V文化

V型象征着胜利、喜悦,这次中国好声音V型标志首登红罐,寓意与消费者共享胜利、喜悦的V时刻,随即引发了一轮V文化热。伴随着线上线下全渠道联动,加多宝打造的“V”时刻互动也在不断发酵。

好声音启动以来,加多宝在微博上推出以“入



生V时刻 加多宝中国好声音促销装相伴”为主题的系列海报,V是“分享”、V是“胜利”的概念随即引发了一场全民抢晒V时刻的微博热,与线下结合520、端午、高考等国人生活中的重要时刻而开展的促销活动交相辉映,开启正宗凉茶的“V”

时代。在此过程中,这种“V”效应也正在演变成加多宝独有的品牌视觉V文化。V文化的兴起,使得继“好声音,喝加多宝”之后,“人生V时刻 加多宝中国好声音促销装相伴”有望造就出一股全新的消费趋势。(余胜良)(CIS)