

国美在线董事长牟贵先回应价格战:

国美要将渠道优势复制到电商

证券时报记者 靳书阳

国美在线董事长牟贵先近日邮件回复了证券时报记者关于“价格战”的问题,并对2014年国美在线的发展策略做出一番展望。

日前,牟贵先去年末发给内部员工的邮件曝光,牟贵先在邮件中明确表示,国美在线2014年的目标是扛起家电大旗,打造行业标杆底价。一时间,国美在线将在新的一年首先发起价格战的传言四起。

低价可以长期坚持

相比其他公司,去年“双11”电商大战期间,国美在线在广告宣传上的力度较弱,为何在新年伊始率先启动低价战略?

国美在线表示,目前已进入传统岁末促销季,消费者也有旺盛的购买需求,而其他电商并未重视这个时机,国美在线此时发力,效果更易凸显。

不过,牟贵先并不完全认可“价格战”这个概念。牟贵先认为,整个国美具有供应链上的优势,商品价格自然低,并不是刻意为之的低价营销。由于采购量大,且线上线下渠道优质,国美能够在与供应商谈判时取得优势地位。

位,是可以长期坚持的低价,这也是国美在线在此次跨年促销中敢于喊出标杆底价的原因所在。

统计数据显示,电商价格大战中华而不实的广告宣传屡见不鲜。去年6月18日,时逢京东商城创建十周年。京东提前半个月,率先发起6月的促销大战。不过,价格战挑起者京东的让利幅度并不明显。搜狗购物数据显示,在去年6月促销期间最低价商品所占比例排名中,京东位置偏后。

无缝衔接的物流优势

牟贵先表示,2014年,国美在线将充分整合线上、线下资源,打造最强的家电供应链模式,并在物流、售后等各个环节持续提升用户体验,这也是2014年工作的重中之重。

相比其他电商,牟贵先表示,国美在线的物流优势在线上线下结合的无缝程度极高。国美线下有1600多家实体店,可以实现网上下单,实体店送货。搭建物流配送平台是电商的必由之路,遍及全国的1600多家门店和20多年潜心经营的自有物流体系,这些能够保证国美在线在电商这条路上走得更远,而这是很多纯电商短时间内难以完成的。



本报资料图

牟贵先举例:双11期间,一位新疆用户在国美在线购买家电,第二天就收到货了,货是由我们在乌鲁木齐的实体店进行配送安装的。这是纯电商没有办法相比的。”国美电器相关人士在接受记者采访时表示,国美电器和国美在线希望以实体店为核心,完成线上线下融为一体的O2O转型。

虽然电商市场份额较天猫、京东已有相当差距,不过,牟贵先对国美在线的持续盈利能力非常自信。他告诉记者,不同于其他以烧钱换取规模的方式进行合作的电商企业。

电商,国美在线一直坚持走健康稳健、可持续盈利的发展之路。公开报道显示,2013年前三季度,国美在线盈利近6亿元。

与强势家电品牌的深度合作,也是国美在线2014年的重头戏。国美在线与海尔电器的合作将达到几十亿元,覆盖了海尔的全系列产品。另外,2014年国美在线还将与格力在全国范围内展开合作。在家电网购市场中,国美在线将是唯一和格力采用直供的方式进行合作的电商企业。

超声电子触摸屏量产时间大幅提前

证券时报记者 邓常青

2013年是超声电子(000823)的技术改造提升年,虽然公司业绩有所下降,但公司的触摸屏特别是OGS(单片玻璃)良品率实现了大幅提高。据证券时报记者了解,公司触摸屏增发项目的量产时间将大幅提前至今年2月份,良品率提升、成本下降、产能大幅释放三大因素将驱动公司今年业绩快速增长。

良品率最高可达90%

中大尺寸逐渐成为触摸屏行业的主要战场,当前中大尺寸解决方案以OGS为主,OGS已成为平板电脑及超极本主流技术路线。2013年国内各家OGS厂家都有扩产计划,但由于OGS工序达30余道,最大的问题是产品良品率低,导致生产成本过高,难以做到批量交货。

据超声电子显示器公司总工程

师沈奕介绍,经过2013年不断的技术改造和爬坡,公司的OGS良品率得到很大的提升,目前良品率最高可达到90%,明显高于行业60%-80%的水平,这也为超声电子在2014年降低OGS生产成本和释放产能打下了基础。

沈奕表示,公司作为触摸屏行业四大上市企业之一,较早介入了电容式触摸屏技术研发并成功批量生产,2013年公司触摸屏销售规模增长不快,主要是公司更加注重重新显示与触控垂直一体化技术的研发和生产线改造,随着OGS良品率的提升,下阶段公司将把重心放到迅速做大产业规模上。

产能提升超3倍

超声电子定向增发项目在去年12月获得证监会批准,而据证券时报记者了解,超声电子实际上在去年已经通过银行贷款,先行投资电容式触

摸屏增发项目,建设速度之快远超投资者预期。

新的电容式触摸屏项目总投资约6亿元,通过在现有厂区预留场地上新建厂房和配套设施,购置专用制造装备,形成年产25万平米电容式触摸屏的生产能力,目前制造装备已于去年12月到位。

沈奕告诉记者,上述项目将在今年2月正式量产,项目产能逐步释放,最大产能将达到现有产能的3倍以上,按5寸计算的话,每月产能将达600万片。根据公司预测,项目达产后可实现销售收入12.46亿元、净利润1.55亿元。

沈奕表示,项目提前建设主要是考虑公司技术的先进性、可行性以及市场需求。提前建设消除了制约公司多年的产能瓶颈,有利于增厚2014年的业绩。

据悉,超声电子增发项目甚至还获得了国家扶持。去年底国家发改委和财政部发文,对列入广东新一代显

示技术的项目给予资金支持,超声电子增发项目中的OGS投资被列入扶持对象,公司也是唯一一家OGS获得扶持的广东上市公司。

力争进入超极本供应链

超声电子拥有较强的客户优势,目前已向中兴、联想、海信、康佳、PHILIPS、长虹、朵唯等厂商批量供应电容式触摸屏及一体化模组产品,特别是中兴高端品牌Nubia(努比亚)Z5系列产品,采用了超声电子OGS全贴合模组和国内首创的白色OGS产品。沈奕认为,随着公司触摸屏生产成本的降低,公司的市场占有率为有望进一步提升。

超声电子与英特尔的合作一直是关注焦点,公司早已进入英特尔超极本技术峰会供应商目录。沈奕表示,今年公司将加强与英特尔超极本的合作,力争早日为超极本产业链企业提供OGS产品。

“软”实力铸就核心竞争力

随着安防产品技术的不断发展及产品的丰富,安防产品的竞争核心已从硬件转为软件。《中国安防行业“十二五”发展规划》中提出“大力发展中间件产品,实现各类信息资源之间的关联、整合、协同、互动和按需服务,解决系统间的兼容性、可靠性、安全性等问题,实现应用系统从硬件为核心向软件为核心转变”。而软件正是城市视频监控管理平台产品的核心,是安防产品差异化发展的关键,是形成产品竞争力的重点之重。

目前公司拥有一支具有超过10年视频监控管理平台产品开发经验的研发团队,在视频联网与控制、嵌入式系统、海量信息存储与调用、视音频编解码、应用软件开发等技术领域积累了丰富的经验,公司拥有12项专利、64项软件著作权和12项已登记注册的软件产品。从2010年至2013年6月底,公司累计研发投入费用10,359.55万元,累计研发投入资金占前述报告期内累计营业收入的13.38%,而正在开发的项目共有12大项。

这种“软实力+硬投入”的运作模式

将为公司获得更广阔的市场发展空间奠定坚实基础。

大型项目成功提升品牌竞争力

2008年,公司成功为北京朝阳区奥运图像信息系统提供全套城市视频监控管理平台产品,实现了包括“鸟巢”、“水立方”在内的33个奥运场馆的视频联网监控。奥运会开幕式当天,该核心平台系统的5台服务器并发视频流(不同用户调阅不同的图像)总数达到了1,200路(在实际研发环境中无法模拟),总带宽超过2.5G,既为公司研发城市视频监控管理平台的核心技术——超大流量并发和负载均衡提供了难得的现场测试机会,更为北京奥运会的安全保障工作做出了积极贡献。

此外,公司还成功为上海世博会、广州亚运会等国际大型活动提供视频监控管理平台设备和现场保障,是为数不多的具有多个直辖市及省会级城市平安城市项目和大型活动成功案例的公司。公司的技术实力和品牌得到了用户和合作伙伴的一致认可,NetPosa“东方网力”被慧聪网评为“2009年安防行业十大创新品牌”、“2010年安防行业十大领先品牌”,在行业中树立了开放合作、可信赖的良好品牌形象。

由于应用成功案例、品牌知名度是

用户进行项目招标时极为看重的能力参考指标,这在无形中抬高了行业进入门槛,使得新进但又缺乏成熟的行业项目应用和品牌积累的视频监管平台厂家很难取得招投标的入围资格,而公司通过开展大型项目,不仅获得了处理复杂系统视频联网的调试经验,有能力在关键时点为客户提供全方位技术保障,还培养了一大批技术过硬、经验丰富的研发人员和项目经理,更树立起了良好的企业品牌形象,使得“NetPosa东方网力”品牌成为公司除技术之外的又一竞争优势。

未来公司将通过进一步加强品牌营销体系,将相关大型项目的经验及省会级城市市场的示范效应迅速推广到更多的二三线城市,不断赢得客户信赖,继续保持公司销售收入和利润的快速增长。

产品结构升级顺应高清化、智能化发展的大趋势

目前,我国已建成的城市视频监控系统的前端设备多为模拟摄像机,只能提供标清图像,而城市治安管理和刑侦办案,需要能够从视频图像中清晰辨认人脸和车牌,这就需要高质量的视频图像处理系统。因此,高清化、智能化是城市视频监控管理平台的两大发展趋势。而这两项需求将直接带动城市视频监控管理平台的产品更新和应用扩展,并由此

阿里巴巴手游八二分成挑战腾讯

在昨日举行的中国移动游戏产业年度峰会上,阿里巴巴集团副总裁、数字娱乐事业群总裁刘春宁首次披露了阿里巴巴集团的手游平台战略,称将在游戏运营和分成模式上加以突破。刘春宁原任腾讯副总裁,腾讯在线视频部总经理,去年8月加盟阿里巴巴。

刘春宁表示,对于单机版游戏合作者,第一年阿里巴巴将完全免费;联合运营的游戏则采用8:2分成模式,游戏开发者获得70%收益,10%用于支持农村教育,其余的20%用以覆盖阿里的相关成本及用户激励。

业内人士认为,这一做法实际是在影响腾讯公司。众所周知,从产品分发到游戏推广以及利润分成,腾讯凭借其庞大的用户群体,几乎已占据了手游市场的绝大部分市场份额,腾讯也因此成为手机游戏行业的风向标。

触控科技CEO陈昊芝曾公开表示,腾讯给予开发者的分成比例普遍在30%以下,如果对某一开发者承诺分成

50%,则会收取各种手续费和渠道费。

事实上,随着渠道商日益强势,手游收益的分成比例越来越不利于开发者。从最初的五五分成,到后来的二八分,渠道商占八成,游戏开发商只占二成。对于相对弱势的开发者来说,一个矛盾在于,不通过专业的游戏分发平台去推广,游戏的知名度和下载量势必难以提升;而通过专业平台去推广,利润留存又无法保证。

为此,阿里巴巴集团将动用其旗下全线资源,从游戏分发渠道、运营平台、分成模式等角度去向开发者倾斜。

2013年以来,阿里巴巴集团在移动互联网领域动作频繁。除自身业务的全面无线化之外,还战略收购或战略投资了新浪微博、UC等众多公司,以此建立在移动互联网领域的多点布局。作为核心利润来源,游戏产业一直

孙宏斌表示,2014年融创的销售目标是650亿元。对于何时能实现千亿的目标,他表示,千亿不是目标,目标是把品质做好。现在融创在二线房企领头,目标是跨入一线行列,我对在核心城市核心地段做高端精品有信心。”他说。

另外,对于去年很多房企加速海外扩张以及进入养老地产领域的做法,孙宏斌表示,融创不会去海外投资,也不会做养老地产。他认为,融创的发展刚刚开始,今后几年要进入大公司的行列,有很多事要做,没必要转型和分散精力。

融创中国今年销售目标650亿

融创总裁李忠介绍,2013年,融创以合同额508亿元位列2013年房地产企业销售TOP50排行榜第11位,合约额达到547亿元,同比增长54%,连续三年实现高速增长。

孙宏斌表示,2014年融创的销售目标是650亿元。对于何时能实现千亿的目标,他表示,千亿不是目标,目标是把品质做好。现在融创在二线房企领头,目标是跨入一线行列,我对在核心城市核心地段做高端精品有信心。”他说。

融创总裁李忠介绍,