

“读者”进军智能手机市场——传统媒体跨界发展 画蛇添足还是另辟蹊径



随着智能手机市场的快速发展,百度、阿里巴巴、小米等互联网企业也玩儿起了跨界,纷纷推出了自有定制智能手机,而更让人感到惊讶的是,最近这股跨界浪潮已经延烧到了传统媒体界。

据悉,国内知名文化企业读者出版集团已于近日宣布,将联手网络通信设备研发、制造、销售的高新技术企业——上海斐讯(PHICOMM)数据通信技术有限公司推出一款全新的“读者”定制手机产品。自此,读者出版集团将成为首家进军移动终端领域的传统媒体,同时这也是定制智能手机市场中第一次出现来自内容平台的竞争者。

从传统意义上来说,以内容为核心,以平面为媒介的传统媒体与基于通信和网络技术兴起的移动互联网,理应是有着天然疏离感的。而作为拥有30年良好发行记录的“读者”,如今却与众多新兴互联网企业一样撩发少年狂,玩起了产品跨界。这固然可以视作传统媒体面对互联网传播方式蓬勃发展的一种积极应对,但将触角直接深向竞争最为焦灼的移动终端市场,究竟是明智之举?还是画蛇添足?却又似乎十分令人怀疑。

“读者”玩定制,水浅? 水深?

小米、百度、阿里巴巴等互联网企业的定制智能手机品牌,各种暗中的营销较劲和微博媒体中的隔空叫骂自然不必多言。而几乎与“读者”手机传闻同步的一则消息,似乎更能说明当下定制智能手机市场竞争的复杂性。

近日,原定发布的阿里云与宏基合作的首款“阿里手机”发布会被迫取消。而有业内人士

透露,双方合作失败的原因,在于谷歌对于这款“阿里手机”所搭载的阿里云系统的警惕,以停止授权相威胁,迫使宏基退出了与阿里巴巴之间的手机开发合作。

这场联姻的失败,让所有尝试进入市场的企业,看到了定制智能终端市场之下的暗流涌动。除了定制品牌间的激烈较量,以互联网企业为首的跨界品牌,在涉足定制智能手机领域的同时,实则也是将各自的互联网服务,通过智能终端入口搭建到用户面前。而这在实质上就形成了与现有智能手机系统的竞争,势必会冲击到以安卓为首的系统开发者。智能定制手机品牌,即使能够从重重竞争中脱颖而出,也将面临着,是否能够说服谷歌这样的系统垄断大鳄放行的高难度问题。

但从另一个方面来看,身为传统媒体的“读者”,却具有互联网企业所没有的优势。与互联网企业利用智能终端来搭建互联网平台人口控制不同,“读者”作为一个高质量的内容平台,不仅不会冲击固有的系统,反而或许会是安卓这样的开放系统一个重要和有益的补充。可以预见,安卓作为目前六成智能手机系统垄断者,谷歌会更乐见类似“读者”手机这样的内容补充和丰富的定制智能手机出现。可以说,从总体来看,定制智能手机市场水很深,但是“读者”手机的自有市场缝隙中,却可能会出现“水浅”的情况。

“读者”手机,另一个Kindle?

事实上,从“读者”的移动互联网基础,和产

品发展方向来看,未来的“读者”手机可能会更接近于亚马逊Kindle的市场定位。从很多细节方面,两者的确具有相似之处。

从Kindle的发展和演讲过程来看,亚马逊在Kindle上有两个主要竞争优势,而读者手机也具有相同或类似的独特竞争优势:

首先,是产品定位。和苹果的产品策略类似,Kindle从问世到现在共推出了五代产品,基本保持每年一代的频率。而由于Kindle在这个市场细分中具有开创者的地位,因此Kindle平稳的更新频率与市场扩张步伐,能够保证其始终维持有利的市场地位。与之相同的是,“读者”手机,也是国内首次由传统媒体介入定制智能手机领域,无论对于传统媒体,还是智能终端,这都是一种全新的开拓。因此,如果“读者”手机能够采用适当的产品更新策略,则完全有可能类似Kindle一样,在智能手机领域建立起一个全新的产品细分。

其次,是产品服务。从2007年第一代Kindle开始,亚马逊就将Kindle作为自身服务网络的一种延伸,Kindle Store从最初的9万本图书,到100万本图书,再到如今的亚马逊Kindle自有发行电子书,“服务网络延伸”的理念始终贯穿于每一代Kindle产品。而今天“读者”出版集团,也具有类似的服务延伸能力。与“读者”手机刚刚开始进行终端上的突破不同,在更早的时候“读者”出版集团就已经完成了对“云图书馆”平台的建设。在未来即将推出的“读者”手机中,不仅将会内置30年来全部的读者杂志内容,同时也会通过云图书馆平台将版权内容和数字出版相结合,借助“读者”手机,为身处不同区域的读者,提供阅读服务。而这也和亚马逊-Kindle的服务模式,具有异曲同工之处。

这种模式和服务定位上的相似,让我们似乎也可以用Kindle的发展轨迹,来预言“读者”手机的未来成长。和初生之时所面临的饱含争议局面不同的是,如今Kindle模式的强大生命力,已展露无遗。在英国,亚马逊每卖出100本纸质图书的同时,通过Kindle就可以卖出112本图书;在全球,各国作家总计已经为亚马逊Kindle Store平台创造了超过18万本图书,而借助Kindle,这些图书被下载、借阅、购买了超过一亿次。

虽然我们并不能就此断言,“读者”手机将会成为下一个Kindle,但相似产品的对比,和市场环境的考量,却可以帮助我们确认,传统媒介跨界智能手机定制市场,或非画蛇添足,而是可能赢得长远未来的明智之举。 (李 涛)

东鹏 40 年的蝶变与腾飞



纵观30余年前开始发展壮大的建陶行业,处于“不惑之年”的东鹏是当之无愧的时代弄潮儿。从1972年到如今,凭借艰苦创业、勇于创新的精神,东鹏经历了建陶业一次次技术与经营革命,从单一产品耐火砖发展成为今天产

品齐全、品类丰富的领军陶瓷企业,逐步掌握国内乃至国际顶尖技术。今日的东鹏,将工业能力、技术能力和品牌化运营能力作为发展根基,经历了改制、并购和国际化开拓,搭建了以“东鹏瓷砖”、“东鹏洁具”为核心产业,以“科技化”、“品牌化”、“国际化”为主导,以“新东方主义”为文化导向的运作平台,率先创新营销模式,联合“冠军联盟”,深化品牌服务内涵,勾勒出一幅中国建陶企业纵深渠道,迈向国际的发展蓝图。

2012年,东鹏发布了企业的立体战略发展模式,提出了基于东鹏下一步发展的产业战略方向和规划,以崭新的战略规划迎接发展新纪元,争取实现“百年企业,百亿东鹏”的企业愿景。

新的立体发展战略模型构筑以“东鹏”为核心品牌的整体家居理念,以瓷砖、卫浴、服务业、文化产业为核心,整合全球优秀资源,携手优秀品牌合作与共赢。坚持一个品牌,深化渠道,并向陶瓷、家饰方向纵深拓展,打造以制造业为核心,流通业、服务业、文化、信息等第三产业为重点的全产业链,以保障企业在可持续发展中逐步壮大。生产能力是企业赖以生存的基础,技术研发与进步是企业持续发展的因素,第三产业的配合是企业不断增值的关键,运营能力则是企业的核心竞争力。

在未来的发展中,东鹏将坚定不移地走大众化国际化品牌路线,持续提升核心业务的国际地位,打造国际化品牌。同时,依托核心业务进行相关优化升级,向产业链的高价值端渗透,并紧紧跟随最新形态,向整体家居解决方案提供者的方向发展。 (乐 飞)

火热开学季 华硕 A43/A53SD 打造多彩校园生活



金秋10月,又到了莘莘学子重返校园的时候,为了乐享新学期,一台性能高效的笔记本电脑也就成了学生朋友必备的行囊物品之一。在外观上拥有四种靓丽配色的华硕

A43/A53SD机型,不仅具备校园潮本的独特气质,在配置上更采用了Intel智能酷睿i系列处理器与NVIDIA GeForce 610M大容量2GB独显核心的黄金组合,能爆发出足够震

撼的娱乐体验。如果你想买个绚丽亮本装扮自己,并希望它同时具有强劲的应用效能,那这款华硕A43/A53SD就绝对是你的不二选择了。

华硕A43/A53SD采用了多彩时尚的外观设计:极简白,让幸福回归到最简单的模样,有着纯朴的舒适与轻松。雅奢蓝,用富有洞察力的双眼静静品味,默默地散发天生的艺术气质。猎艳红,持续释放如火热情,举手投足都散发与众不同的魅力。

此外,该机采用的Intel智能酷睿处理核心,在运算以及使用性能上都有不俗表现。加上Intel睿频加速2.0技术(限i5/i7机型)与超线程技术的鼎力相助,能在用户需要时动态增加处理器频率以提供强大动力,无论单程序还是多程序的同步运行都能获得更快速的处理体验,高效就是这么简单。

投入到紧张的学习环境中,音乐、娱乐都是减压放松的绝佳妙法。华硕A43/A53SD笔记本以多种色彩的个性组合,搭配主流实用的高效属性,让你置身校园中也能轻松玩转学习、娱乐、生活三重奏。 (红 新)

昆明斗南国际花卉产业园 打造亚洲最大花卉产业基地

中国花卉种类繁多,是世界公认的“花卉宝库”,云南这个拥有得天独厚资源的鲜花大省正被越来越多的人所瞩目,花卉产业发展迅猛。昆明斗南国际花卉产业园打造亚洲花卉产业总部基地审时度势,应势而生,引领中国花卉产业进入新发展。

全国花卉产业迅猛发展 “云花斗南”再创佳绩

中国是世界最大的花卉生产基地和重要的花卉进出口贸易国,目前全国花卉产业呈现一个良好的发展势头。

云南作为拥有得天独厚资源的鲜花大省,花卉产业发展迅猛。在云花品牌中最为出类拔萃的就是“斗南”,斗南花卉市场目前已经是农业部确定的全国定点花卉批发市场,也是亚洲鲜花交易量最大的市场,“斗南花卉”品牌价值达32万元。

云南的花卉产业正被越来越多的人所瞩目,作为云南新兴优势产业正迎来更蓬勃的发展。

花卉产业改造升级 推动跨越求发展

为响应国家“桥头堡”发展战略,扩大云南花卉产业平台,助推中国花卉产业向世界接轨,2010年昆明斗南花卉有限公司引进外资组建昆明斗南国际花卉产业园区开发有限公司,投资38.87亿元建设斗南国际花卉产业园区。

园区根据园区功能实用的要求将

建设形成花卉交易会展及花卉文化旅游区、国际花卉企业展示区(总部经济区)、采后处理及信息服务区、配套商务区、综合服务及配送区、国际花卉研发展销区。该项目是云南花卉产业提质、改造、升级的一大突破,未来将成为带动全国、影响世界的花卉集散交易中心、花卉价格形成中心、花卉信息发布中心、花卉科技研发中心、花卉种植示范中心、花卉会展旅游区,预示着中国花卉产业进入一个前所未有的新高度。

10年磨一剑 斗南国际花卉产业园打造国际第一花卉市场

“公司自1999年成立以来,一直投身于花卉产业平台建设当中,熟悉和理解花卉产业,深深知道打造斗南国际花卉产业园区是一个漫长的过程。10年磨一剑,我们希望做出能真正与国际接轨,超过荷兰,成为全球最大的花卉市场。”昆明斗南国际花卉产业园区开发有限公司副总经理胡鑫说。

据悉,斗南国际花卉产业园区建设已列入国家“十二五”农业重点项目,项目将承担国家赋予的“带动全国、影响世界”的历史使命,强化全国花卉市场“风向标”和“价格晴雨表”的引领和龙头作用,辐射和带动花农增收致富。

云南人正在用自己的勤劳和智慧,站在花卉产业与世界接轨的前沿,推动满载辉煌与责任的斗南国际花卉巨舰扬帆起航,迎接中国花卉市场的新发展! (乐 欣)

联手全球最大救援服务集团 北京汽车要做汽车界“海尔”

日前,北京汽车与全球最大的救援服务集团——安联全球救援集团正式签署了“全国道路救援服务协议”,而北京汽车首款轿车E系列也成为国内同级别市场中唯一享受安联救援服务的自主品牌车型,继“三包第一车”之后再开行业之先河。

据悉,从2012年9月22日起,在中国大陆境内,凡是由北京汽车经销商销售的E系列轿车,将享有从保修

日期开始为期1年的免费道路救援服务。而在此之前销售的所有E系列轿车,同样享有从服务启动日开始为期1年的免费救援服务。在享权期内,如果消费者在车辆出现状况时未抵达任何一家北京汽车授权经销商店内,只要拨打北京汽车24小时道路救援热线(400-610-6200),救援服务将第一时间在用户车辆所在地实施。 (小 雨)

周大福迪士尼经典米奇系列 ——用最初的心,寻找心中的正能量



米奇的乐观、亲切、勇敢深入人心,是正能量的代名词。周大福迪士尼经典米奇系列,迎合现代都市白领女性崇尚自然纯真,也享受自我成就的个性特别推出。同时,也将米奇正能量的概念巧妙融入。全新经典米奇系列,以简单的线条和镂空设计传达出快乐的概念。用自身的浪漫气质和乐天精神,延展时尚之美,在周大福品质的承托拥簇之下,绽放芳华。 (华 威)

陶二矿工会三道“大餐”让职工喜度多彩国庆节

随着国庆节的到来,陶二矿工会为职工精心准备了安全大餐、美味大餐、娱乐大餐,让职工过个多彩的国庆节。

安全大餐:平安是欢乐祥和的基础,多彩国庆首先应确保安全。陶二矿送给职工的头道大餐就是安全大餐。层层制定了关于做好国庆节期间安全生产工作的措施,加强节日期间在岗职工的安全教育和安全管理。

美味大餐:为了让职工吃上丰盛的饭菜,陶二矿食堂精心制定了国庆节期间的食谱,让职工享受美味大

餐。除增加饭菜花样品种外,还为职工准备不同口味的“家乡饭”。该矿还成立了由工会牵头,企管、后勤等部门人员和职工代表组成的职工就餐监督管理委员会,不定期监督检查,督促食堂不断提高饭菜质量和服务水平。

娱乐大餐:为了营造浓厚的过节氛围,丰富职工的业余文化生活,该矿精心策划了丰富多彩的文体娱乐活动,乒乓球、台球、象棋、扑克,有奖猜谜语等小型活动,让职工在游戏、休闲的同时得到愉悦。 (赵洪敏)

为国庆献礼 华泰汽车新推“爱国版”宝利格

国庆将至,华夏大地涌动着浓浓的爱国热潮,作为国民经济重要组成部分的汽车产业,更是激荡着市场起伏的波涛。中国汽车工业协会的数据显示,8月乘用车共销售121.89万辆,环比增长8.81%,同比增长11.30%。其中,乘用车自主品牌共销售44.41万辆,环比增长7.90%,同比增长8.99%。

工银深100分级基金:

反弹机会跌出来 深市优质指数蛰伏以待

9月24日,上证综指低探至2005点,再创近3年半以来新低。经过前期的深幅探底,市场估值已回归到一个合理区间,深证100指数的市盈率更是已经降低到17倍左右的历史低位。由于对市场反弹存在的较敏感锐

性,指数分级基金常常有惊人表现,因此备受关注。根据国泰君安专项研究报告中进一步显示,在今年3月的一轮小幅跳跌中,反弹幅度较大的分级基金B类份额,其母基金多为指数基金。 (常 乐)