

网购族,认清“网络专供”再掏荷包!

为避免线上线下利润互搏 厂家生产“电商专供款”已成为业内常识

国庆长假刚刚过去,一大波电商优惠促销又袭来!不过,网购族在按捺不住“剁手”冲动时,要小心“网络专供款”出没。在大到家具家电,小到柴米油盐都可以通过电商网购搞掂的情况下,记者调查得知,为了避免线上线下两个渠道的利润互搏,不少厂家生产专供电商渠道销售的“专供款”已成为业内的“常识”。业内人士表示,消费者切忌一味相信电商网站让利低价折扣的“美言”,最好在下单前将线上线下的商品货比三家,谨慎购买。

>>现象: 电商专供款已成公开秘密

“以后再也不相信打三折了!本以为赚到了,结果却是网络特供款!”上周,张女士在某电商网站为父母分别购买了某品牌的羊绒保暖衣,当时只看到了价格仅为实体店的三折,便果断出手。结果货到之后才发现质量比实体店的差很多。

“实体店内的含绒量显示是70%,可是网上卖的却只显示30%含

绒量,手感也差很多。”当气愤的张女士和店主理论时,销售人员却表示“这本来属于网络专供款,所以才会打三折”。

而在大型家电的类别,“差别供货”早已不是秘密。记者在采访中了解到,厂家为爱打价格战的电商渠道单独定制“专供机型”在行业内已是公开的秘密。“同一个厂家生产的平板电视、冰箱、洗衣机等产品,供应给实体

卖场和电商渠道的货并不一样。”一位在广州从事某品牌家电销售的资深人士告诉记者,“即使是同一型号的产品,‘电商版’在外观设计、液晶屏类型、底座选材、能效等级上也都会有不小差距。”

另外,记者搜索得知,甚至连金银饰品、私家汽车等也推出了“网络专供”。

>>质量: “网络专供”是否靠谱?

“专供”是否会成为低价劣质的代名词?记者从电商和折扣店了解到,一些商品会直接标明是否为专供款,另一部分则是混在普通商品中一起销售。

对此,一位不愿透露姓名的品牌服装公司市场部负责人介绍,网络专供款和实体店是商家针对不同的消费

群体作出的营销策略,“部分产品只在设计、款式、功用上会有所区分,相当于两条产品线,质量都有品牌保证,不会相差太大,因此没注意过要另外说明。”此外,专供款不允许在正价的实体店销售,尤其是网络专供款只能在电商销售。

记者搜索得知,例如森马、哥伦比亚、欧时力、圣迪奥等品牌,均推出了电商专供货品。而对于一些商家以次充好,利用“网络专供款”作为低劣产品挡箭牌的情况,某电商平台提醒消费者,如果遭遇以次充好的卖家,可以向其投诉。

>>利润: 实体店网络款哪个更赚钱?

记者多方求证得知,为了避开实体店和电商两个销售渠道的左右手互搏,针对不同的消费群体进行差异化经营,已经是不少企业的选择。网店如果只卖线下的产品款式,为了不影响实体店的销售,就要做到与线下同款同价。当线上的销售额达到一定

规模时,又会影响线下品牌加盟店的业务发展,因此多数品牌推出“专供款”以平衡电商、折扣店和专柜的发展。

而记者走访比较得知,网络专供款的销量则明显好于实体店。“一般来说,进商场正价店的利润扣点是

20%~35%,而进电商网站的利润扣点是15%左右。再加上电商网站的运营费用比商场正价店低近五成左右,所以网络专供款更具有优势,是不少企业的现金奶牛。”山东大学专攻网络营销的王宾老师如此推测。

(据《广州日报》)

中国电信推出国内“一卡双号”业务

10月11日,中国电信通过官方微博宣布向用户推出“一卡双号”业务。该业务可在一张UIM卡上承载分别归属两个不同省级行政区的手机号码。

据中国电信客服人员介绍,除集团网、校园网等特定群体外,其他预付费和后付费客户均可办理此项业务,每个主号码可申请开通一个虚号码。

开通“一卡双号”业务的用户,其

主号码和虚号码都可以作为主叫号码拨打、接听电话,收发短信。据介绍,虚号码的归属地由用户根据需求自行设定,但必须不同于主号码所在的省级行政区,当用户处于设定的虚号码归属地呼出电话时,将自动使用虚号码。

据了解,中国电信此次推出“一卡双号”业务,是为了方便经常往来两个地区并拥有较多通信需求的客户。开

通该项业务的用户在全国范围内拨打虚号码归属地的电话资费为0.1元/分钟,但此业务只针对拨打虚号码归属地电话有优惠,当被叫时,仍执行主号码所使用的套餐资费。此外,虚号码不共享主号码的语音时长及短信包,也不能办理增值业务及程控功能,只有在费用上与主号码合账计算。

(据新华网)

工信部重申:不得收取选号费



买部1万多元的手机,即可获赠诸如尾号是999999的手机靓号。顾先生在某手机大卖场一下子花9万多元买了8部,商家却称要先预存10万元话费才能给靓号SIM卡,使用3年后还得交50万元违约金……日前,工业和信息化部公布《关于废止和修改部分规章的决定》,再次明确“电信业务经营者不得向用户收取选号费”。

目前我国施行的《电信条例》和《电信网码号资源管理办法》中,均禁止电信经营者“向用户收取选号费”和“以任何方式限定电信用户使用其指定的业务”。然而,工信部出台《电信网码号资源管理办法》10年以来,屡禁不止的“靓号”收费和变相收费、加价现象不断侵害用户权益。在电信运营商内部,“台面”上的说法是“靓号”资源并不明码标价,而是先到先得。不过一些新号码投入使用后,“靓号”总是很快被一些代理商“承包”掉,记者还看到甚至出现了相当数量的网站,专门提供手机选号服务,以此牟利。电信号码资源属于国家,属公共资源,天价手机号的出现,实际上背离了其公共属性。业内人士指出,此番工信部发文“叫停”,将有效地遏制这些“灰色地带”。

(据《解放日报》)



手机安全报告显示:

隐私获取类病毒猛增

威胁手机使用安全的病毒当前处于活跃状态,最新的一份报告显示,隐私获取类病毒发展呈现提速趋势,支付类病毒的危害正在增大。

根据腾讯移动安全实验室最新发布的《2014年8月手机安全报告》,隐私获取类手机病毒的占比猛增至34.62%,环比增长3.65倍。与此同时,恶意扣费类手机病毒占比则从7月份的24.79%下降至12.74%。腾讯手机管家安全专家分析,由于Android平台采取开放模式,导致大量手机病毒得以违规读取用户个人隐私信息,这是该类手机病毒猖獗的主要原因。而恶意扣费类病毒大幅下降是因为运营商的监管越来越严格,让此类病毒无机可乘。

腾讯手机管家安全专家表示,当前手机支付病毒危害性正在增大值得警惕。此类病毒集中表现为两大类,一是冒充网银、支付、购物、社交等应用,诱导用户输入银行账号密码信息,然后再通过病毒拦截、转发手机支付验证码等方式窃取资金。二是通过伪基站发送钓鱼诈骗短信,诱骗用户安装病毒APK,再通过带毒APK后偷偷拦截用户重要短信,盗取用户资金。

该报告显示,电子市场与手机论坛病毒来源渠道比例达到20%,17%。二维码渠道病毒在持续增长,达到13%。

专家建议,手机用户下载手机App要到正规、安全的电子市场下载,面对越来越多的手机支付类病毒,用户应下载安全可靠的防护软件,避免遭受经济损失。(据新华网)

通信运营商竞争升级

手机话费也能理财



手机预存的话费,除了每月自动扣除月租费之外,还能享受高达8%的收益,你会心动吗?

在互联网“宝宝军团”收益率几乎全线破5后,运营商们把竞争的战火烧到了话费理财。目前中国电信已推出添益宝,中国联通推出话费宝、沃惠宝,中国移动也推出和聚宝,三家运营商都走上了互联网理财道路,运营商无偿占用用户流动资金的时代彻底终结。

运营商与用户最直接的资金关系便是话费。预存话费送手机、预存话费送话费等行业通行的营销做法,会在手机用户的账户中产生一定的沉淀资金。按照“宝宝”类产品的逻辑,话费沉淀资金可以为用户带来额外的理财收益。

三家运营商的理财产品正是“打起了手机话费的主意”。今年5月,深圳联通与安信基金推出话费宝被业内认为是运营商推出的首个“宝宝”,盘活了客户原先沉淀的话费。最新推出的中国移动和聚宝中的资金则可签约绑定手机,当手机话费余额不足时,自动赎回和聚宝货币基金充值话费,相当于一个资金增值的话费“副账户”。

业内人士表示,运营商需要延伸“智能管道”附加值,互联网金融产品只是第一步,还需要考虑其他更多的增值服务类型。(据《浙江日报》)