

# 国产手机血拼营销 “小鲜肉”明星做代言

# 深圳开启“引凤计划” 各地人才争夺大战升级

华为 P 系列、荣耀、OPPO 的 R11、vivo 的 X9、金立的 S10、美图 M8 等这些主打年轻时尚群体的机型成为了目前各家手机厂商出货的主力。赛诺分析师李睿对记者表示,以 2 月份为例,2500 元到 3000 元价位段销售量同比去年就有一倍的增长。而反观眼下的暑期市场,该价位段销量趋势将继续走高。

对于手机厂商来说,这并不是是一场轻松的战役。做年轻群体的市场调研、产品规划、供应链、营销乃至渠道建设等都至关重要。

## 李娜 热衷营销

随着暑期的来临,手机厂商围绕年轻人开展的战斗一触即发。

记者在走访各大通讯卖场以及手机专卖店后发现,以“拍照”为主题设置的广告语充斥着各大卖场,并且几乎每一家主打年轻人市场的厂商都会签约“小鲜肉”明星做代言。

“手机拍照成为这一年大家关注的焦点。”手机中国联盟秘书长王艳辉对记者表示,手机竞争的同质化趋势明显,在硬件创新乏力的大背景下,零部件的微创新成为了手机厂商解决消费痛点的关键。目前来看,除了屏幕外,手机微创新的方向之一就是拍照技术,从原来的单摄到双摄,再到四摄和 3D 摄像头,未来演进的空间更具想象力。

为了保证上游货源充裕,今年以来,不少厂商选择与上游厂商进行联合定制开发,提前锁定资源。比如,此前为了保证一些拍照技术的独享,OPPO 和索尼进行合作,在 OP-POR9s 上采用了和索尼联合开发的全新堆栈式传感器 IMX398;华为等手机品牌则选择和拥有资源的厂商合作,在 P10 中将徕卡镜头带入了前置摄像头领域。

OPPO 副总裁吴强对记者表示,要进一步提升产品的竞争能力,如今必然需要借助



上游方案供应商的支持和帮助,需要和上游方案商共同规划和定义未来产品。

除了在配置上抢夺资源外,各家厂商在营销上的竞争更加激烈。

坊间曾流传着这么一种说法:“世上综艺千千万,OPPO、vivo 各一半。”说的是在手机营销上,OPPO 与 vivo 几乎不计成本的投入。就连华为荣耀总裁赵明也感叹,虽然荣耀是“富二代”出身,但和这两家手机厂商的营销费用一比,却是相形见绌。赵明向记者透露,目前荣耀的营销费用只占华为所有营销费用的 2% 左右。

从去年开始,各家手机厂商也热衷于抢夺一二线明星资源、热门娱乐节目的冠名。

“S10 找了薛之谦,也是因为除了希望继续巩固政商人群,金立还要在年轻人中站稳脚跟。”金立发言人霍世杰对记者表示,作为一家成立 16 年的手机厂商,金立希望在年轻人市场有所作为,而这个消费群体所能带动的销量对于金立站稳第二梯队至关重要。记者了解到,目前薛之谦一条微博的广告费用已经从 7000 元疯涨到 70 万元。

对于这种营销现象,王艳辉对记者表示,“传统广告”能发挥的能量似乎已经在不断减弱,特别是在 90 后、95 后这样的新生代群体中,传播强势的时代早已成为过去,单纯依赖广告就能成功不太可能。

但效果如何,仁见智。

“每个产品要让所有的人都知悉,如果通过传统的方式要付出几倍甚至上百倍的更大代价,我们通过创新,有创意的玩法,其实这个代价是很低的。”吴强认为,手机厂商现在处境艰难,但越是艰难的时候越要加大市场投入。

## 比拼线下渠道

除了配置、宣传方面外,渠道也在考验手机厂商实力的战场。

记者今年年初走访过山东菏泽的一个县城,在武县伯乐大街上,惹眼的绿色和蓝色让 OPPO 和 vivo 成为街道上最引人注目的手机品牌厂商。经记者粗略计算,在菏泽这个拥有 800 万人口的市场上,不计入合作网点和运营商门店,仅仅是 OPPO 自营的体验店就达 11 家。

GFK 通讯事业部研究副总监金瑞兆在接受记者采访时表示,随着乡镇市场红利的集中爆发,2016 年国产手机线下销量增长达 17.9%,是线上增速的 3 倍。

可以看到,华为的千县计划,OPPO、vivo 的低线渠道持续扩张,以及金立等厂商联合运营商抢占资源的做法直接触发了国内排位的变更。凭借着全渠道的渗透,OPPO 和 vivo 更是挤上了国内手机出货量前三的位置。调研机构 Trendforce 显示,2017 年第一季度,华为、OPPO、vivo 三家的市场份额分别为

24.7%、17.6%和 13.4%。

“OPPO 和 vivo 保姆式的风格让渠道管控能力变得非常强,装修不用操心,有资金支持,售卖不用担心,有导购培训,控货能力和利润优先的原则让不少店铺成为了这两家厂商在乡镇市场的据点。”金瑞兆对记者表示,乡镇市场的竞争力体现为“以门头为代表”的圈地上,在线下零售中,通讯独立店已成为各方争夺的焦点,这个业态占据着线下零售 47% 的份额。

OPPO 的官方数据显示,截至 2017 年,OPPO 线下门店已经有 20 多万家。这个数字远超华为,也是像魅族这类品牌的 10 倍。

但年轻人不是喜新厌旧吗?怎么保持对一个品牌的忠诚度?面对记者提出的问题,吴强表示,过年的时候回乡走一下,就能找到这个问题的答案。

在王艳辉看来,通过明星效应、卫视广告的轰炸以及口碑营销,在三四线城镇的年轻人还没有走进 OPPO 的店铺中,已经被品牌提前“洗脑”并锁定了。在熟悉的环境中,所能接触到的事物,大多数都与这个手机品牌相关,这就是从营销到品牌再到渠道的一体化运营思路。

荣耀、金立,还有各类中小手机品牌厂商也在学习这一“套路”。

与此同时,不同的渠道也开始“站队”,运营商、电商、手机连锁卖场纷纷在这两年加入到了手机厂商的销量大战中,在争夺年轻市场面前,各级渠道给出了在过去看来几乎不太可能的优惠政策。

此外,电商渠道也成为互联网手机厂商的主要阵地。包括一加、锤子、360 在内的厂商也在这个渠道中寻找愿意自己品牌的年轻群体。

“年轻的群体正在爆发,伴随着最后一批 90 后的成年礼到来,消费市场已经逐渐被真正的互联网一代全面接管。他们的成长,意味着消费市场的主流方式、社会文化塑造都将发生全面而深刻的变革。”王艳辉对记者表示,但目前来看,硬件创新的乏力,以及营销操作路径上的高度雷同也在困扰着手机厂商的发展,未来如何走,以及年轻群体是否能为厂商的销量目标买单,这些都是未知数。

# 微信支付发布境外开放平台

日前,微信支付在日本东京举办首场微信支付境外开放大会,上线全新微信支付境外开放平台(pay.wechat.com/en),让境外商户的接入门槛降低、接入效率提高、信息透明化。

境外商户及服务商只需通过线上自助提交申请资料-收到开户邮件-线上签约,3 步即可轻松完成申请,告别以往人工对接、效率

不高等问题,进一步降低境外商户接入门槛。境外商户还可以通过开放平台在线查询与微信支付合作的正规海外机构服务商名单。

随着接入门槛的不断降低,流程进一步标准化、便捷化,微信支付在日本的数据也在不断增长。微信支付团队数据显示,日本 6 月单日交易额峰值是 1 月峰值的 40 倍;随着客

户的持续提高,日本商家对微信支付的热情不断高涨,半年间,日本接入微信支付的商户数,上涨超过 6 倍,覆盖衣食住行娱乐游等方面;日本 6 月微信支付笔数较今年 1 月上涨 16 倍。通过微信支付,中国游客在境外可以直接支付人民币,免去了兑换货币以及现金、取现的烦恼,不带钱包已经成为中国游

客的新标签。

除了上线的全新境外开放平台,微信支付团队还发布了“WE Plan”跨境支付产品智慧方案,从申请开放、产品开放、物料支持、营销支持、技术支持 5 个方面加大对境外商户及服务商的扶持力度,更好地让中国出境游客享受和家里一样的“无现金”体验。(白商)

# 苹果向微博问答征收三成“过路费”

孙麒麟 石飞月

继头条和知乎后,微博问答宣布向苹果缴纳收入分成。日前,微博问答发布公告,未来,微博问答的围观收入将有三分给苹果平台。

微博问答称,该 App 的 iOS 客户端正在升级,未来提问功能无法使用;同时微博问答的围观功能将接入苹果支付渠道,在提问者与回答者的围观收入中,苹果将首先扣除 30% 的手续费。不过微博称,在来自 iOS 客户端的围观收入中,微博的分成比例将从目前的 10% 下调至 5%。比如,用户来自 iOS 端的围观收入 1 元,那么结算的收入为(1 元-苹果手续费 0.3 元-坏账 0.01 元-微博分成 0.05 元-其他流程费用)×50% (之所以乘 50%,是因为提问者与回答者各分一半)。

微博还表示,由于苹果支付结算的周期是 1-3 个月,所以,每笔来自于微博 iOS 客户

端的围观收益的结算周期将会顺延。在此期间,来自安卓和网页版微博的围观收入和结算周期皆不受影响。

6 月 11 日,苹果开发者网站新版(App Store 审核指南)指出,如果开发者想在 iOS 软件提供下述功能(比如用户订阅、游戏内虚拟货币、游戏级别、获取高级会员内容,或者提供完整功能版本等),必须使用软件内购买。iOS 软件可以使用软件内购买来让消费者面向数字内容的提供者支付“小费”,相关的软件不得采用其他的按钮、外部链接或者其他方式,让消费者使用苹果之外的支付渠道。

据了解,打赏功能随近几年自媒体、直播、知识付费等水涨船高,如今,包括微信、今日头条在内的自媒体活跃平台,映客、花椒等直播平台,知乎、分答等知识问答平台打赏功能的使用频率都十分高。这种打赏方式也具有“中国特色”,据了解,Facebook Live 等美国直播应用都没有打赏功能,Facebook 目前

允许主播在直播中展示广告且保留 55% 的广告收入。

在苹果公司发出这个通知后,国内多家 App 反应各不相同。通知发出后,知乎专栏发布公告称,iOS5.3 版本的知乎 App 更新之后,专栏打赏功能将接入应用内支付机制,苹果公司将从中扣除 30% 作为手续费,结算周期将延长,今日头条也选择了妥协;直播平台则根据各自条件做出了不同的选择,一部分将费用转嫁给用户,而另一些则选择自己承担。

相较于向苹果“低头”的平台,拥有 8 亿用户的微信则选择拒绝支付 30% 的渠道费,直接下架了 iPhone 微信公众号文章的“赞赏”功能。今年 4 月,微信通过其官方微博“微信派”先后发布一则《遗憾通知》和一则《再次通知》,称关闭了 iOS 版微信公众平台赞赏功能及替补的二维码转账功能。

其实,收取 App 抽成是苹果在中国市场水土不服的重要反应。今年 5 月,苹果发布的

2017 财年第二财季报告显示,虽然营收和净利都同比增长,但中国市场成为苹果全球市场中唯一出现下滑的地区。同时,苹果在中国市场的营收自 2016 财年第二财季出现首次下滑后,目前已经连续 5 个季度下滑,5 个季度营收分别同比下滑 26%、33%、30%、12%、14%。

另外,根据 IDC 中国季度手机跟踪报告显示,2016 年苹果手机在中国的出货量约为 4490 万台,同比下降 23.2%,市场份额为 9.6%,排名第四。苹果在中国市场的影响力逐渐被华为、OPPO、vivo 等国产手机占据。不过,苹果应用商店 2016 年最大的市场却是中国,收入也已超过美国市场。

锤子 CEO 罗永浩表示:“打赏是用户对贡献内容者的馈赠,不是 App 官方卖东西赚钱。”他指出苹果不分青红皂白。还有业内分析人士认为,App 的黏性毕竟要大于硬件的黏性,苹果最要紧的还是需要解决手机销售疲软的问题。

董青枝

继武汉、福州、成都、西安等城市纷纷出台各种优惠政策,开启“引凤计划”之后,深圳也加入了这场“抢人大战”。

近日,深圳市规划和国土资源委员会发布《深圳市住房建设规划 2017 年度实施计划》。

根据《计划》,2017 年深圳计划新增安排建设保障性住房和人才住房 5 万套,约 277 万平方米,用地出让上优先满足人才住房和保障性住房用地需求。记者注意到,深圳市今年计划开工及筹集保障性安居工程项目将确保 8 万套,力争 10 万套;供应 4.5 万套。此外,深圳今年还计划新增安排建设商品住房 8 万套、建筑面积 720 万平方米。

## 新建商品房房价九连降

在商品住房方面,《计划》指出,深圳今年计划新增安排建设商品住房 8 万套、建筑面积 720 万平方米。其中新供应用地建设 0.5 万套、建筑面积约 45 万平方米;城市更新用地安排建设 4 万套、建筑面积约 360 万平方米;征地铁返用地建设 3.5 万套、建筑面积 315 万平方米。

深圳市规土委发布的数据显示,今年上半年深圳新建商品住宅累计成交面积为 105.46 万平方米,同比下降 57.2%;二手住宅累计成交面积为 241.24 万平方米,同比下降 51.7%。6 月份,深圳新建商品住宅成交均价为 54492 元/平方米,已连续 9 个月回落。

李宇嘉向《每日经济新闻》记者表示,今年新建商品住房增长近一倍,在一定程度上可以缓解房价紧张预期,因为 2015-2016 年深圳新建商品住房的库存一直维持在 6 个月(的去化水平上),供求关系紧张。但他同时指出,这新增的 8 万套商品住宅必须是普通商品住房,不能是豪宅,且面积应在 90 平方米以下,且多分布在龙华、宝安、龙岗等区域,这样才可以有效缓解市场预期。

此前,李宇嘉在接受新华社采访时还表示,今年新房供应不足,新盘预售价格受到管控,上半年高价楼盘入市较少;此外,偏远地区的刚需盘成交量较大,一定程度拉低了全市的新房均价。

## 优先满足人才住房用地需求

在人才住房和保障性住房方面,《计划》提出,多渠道安排筹集建设人才住房和保障性住房,今年计划新增安排建设保障性安居工程项目 5 万套,建筑面积约 277 万平方米。

值得注意的是,2016 年,深圳市计划新增安排建设保障性安居工程项目 4 万套、建筑面积约 209 万平方米、供应用地约 65 公顷。截至 2016 年底,通过新供应用地建设、城市更新配建、产业园区配套建设等多种渠道,共落实人才住房和保障性住房 40093 套,100% 完成计划任务目标;折合用地约 66.8 公顷,完成计划任务目标 102.7%。

《计划》提出,今年深圳商品住房、人才住房和保障性住房用地供应统筹安排,用地出让优先满足人才住房和保障性住房用地需求,并稳定人才住房和保障性住房建设用地供应规模。多渠道拓展人才住房和保障性住房来源,持续创新商品住房用地出让模式,“招拍挂”出让商品住房用地,土地溢价率超过一定比例的,由竞价获得者竞配建人才住房和保障性住房面积,增加人才住房和保障性住房建设规模;提高城市更新项目中人才住房和保障性住房的配建比例。

中国综合开发研究院旅游与地产研究中心主任宋丁表示,多年来的调控只是压制需求侧,现在终于拐到供给侧了,从土地供应和房产供应的模式变革入手了,办法就是让市场和政府两只手共同抓住住房问题。第一个层面,市场和政府都盖房,市场继续盖商品住房,政府盖保障性住房;第二个层面,住房市场除了提供售卖式住房外,还将大量提供租赁式住房。

**便民服务** QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

**注销公告**  
成都天鸾启航科技有限公司(统一社会信用代码:9151010734302555XF)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

**注销公告**  
成都暴击科技有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61WWJ368)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

**注销公告**  
成都友昆农业开发有限公司(注册号:510109000610365)经股东会决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

**注销公告**  
成都勇和平企业管理咨询有限公司(注册号:510105000421398)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

**注销公告**  
成都一笑堂餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91510108MA61UH64XQ)经公司股东会决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务事宜。特此公告

**注销公告**  
成都恒恒广告传媒有限公司(统一社会信用代码:510100013297)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

**注销公告**  
越洪刚身份证511113198809242317于2017年7月7日遗失(统一社会信用代码:9151010734302555XF)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

**注销公告**  
四川大华骏腾餐饮管理有限公司(税务登记证号:510108331984251)金税盘,2015年04月22日领购的增值税普通发票25份(发票代码:5100151320,发票起止号码:03309381-03309405)遗失作废。

**注销公告**  
四川省成都威固钢结构工程有限公司,郭俊良,二级建造师注册证书,编号:川251121378639,遗失,声明作废

**注销公告**  
四川省成都威固钢结构工程有限公司,卢文瑞,二级建造师注册证书,编号:川251121378638,遗失,声明作废

**注销公告**  
成都超义精细化工有限公司,统一社会信用代码:915101005946923497,经公司股东会决定注销公司并成立清算组,清算组成员由钟易晏、李通、曾俊组成,请债权人自公告之日起45日内,前往四川省成都市锦江区东玉龙街37号3楼A334号向我公司清算组申报债权。特此公告

**注销公告**  
成都隆翔置业有限公司(编号:5101009555567)遗失,声明作废

**注销公告**  
成都铁路局信息技术所朱强(人网号:5101069996831)不慎遗失,特此声明作废

**注销公告**  
乐山悦空间装饰设计工程有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91511102056051851T)遗失作废

**注销公告**  
四川合泰环境检测有限公司(统一社会信用代码:510104309404441)正副本遗失作废

**注销公告**  
成都第三大街餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:915101045920590057)经股东会决议予以注销公司,请公司债权债务入自公告之日起45日内向我公司清算组申报债权债务,逾期按相关规定处理。特此公告

**注销公告**  
成都新金理房地产经纪有限公司(统一社会信用代码:5101075054949),法人章李行(编号:5101075054950)遗失声明作废

**注销公告**  
金牛区川和电线电缆经营部(川税字4452219880923033X)四川增值税普通发票(发票代码:5100152320,发票号码:05292371,17150598,17527357,17527368,17527369,17527370,17527371)不慎遗失,特此声明作废

**注销公告**  
成都新金理房地产经纪有限公司(统一社会信用代码:5101009403645)遗失,声明作废

**注销公告**  
宜宾市南溪区学兵饲料有限公司(统一社会信用代码:511503560732250)遗失,声明作废

**注销公告**  
成都东泰行商贸有限公司,财务章(编号:5101075054949),法人章李行(编号:5101075054950)遗失声明作废

**注销公告**  
成都新金理房地产经纪有限公司(统一社会信用代码:5101009403645)遗失,声明作废