

手机厂商逃离竞争血海必须借助创新

林春浩 财经评论员

“目前的手机行业已经不是红海,是血海。每星期都要上头条,每个月要放颗卫星,换了块能用来做饭的钢板也要让全世界知道,价格只有更低没有最低,CEO不是脱口秀九段也得抓紧业余时间练成rap歌手,否则可能就丧失了群众关注度。”这是周鸿祎对目前手机市场的评价。喧嚣之下,其实更多的是手机厂商对于残酷竞争的无奈。(7月29日《第一财经日报》)

据工信部公布的数据显示,中国国内手机用户达12.9亿户。今年上半年,我国共生产手机7.61亿台,中国的手机行业具有非常广阔的国内外市场前景。但是,令人遗憾的是,在

众多手机生产企业中,却很少出现能和苹果相媲美的国际名牌。而且,相当大一部分手机厂商长期不思进取,一味依靠模拟抄袭同行工艺设计等行为获得发展,其产品价格虽然比较便宜,但产品质量也基本乏善可陈。

当今手机行业普遍急功近利的结果严重扰乱了市场,导致中高端消费者纷纷购买进口手机产品;在中低端市场,则长期处于血海般的恶性竞争环境。与此同时,中国手机市场的行业集中度越来越高,大多数的企业如果不加以创新,开拓市场的难度将会越来越大,而失去既有市场份额则轻而易举。可以说,中国手机生产者如果不努力改变现有经营模式,必将引发越来越严重的并购乃至倒闭潮。

令人可喜的是,有一些手机生产厂商已经意识到创新的重要性了,它们提出了做旗舰机的经营模式,即通过努力研发,生产出具有差异化的优质产品。笔者认为,这种做法虽然经营风险比较大,因为产品的生产周期比较长,一旦推出市场后,消费者的需求发生了变化,就会导致生产企业难以实现预期的销售回报。但是,创新一旦成功,却是打造品牌的最有效的方法,而品牌则是市场竞争最强有力的武器,也是使产品获得超溢价的重要法宝。实际上,苹果、小米等品牌手机,都是通过不断创新,才成为驰名中外的手机品牌的。

当然,任何创新都充满了风险,它要求手机厂商必须组织一定的人力、物力、财力,同时摒弃急功近利的行业共有的浮躁心态

去耐心打造精品,才能获得成功。

由于手机的生产链条具有一定的特殊性,从下单到生产线,都需要由生产商和供应商通力合作,才能够获得成功。因此,笔者认为,手机生产企业在创新过程中,最好实行创新联盟模式,才可能在节约成本、时间的基础上实现创新目标,具体可以通过以下两种模式加以实现:

首先,手机生产商不妨优先选择产学研联盟,联合高校、研究所等机构,参与手机产品工艺设计,通过增加或优化手机既有功能、改变产品外观等方式,不断提高产品质量,吸引更多的客户。

其次,手机厂商不妨联合行业上下游企业,比如原材料供应商和组装加工、经

销商等,共同参与到新产品的研发和销售中来,形成以生产企业为联盟盟主,其他企业协助的星形联盟模式。这种模式特别适合于中小型手机生产企业,因为在联盟过程中,其他相关企业会分摊掉一些研发失败的风险,并普遍会以积极主动的态度参与到研发工作中。当然,这种合作模式需要作为盟主的手机生产企业具有较强的市场号召力,比如平时经营状况良好,企业经营者重合同守信用,拥有较好的商誉。

笔者认为,虽然创新过程中往往充满了阵痛,但它却是任何成功企业的必经之路。相信中国手机行业在创新的驱动下,能够迅速告别低端的价格战、广告战等经营模式,从而获得更大的市场发展空间。

第三方支付,安全与便捷不可得兼?

邓海建 媒体人

7月31日,央妈派发周末“大礼包”,发布《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》。随后,有市场人士对于意见稿中第二十八条解读为,第三方支付账户最高支付额度仅为5000元。对此,各方反应强烈。31日晚,参与意见稿起草的央行相关人士回应称,网购最高限额5000元的说法为误读。(8月1日《第一财经日报》)

面对一日购物超570亿的中国消费市场来说,敏感的降息降准,或者调整股票交易费,恐怕亦不如网购限额在民间引发的“骚动”厉害。征求意见稿一出,各种民调数字冷热不均地表达着民众的诧异与担忧:不少人认为意见稿在限制第三方支付层面有“开倒车”的意思,过于贴心保护了银行等传统金融机构的利益格局,而在互联网金融创新方面给出了一张严酷旧板的冷脸。

网购最高限额固然是个误会,刷卡党依然可以“无限畅购”,再也不要担心买买买的问题。不过,拿第三方支付机构的“余额”来消费的话,限额还是明摆着的。“无限畅购

无限飞”的前提,是你有可以网络支付的银行账户。根据这个意见稿——网络第三方支付每个客户所有账户每天限额5000元,而类似于目前微信红包等的支付方式,日累计金额更是不得超过1000元。此外,包括理财在内的综合性账户一年不得超过20万元。举例来说,你想买一部7000元的水果机,5000元可以从宝宝类账户上秒扣,而剩下的2000元,则需要继续从银行账户上晃悠悠扣除。

于是矛盾就来了:央妈的意思,是安全第一(当然,有人理解为银行类传统金融机构的利润第一)。毕竟,这几年有关盗刷、欺诈、套现等乱象,也让网络支付安全成为严峻的民生话题。相关数据显示,截至2015年4月,已经有270家企业获得第三方支付牌照,其中包括阿里巴巴、腾讯、网易、百度、新浪等互联网巨头。平台多了,其间的风险积聚也让系统安全成为达摩克利斯之剑。解决安全问题,最便捷的方法当然是“紧箍咒”。

消费者的想法,是方便第一。科技以人为本也好,制度人性取向也罢,既然有了第

三方支付这么个好东西,哪怕它终究不能成为搅局银行业深改的一尾鲶鱼,起码也让我购物消费的时候少些繁杂的手续。验证这、验证那,翻来覆去证明“我是我”,这是逼着人回到现金消费的上世纪吗?再说,网络支付确实是互联网金融的基础,额度收紧不仅阻碍了网络支付的发展,也必然影响互联网金融的进步。别说“9成民众不欢迎支付新政”,就是在互联网金融界,专家也认为“意见稿将降低支付效率,让行业一夜之间倒退10年”。

安全与便捷,成了鱼和熊掌,果真不能得兼吗?这个问题,支付宝多少有点发言权。

政策博弈自是正常,何况,第三方支付还算个新事物,管理与服务也要有个摸索、乃至试错的过程。不过,抛开专业的考量不谈,对于民众来说,最大的希望就是兼顾安全与便捷,不要因为菜刀能砍人,就逼着大家回到“凭户口本供应”的时代。既然是征求意见稿,更当听听操作支付行为的公民的意见,支付限额也好、逼回银行也罢,新政的初衷与走向,还得经得起民意拷问与科学考量。

“今麦郎天价维权事件”再证消费者“检测难”

乔志峰 职员

男子发现调料包有异物,向今麦郎索赔450万被刑拘。辽宁省绥化市李海峰发现,今麦郎方便面的醋包中含有玻璃,且第三方机构检测显示汞含量超标4.6倍,为此向其索赔450万元。今麦郎不接受索要金额,称“不认可检测结果,给予7箱方便面算是提出意见的奖励”,后向警方报案。李海峰于7月29日晚以敲诈勒索罪被刑拘。(7月31日澎湃新闻网)

向商家索赔,竟然索出了“敲诈勒索”,足以令人心惊。7月28日,《人民法院报》发表题为《“天价索赔”不等于敲诈勒索》的文章称,基于合法权益被侵犯的“天价索赔”,不等于敲诈勒索;“过度维权”行为也有民事法律规制,无需刑治伺候。对于弱势群体消费者的“天价索赔”,商家完全可以拒绝,也可以协商解决,还可以建议消费者通过仲裁、诉讼等方式进行,并不受消费者控制,“天价索赔”本身并不等于敲诈勒索。我对此观点表示赞同,不再赘述。而此案的一些细节,也颇多值得反思之处,特别是关于产品检测难的问题。

过期食品就不能投诉吗?李海峰称,在发现今麦郎方便面醋包有异物后曾拨打过12315举报投诉热线,对方以过期食品不接受投诉为由拒绝了李海峰的维权申请。这当

然有其合理性,既然设置保质期,就是为了给出一个保证质量的时限。食品过期后,各项指标都无法得到保障。不过,也会遇到一些特殊情况,比如此案中,李海峰称发现方便面醋包里有明显有大块类似“玻璃块”的物质。那么,“玻璃块”到底是什么?如系调料物质过期板结,则并非厂家的过错;但如果是玻璃等异物,厂家则需要为食品中混入异物负责。这份责任并不能因食品过期就能免除。

消费者为何检测无门?因根据有关规定,消费者个人无法到食品药品监管部门送检,2015年1月19日,李海峰在网上找到两家第三方检测机构共花费4500元对方方便面醋包进行检测,检测报告显示醋包内汞含量超标4.6倍。无法检测,就无法维权。检测难,直接导致了维权难。消费者花费不菲请第三方检测,商家最终却不认可。消费者还能怎么办?相关规定岂非成了消费者维权的“制度性障碍”?

新消法实施以后,规定更细了、标准更严了,但消费者维权难等老问题依然可能存在。消费者买到了疑似问题商品,怎么检测?找谁检测?这竟然也成了个难题。如果维权渠道不通畅,维权的时间成本和经济成本过高,无疑会影响到消费者维权的积极性,甚至有人只好无奈地选择“多一事不如少一事”。解决维权难,检测难这块短板应及时补上。

莫以规范为名阻碍互联网金融创新

江德斌 时评人

上周五,央行发布《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》,规定用户开网上支付时,需要用3到5种验证渠道交叉验证其身份。未来用户发微信红包,需要向微信提交5个机构的证明来验证自己身份;告别免费转账时代,AA收款功能或成摆设;“快捷支付”超200元,或需登录银行网银验证。(8月3日《华西都市报》)

央行发布的意见稿,本意是想规范非银行支付机构的网络支付业务,保障用户的资金账户安全,建立风险控制机制,但其在发布之后,就引来各方的批评,认为是在阻碍互联网金融创新,乃是一种倒退的行政管理手段。而让广大网友出离愤怒的地方,则是媒体解读的支付验证程序,居然发个红包也要“向微信提交5个机构的证明来验证自己身份”,岂不是比验证“我妈是我妈”还要荒唐!可事实果真如此吗?事实上央行的意见稿确实有要求用户开网上支付时,需要用3到5种验证渠道交叉验证其身份。但需要明

确的是,这个是开支付账户的前置条件,也就是开户前需要验证身份信息,但在账户开好以后,就不再需要这些繁琐的验证了,那所谓的“未来用户发微信红包,需要向微信提交5个机构的证明来验证自己身份”并不存在,只是一种误读罢了。

不过,即便如此,对于客户而言,3到5个外部渠道证明个人身份,还是有一些麻烦,而且究竟哪些外部渠道属于央行认可范围之内,在意见稿里并无明确,则就容易陷入九龙治水的混乱局面,谁都可以开证明,但谁都不愿意承担这个责任。而且,目前政府本来就在力推简政放权,减少民众办事程序,压缩那些不合理的证明,央行的做法岂不是在背道而驰,也难怪民众要表示强烈不满。

至于意见稿里的相关规定,涉及到免费转账、AA收款、快捷支付等问题,对广大用户来讲,也是添堵烦恼。这些功能方便快捷,又省钱又省事,支付程序非常简单,用户的日常使用习惯已经养成,现在要被叫停或增加验证流程,岂不是大为光火?须知,这些支

付业务都是互联网金融创新产品,乃是传统金融行业没有开发出来的,如今为了规范非银行支付业务,就要来个一刀切,岂不是因噎废食?

从互联网金融的发展历史来看,就是立足于满足用户体验,给用户提供更多便利,创造更多附加值,从而吸引用户和增加黏性。由于互联网金融公司大多是源自网络公司,跟传统银行的经营理念 and 盈利模式有很大差异,对市场看法、业务拓展方式、用户服务态度等都不同,其更具有创新精神,敢于踏足新的领域,也更接地气,开发满足用户需求的产品。

如今,互联网金融方兴未艾,市场前景可观,既对传统银行业形成挑战和冲击,也在发展中出现很多问题,确实需要予以规范。但是,规范乃是为了行业更好的发展,而不是用行政手段打压创新精神,增加用户麻烦,以维护传统银行的既得利益。互联网金融符合时代发展潮流,只要明确公司应承担的支付风险责任,维护好用户的合法权益,行业自会探索出适宜的道路。

郑楚彬 财经评论员

“一年前,如果一家P2P平台收益率没有20%以上,我连看都不会看。但是现在,平台收益率普遍在12%左右,能有个18%都是相当高了。”深圳一位资深P2P投资者说。随着P2P行业同质化竞争日益激烈,加之《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》(简称指导意见)的出台,P2P曾经引以为傲的高收益王牌将日渐失效。(7月31日《经济参考报》)

中国P2P行业经过两三年来的一路狂奔,市场不断被做大,预计今年年底历史成交额会突破8000亿元。按照市场行业生命周期规律来看,虽然目前绝大部分平台都尚未盈利,但P2P的美好前景已经基本可以预期了。这也是众多上市公司、风投纷纷注资P2P的重要原因之一。

但是,P2P在发展过程中,却一直伴随着跑路、提现困难等问题,严重危害到投资人的本息安全,并导致很多准投资人和潜在投资人望而却步。众所周知,这些问题产生的最关键原因,就在于平台风控能力不佳,而风控失谋的核心原因,则在于利率偏高,借款人很难通过P2P筹到的资金,获得高于利率水平的回报。因为中国整体行业平均利润率长期保持在12%以内,大部分行业的新形势下,各行业利润率更是普遍下滑。众所周知,当企业借款利率远远大于经营利润的时候,就会陷入亏本以至于无力偿还,最终导致那些承诺担保本息安全的P2P平台遭到损失,陷入困难乃至于倒闭。

如今,P2P行业通过集体共同努力,把利率水平下调到越来越合理的水准,虽然短期内会影响到投资者的投资积极性,但从长远来看,却是保护投资人本息安全的最有效手段,即投资人表面上看似牺牲了一部分利率,却赢得了更大的资金安全性和流动性。虽然P2P利率持续下降,但是,到目前为止,中国还没有哪一家P2P利率低于商

业银行同期存款利率。而且,通过央行指导意见来看,P2P在很长一段时间内,其利率水平仍然具有较强的市场竞争力。我认为,既然央行已经认定了P2P是一种民间借贷行为,并受到相关法律保护,而民间借贷的利率水平只要不超过银行贷款利率的4倍即算合法。也就是说,P2P产品的种类仍然充分实现利率市场化之前,其整体利率水平仍可远远高于同期银行存款,以此保持较强的市场吸引力。

但是,P2P行业在利率策略调整之际,必须付出更多的市场营销的努力,才能继续保持原有的市场份额,并进一步扩张市场。那么,当前P2P经营者们应该具体做些什么工作呢?我认为,至少要做到以下三点,P2P才能获得更快的发展。

首先,P2P行业当前的工作重心,应该尽量转移到产品研发上。利率下降了,产品质量肯定得相应地得到提高,才能避免客户产生今不如昔的投资乏力感。实际上,当今P2P产品的种类仍然不够丰富,特别是较有竞争力的产品极其罕见。这样的结果导致市场细分水平较低,所有的平台都难以通过差异化产品实现平台培养顾客忠诚度的目的。

其次,P2P行业应该开展更有效的市场营销特别是促销活动。当前,大多数P2P平台推广模式都比较单调乏味,而且都以比拼广告投放量和比拼优惠力度为主,这样的市场营销模式往往充满了较高的风险,因为最终收益可能难以有效覆盖成本,平台容易陷入经营危机或财务危机。我认为,P2P平台最好改变这种传统的营销策略,将更多的力量转移到营销创意上,通过富有轰动性和影响力的促销创意去打造品牌,进而获取更大的发展空间。

最后,P2P平台要进一步完善风控机制。P2P作为互不认识的借贷双方资金融通撮合者,理应为投资人提供风险参谋的尽责安全调查服务,通过更加专业的风控水平,为投资人营造安全稳健的投资环境。

第三方支付尤需把牢风险控制点

雷振华 职员

近日,央行发布了《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》,向社会公开征求意见。征求意见稿公布后,市场上产生了一些误解,认为单日付款如果超过5000元就无法支付。对此,央行进行了公开解读。(8月3日新华网报道)

央行的初衷很明确,在时下网络支付安全性存在严重威胁,且有大量案例作为佐证的情况下,第三方支付发展迅猛带来的风险已有目共睹。数据显示,2014年中国第三方支付市场交易规模预计达24.72万亿元。而2013年的市场规模为16万亿元,第三方支付以年均高达45.2%的速度高速增长。与此同时,在2011年央行公布的数据我国网银安全事件的发生概率仅为百万分之一,而截至目前,仅从第三方支付官方声称来看,其风险概率就已达到十万分之一,不到3年时间移动支付风险猛增10倍。

其实,用户在购买手机、平板电脑等移动工具时,稍不留神就会遭受盗版软件带来的潜在第三方支付风险,还有现有的第三方支付方式中,主要采用银行卡与手机号码、商家固定电话号码绑定的模式进行手机支付、电

话在线支付,因受手机卡技术或电话线保密技术的限制,所发送的支付信息通过公网传输,加密功能在当前技术条件下难以做到“百密而无一疏”。手机号码、电话号码以及输入的密码等重要信息容易被黑客破译和截取,尤其是通过短信方式的支付信息是非交互式的,实时性和数据的完整性难以得到保证,无疑会带来防不胜防的技术风险。

回头来看,当前网上叫卖“监听王”与短信推销“同手机号与同电话号复制卡”等违法设施与工具出售的盛行,从侧面证实了当前信息被破译和监听并非难事,这就更容易造成第三方支付风险的发生。同时,当前依然缺乏完善的行业规范与监管政策,以及配套的法律法规尚处于探索和试行阶段,亦容易形成信誉风险、政策法律风险等同样需要引起用户重视。因此,笔者认为,为防范第三方支付的风险,需要自我采取正确的防范措施。

其一,选择正规、诚信、售后服务有保障的商家,购买诸如手机、平板电脑等移动工具,不可贪图便宜而误买内存盗版软件的所谓品牌的移动工具,导致自己使用移动支付时无端遭受风险。

其二,在与商家签订移动支付电子协议

时,要仔细查看协议条款,把准双方的权、责、利,尤其是要注意风险提示类条款是否有利于商家而让消费者平白无故“受伤”,还要妥善保管好经双方签字盖章的协议及相关凭证,为日后维护自身权益打好“预防针”。

其三,用于移动支付的银行卡留存金额要根据自身经济实力适当控制,支付金额尽量做到宜少不宜多,支付后及时查看账户明细交易信息,避免一旦遭遇风险而“手忙脚乱”。

其四,用户尽量避免使用免费又不需要密码的wifi,要留心不要掉入名称相近的钓鱼wifi网络陷阱,平常关闭手机wifi自动连接功能,以免自动扫描并连接上不设密码的钓鱼wifi网络。条件许可的,可用两部手机,一部用来上网登录支付宝等第三方支付刷卡操作,另一部专用于接收手机银行或者第三方支付平台的验证码,以此降低银行卡被盗刷风险。

其五,要自我保管好移动工具,做到工具不离身,一旦发现被盗与丢失,及时采取银行卡口头紧急挂失,规避复制与盗刷风险,尤其是做到可用不用移动支付时,尽量选择固定支付方式。