



由《中国经营报》30年积淀资深团队倾情打造,关注IT、科技、通讯、电商、家电领域的新闻、新知、新趋势,每日15分钟,TMT领域的高营养品质悦读午餐。
中经e商圈微信号:zjetmt

C6 机皇争霸
C8 改造戴尔 千亿投资中国“买路”

>C5~C8

90%以上手机号必须实名制

最狠“实名制”开始 强规定治理“黑卡”

本报记者 郭梦仪 北京报道

按照工信部要求,9月1日起,电信运营商在通过各类实体营销渠道销售手机卡时,必须要求用户出示本人身份证,并当场在第二代身份证读卡器上进行验证。未实名的老用户也会被要求补办登

记。运营商甚至搬出了“停机”措施,用以敦促用户进行实名制登记。

而此项要求在今年年初予以公布。今年年初,工信部、公安部、国家工商总局联合印发了《电话“黑卡”治理专项行动工作方案》,称将在全国范围内联合展开为期一年的“黑卡”治理专项行动,

并要求从9月1日起全面实施手机号实名认证,各电信企业的实名率年底必须达到90%以上。

手机实名制并不是一个新话题,由于各个方面的原因,手机卡实名制遭遇“软执行”。此次新一轮手机卡实名制的强制执行,真的能解决“手机诈骗”的难题吗?



本报资料室/图

多举措强推实名制

焦点在于“运营商可能对非实名用户实行停机措施”。

此次号称“史上最严”的手机实名制引发舆论热议,焦点在于“运营商可能对非实名用户实行停机措施”。

《中国经营报》记者致电中国移动、中国联通以及中国电信三家运营商,除中国电信电话无人接听以外,中国移动和中国联通相关负责人在接受本报记者采访时表示,将按照工信部相关措施普及手机卡实名制。其中中国联通相关负责人表示,中国联通会用短信不断提

狠手段遏制黑卡渠道

黑卡给监管带来很大难度的同时,也增加了社会安全隐患。

易观国际分析师朱大林认为,实名制主要是打击手机“黑卡”,黑卡给监管带来很大难度的同时,也增加了社会安全隐患。公开资料显示,黑卡销售主要有两种途径:一个是报刊亭和贩卖通讯设备的小店,以及电商。未来在此次高压政策下,上述两种途径的黑卡销售得到了一定程度的遏制。

醒用户。若长时间不办理,将会停机,“不过属于半停机,用户能接到电话,但是不能打电话”。

记者从三大运营商了解到,由于历史原因目前仍有部分老用户未进行实名登记。中国移动负责人表示,非实名老用户可以携带手机SIM卡及有效身份证件原件到中国移动营业厅办理,后续还将开通中国移动手机营业厅APP、10086网上营业厅、“中国移动10086”微信公众号等电子渠道实名补登记,方

便客户验证身份信息在线登记,中国移动还将适时开展流量赠送等专项促销活动,大力引导用户实名补登记。

此外,中国移动表示将通过多项举措推进实名制工作。一是应用技术创新提高身份信息核验能力。中国移动要求自2015年9月1日起,实体渠道必须配备二代证读取设备或NFC手机现场核验身份信息,未具备身份证芯片信息读取设备的网点不允许售卡。二是强化网

络售卡监督管理。目前中国移动仅允许自有门户网站和中国移动天猫旗舰店进行网络售卡,不对任何社会渠道授权网络售卡。三是强化社会渠道认证。全网部署社会渠道统一标识,实现“线下张贴,线上查询”,客户可以通过扫描标识二维码查询渠道信息,认清正规授权门店。四是建立严格的闭环管理和处罚机制。对实名制违规网点从严处罚,对涉嫌利用“黑卡”等从事的违法犯罪活动移交公安机关依法查处。

强规定或能见效

此次手机卡实名制问题有了一丝的“认真”,一丝“狠劲”。

虽然手机实名制被认为是打击“黑卡”,防治“骚扰短信”“诈骗”的有效治理手段。然而,多年来,手机实名制一直处于“呼吁”“推动”阶段,大量非运营商渠道、“卡商”“卡市”仍然存在未实名手机卡,实名制遭遇了“软执行”。

中投顾问IT行业研究员李方庭在接受本报记者采访时指出,实名制到现在都未彻底执行,主要原因有三:一是运营商实名制推广动力不足。运营商发卡量越大,效益就越高,实名制的推广对销售规模有一定影响;二是老用户补登数量庞大、工作任务量较大,增加了实名制推广难度;三是存在大量无视实名制、继续销售手机卡号的商家。

不过,受到国家高度重视手机实名制的推行,此次实名制的

执行将更加彻底。而在业内人士看来,虽然相关部门需要进一步明确强制性指标,而运营商也需要进一步落实身份认证设备、终端的普及,但此次手机卡实名验证能在一定程度上促进手机卡实名制的推行。而运营商的“长期提醒不办理实名制的实行半停机处理”的措施,也让此次手机卡实名制问题有了一丝的“认真”,一丝“狠劲”。

李方庭认为,电信企业已经提出各类实体营销渠道必须全面配备二代身份证识别设备;为用户办理电话入网手续时,需使用二代身份证识别设备核验用户本人的居民身份证,并通过系统自动录入用户身份信息等一系列措施,这对运营商产生一定的压力,促进运营商尽快落实相关政策要求。

“度秘”诞生 百度蓄势移动互联网入口

本报记者 王丽娜 北京报道

9月8日,2015年百度世界大会在北京举办,本次大会的主旨是“索引真实世界,连接3600行”,打造开放的生态平台。大会发布了基于手机百度6.8的秘书化搜索服务智能机器人助手——“度秘”。

作为本次大会的重磅产品,“度秘”依托百度强大的搜索技术和智能交互技术,不仅可以发挥像苹果 Siri、微软小娜那样的信息交互的能力,更重要的是她强大的“秘书”能力,即通过人机对话,“度秘”可以理解用户的需求并提供各种优质服务。

未来,“度秘”可能会成为一个基于百度强大的搜索技术和人工智能技术的入口。

野心勃勃的“度秘”

当你在办公室或者大街上,对着手机里一本正经地说:“我想吃北京烤鸭”,在移动互联网时代,这似乎已经见怪不怪了,因为我们与互联网之间经历了键盘、鼠标、触屏的沟通方式之后,开始进入语音交互的时代。不过,随着智能交互技术的深入发展,语音交互技术已不再局限“聊天”的功能,它还拥有一种更加智能化的能力,那就是通过交流理解用户的需求并推荐给他想要的

百度预借“度秘”抢入口

在传统行业尤其是服务业逐步向线上转型的大潮中,O2O市场被认为有望成为万亿级的市场。在BAT阵营,腾讯拥有微信和QQ,除了将各类O2O服务接入微信外,还借助微信公众号和平台网罗了众多中小商家和服务,形成一个超级APP,只是强社交属性让微信缺少电商购物场景。阿里另辟蹊径,从支付环节切入O2O战略,但其应用场景单一、缺乏电商的高频特性。百度也一直马不停蹄地布局生

活服务领域的O2O服务,百度直达号、手机百度、百度糯米、百度地图、百度外卖、去哪儿网、Uber等入口和平台级产品并不少。

事实上,百度地图的使用频次非常高,而地图也一度被BAT认为是O2O的最佳入口。“以地图为核心向外发散,用搜索把百度同其他产品连接起来形成生活服务生态矩阵。达成规模后,再用开放平台吸引其他商家、开发者入驻,对于百度这样的技术驱动型公司,拥有国内最多的开

发者资源。”业内人士分析。今年6月,李彦宏宣布未来3年将给糯米投资200亿元,可见百度为布局O2O生态的决心。李彦宏不久前也说过,百度当前战略定位于抓住O2O发展良好机遇,打造新百度。

百度世界大会上,基于百度强大的搜索技术和人工智能交互技术的“度秘”推出后,将成为百度O2O布局的互联网入口。业内人士表示,“度秘”本质上还是基于搜索的,而搜索又是百度的强项,“度秘”

“O2O服务主要注重无缝融合,而人工智能就是粘合剂。”业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示。

以技术为驱动的百度将“度秘”的能力首先接入到自己的手机百度APP中。而“度秘”背后连接的是线下成千上万的商家和服务的同时,可以依据场景的不同为用户提供最适合的服务,并且这种能力也会随着她的不断学习、连接服务场景的不断丰富而日益强大。对于刚

刚诞生的“度秘”来说,还只是个婴儿,在生活服务领域,需要与用户不断地交流提高自身能力,这种能力未来可以扩展到教育、医疗、金融等不同领域。

正如百度创始人、董事长兼CEO李彦宏所强调的,“度秘”不仅是百度更新的产品,更是一种能力,这种能力不仅会植入到手机百度和其他产品当中,也将开放给全网所有APP,令“度秘”无处不在。他说:

拥有天然的用户信任属性。

目前,“度秘”已经在手机百度上线,随着日后在百度地图、百度糯米、百度外卖等大流量入口陆续上线后,其在用户端获得服务请求后,将需求第一时间百度生态中的商户。百度同时为商户提供直达号、APP插件、商户落地页三种接入机制,这样“度秘”就成为了百度生态中用户和商户连接匹配的桥梁,盘活百度移动生态平台。

事实上,“度秘”的存在形式可以

“就好像在PC时代,任何一个网站都可以放搜索框一样,移动互联网时代,任何一种APP都可以把‘度秘’这种能力连接进去。”

“度秘”的核心能力在于云端的系统,这项能力将向业界开放,将得到无限扩展,在人们的生活中无处不在。“度秘”在手机百度里,也可以应用到百度地图、百度糯米中,其他APP开发者也可以使用,这里面想象空间还是比较大的。

是多样化的,不仅百度系的服务都可以接入,其他非百度系的合作伙伴也可以在他们的服务和应用中,用“度秘”来帮助他们更好服务用户。除此之外,百度方面表示,“度秘”也可以是一个单独开发的APP,也可能是实物形式的度秘机器人等。

未来,“度秘”可能会成为一个基于百度强大搜索技术和人工智能技术的入口,同时也使得百度有机会能够掌控大数据这个未来信息社会最基础也是最重要的资源。

三星在沪推介韩国游 旗下观光品牌首次集体亮相

文/黄潜

9月9日下午,三星集团旗下新罗酒店、新罗免税店与爱宝乐园,携手在上海举行主题为“心相迎悦相逢”的2015三星观光事业品牌推介会。

新罗酒店集团总裁李富真、爱宝乐园总裁金凤荣以及相关负

责人出席了本次推介会,并向参会的600余位中国旅游界、媒体人士生动呈现了“热情迎接中国游客的韩国之情”“韩国观光与购物的亮点”“新罗免税店”“新罗酒店”“新罗舒泰”“爱宝乐园”等内容。

三星方面表示,“将珍惜每一位中国游客,为他们创造与众不同

的差异化价值”。

据了解,新罗酒店是三星旗下的酒店。不仅有凌驾于“世界领先水平”之上的国际奢华酒店,也有高品质的商务酒店,为前往韩国的旅客提供了众多选择。同样隶属于三星集团的新罗免税店,作为世界著名的免税店之一,目前在首尔、仁川、金浦、清州、济州等地均设有分店。而韩国爱宝乐园则是三星集团旗下最受欢迎的主题公园,主要从事度假村运营、饮食服务等业务,也是“最受中国游客喜爱的十佳韩国旅游目的地”之一。

新罗酒店、新罗免税店与爱宝乐园共同开展此次大规模推介会的重要原因,在于当前中国游客对韩国旅游业起着至关重要的作用。据三星方面提供的数据显示,去年访韩中国游客次数为612万,占据外国游客数量的43%。就新罗免税

店而言,总销售额中,中国顾客的销售额占据63%;爱宝乐园顾客当中,中国游客占据5%,并呈每年增长趋势。

为进一步吸引中国游客,具体的优惠措施与落地政策已经推出。据三星观光事业部方面介绍,爱宝乐园与中国航签订合作协议,爱宝乐园为乘坐中国国航去韩国旅游的乘客提供7折购票优惠。除此之外,新罗免税店已经正式入驻阿里巴巴的购物平台天猫国际。消费者订购出境游机票后,在PC、手机端均可下单选购新罗免税店商品,并在全球同价基础上享受8折、9折不等的天猫国际专享折扣,用人民币支付即可。在出境国的旅程结束回国时,消费者凭支付成功后的短信或条形码,在机场免税店提走现货即可。

促进中国游客访韩合作备忘录签约仪式



新罗酒店集团总裁李富真与携程网CEO梁建章出席签约仪式。

新罗酒店相关人士表示:“中国游客不仅影响韩国旅游产业,甚至对韩国内需都将产生巨大的带动作用。我们将竭尽全力,为中国游客提供更安全、更愉悦的韩国旅游服务。”

另据了解,李富真总裁、金凤荣总裁等三星高管一行还专门拜访了

携程网总部,同CEO梁建章及主要管理层人士会面,商谈“振兴韩国旅游产业”相互协作的加强方案,并签署了合作备忘录。双方共同表示:“为扩大中国游客到韩国旅游的机会,将开发更加多种多样的观光路线,加大宣传推广各种旅行商品的力度。”

GG



图为2015三星观光事业品牌推介会现场。