

电信甩手运营 易信前景难料

数据显示:易信移动IM排名第10,占总覆盖人数的1.14%

曾经被寄予厚望的易信产品,现在演变成套在中国电信和网易合作双方头上的链条,欲罢不能,欲退不得。

昨日,记者从权威渠道获悉,易信公司原副总经理(来自原中国电信翼聊团队负责人)高智敏已离职,调往浙江号百公司担任总经理。此间还有传言称,“电信要废掉易信项目”。对此,中国电信方面对记者强调,传言不实,是放开手脚给网易运营,只管投资,给予资源上的支持,不要有太多具体事务上的指手画脚。“而网易方面则回应,中国电信从翼信公司成立之际即不参与日常运营工作,并无‘退出日常运营’之说。”

双方口径相悖背后,易信究竟面临怎样的变数?

电信或淡出合作公司

中国电信撤出易信运营的消息一出,立即引来各界的纷纷议论。外界质疑易信是否将重蹈覆辙网易泡泡或者天翼 Live 的消亡路线。

中国电信方面在接受记者采访时表示,电信内部要求“努力提升电信在互联网上的生产力”,少参与日常业务管理,并不是说电信要“废”掉易信项目,而是放开手脚给网易运营,“只管投资,给予资源上的支持,不要有太多具体事务上的指手画脚”。

而网易方面则向记者回复,中国电信和网易自2013年8月合作成立翼信公司推出易信之初,易信的产品、运营、市场、人事等运营相关事务就一直全权交由网易负责。“中国电信从

翼信公司成立之际即不参与日常运营工作,何来‘退出日常运营’之说?”网易还提出,从易信产品推出至今,中国电信始终关注和重视易信产品的成长和发展,并制定了详细的中国电信分省本网发展易信用户目标KPI指标。

电信内部人士也透露,合资公司成立之初,其考核任务就是易信的用户发展数量过亿。为提升易信人气,电信内部还要求部分单位开易信工作群,电信人士必须在易信上“发声”。

如今看来,“易信的运营差强人意,里面活跃的大部分是自己人和合作伙伴,简直成了第二个内部Q群。”上述电信内部人士亦对记者如是坦承。

王晓初曾为易信“站台”

据悉,中国电信与网易于2013年8月成立合资公司“浙江翼信科技有限公司”,易信是其第一款产品。合资公司注册资本达2亿元,中国电信和网易分别占股73%和27%。

合资公司董事长由浙江电信总经理卢耀辉兼任,来自网易的张政担任合资公司的总经理,中国电信翼聊业务原负责人高智敏则担任副总经理。中国电信董事长王晓初也曾为易信“站台”,称“自己使用易信几

天后,用户体验很好,再也不想使用腾讯微博了”。

但也有电信高层向记者表示,其实自己一开始就不看好易信,他反问,“难道你会放弃微信用易信?以前前3名能活,但现在有的领域只有第一名才能生存,腾讯微博推出,微博只剩新浪微博一家;MSN退出,QQ全面胜利。易信和微信PK,胜算有多少?”

上述电信高层还向记者证实,高智敏现已离职,调往浙江号百公司担任总经理。



在几个移动IM的运行之间,微信是当之无愧的老大,第二就是腾讯手机QQ,如果不是第一第二的应用的话,易信以后很容易在竞争中被淘汰掉。

——易观分析师李欣然

易信凭什么与微信PK

从易信运营至今,易信通过多方努力向外界展现自身与其他同类通信APP的差异化功能,以求在这个竞争残酷的社会中立足。今年7月,易迅推出“拼车族”服务。“拼车族”主要是帮助有拼车需求的用户能够通过易信找到车主和乘客。用户可以查看“附近的车主”或者“附近的乘客”并及时发布拼车信息。

但是,效果并不理想。易观最新数据显示,2014年第二季度,易信移动IM排名第10,易信

活跃用户数为513.93万人,占总覆盖人数的1.14%,启动次数为8663.07万次,占总启动次数的0.09%,总使用时长393.04万小时,占总使用时长的0.06%。

易观分析师李欣然接受记者采访时表示,微信和易信最重要的差别是用户量,微信的用户量,尤其是活跃用户覆盖率要明显好于易信。其中,微信活跃用户覆盖率高出87%,而易信只有1.1%。虽然易信说它的用户规模已经过亿,但其实它的用户数还是很低的。另一

方面是,微信在生态圈方面做得很好,这点易信也难以相比。再者,微信的功能更加聚合,在微信内部形成了链条式功能聚合,而易信功能比较单一,主宰的只是通信。所以说易信在功能聚合方面还做得稍差一些。

李欣然向记者表示,在几个移动IM的运行之间,微信是当之无愧的老大,第二就是腾讯手机QQ,如果不是第一第二的应用的话,以后很容易在竞争中被淘汰掉。

南都供稿

质检总局警示: 抽检“充电宝”100%不合格

近日,国家质检总局在官网上发布“充电宝”最新质量警示,该局近期共从市场上采集样品32批次移动电源,对热滥用、过充电、短路等项目进行了检测。结果表明,32个批次产品均存在质量安全风险。记者进一步调查发现,“充电宝”市场弄虚作假、鱼龙混杂在行业内部已是心照不宣。更为灼人的是,充电宝生产至今尚无统一的国家标准,有的厂家标准是锂电池生产国标,有的生产厂家干脆不标注生产标准。

32个批次抽检品100%不合格

国家质检总局近期组织开展了移动电源产品质量安全风

险监测,结果令人心惊:32个批次采集样品100%有质量安全风险。据国家质量监督检验检疫总局办公厅副主任陆春明介绍,这32个批次移动电源中,9个批次产品电芯重物冲击测试不合格,存在发生内部短路时起火爆炸的风险;28个批次产品输出电气性能测试不合格,存在损害被充电设备的风险;20个批次产品外壳材料可燃性测试不合格,存在无法对电芯起火进行阻燃的风险。此外,17批次产品存在容量虚标问题。

虚标电量是充电宝市场上的常见现象。“市场上的充电宝基本上夸大了充电功能。而且充电宝稳定性不强,充电过热

的现象很常见,存在安全风险。”艾媒咨询CEO张毅告诉记者。记者昨日走访广州百脑汇、太平洋电脑商城等卖场也发现,市面上销售的充电宝容量标准多达数十种,同一种容量型号的充电宝就有四五种报价,而且价格相差两三倍。

在今年5月初,中国化学与物理电源行业协会也曾对20款移动电源进行了抽检,结果显示有效放电容量平均为60%,最高为70%。

充电宝“国标”难产

调查发现,充电宝市场弄虚作假、鱼龙混杂在行业内部已是心照不宣。记者进一步了

解到,目前充电宝的成本一般在销售价格的20%以内。而且,充电宝生产至今尚无统一的国家标准,有的厂家标准是锂电池生产国标,有的生产厂家干脆不标注生产标准。

虽然,在首届移动电源行业论坛会议上,中国化学与物理电源行业协会秘书长刘彦龙代表移动电源国家行业标准起草小组,首度向外界介绍了移动电源国家行业标准相关内容,但是否通过和发布时间依旧是问题。

今年5月1日,中国化学与物理电源行业协会与全国碱性蓄电池标准化技术委员会起草编写的《USB接口类移动电

源》标准正式发布和实施,并规定《USB接口类移动电源》行业协会标准作为移动电源行业的检测标准。

“因为缺乏专项检查和明确的销售规范,充电宝的生产商并没有完全按照这个标准来。”据了解,由于没有硬性的行业标准,市场准入门槛低,充电宝市场的混乱状态一直持续。“但充电宝是刚需,未来的发展潜力很大。”张毅认为。

根据赛迪顾问发布的数据,2011~2013年,中国移动电源的市场规模增速平均为每年70%,截至目前,其市场规模已超过100亿元。

南都供稿