



8月25日,工信部再发6张虚拟运营商牌照,加上去年底今年初两批牌照发放,市场上总共有25家虚拟运营商,此前传言的百度落选此次牌照发放。时隔一日,业内传出消息称,百度将入股虚拟运营商分享通信。记者昨日向百度方面求证此事,百度方面表示不予置评。此前京东商城、阿里巴巴、苏宁易购等电商平台已经拿下虚拟运营商牌照,加上百度,又是一个新的互联网割据版图。但据业内人士表示,虚拟运营商是“吃力不讨好”的,为何互联网企业仍趋之若鹜?

百度拟入股分享通信

BAT再聚首虚拟运营商业内人士称这块可能“吃力不讨好”

BAT再次短兵相接

记者从业内人士处了解到,分享通信将与百度方面进行合作,在明日推出贴吧专属手机套餐,在百度贴吧首页目前已经可以看到分享通信的信息。在分享通信的百度贴吧中,可以看到关于“贴吧专属手机套餐”帖子,在

里面网友就语音、流量、贴吧等级等套餐相关内容提出了设想。

上述人士表示,今年7月百度曾与分享通信签订战略合作协议,而此次推出的号卡从内容、产品上看都有百度专属的特色,因此业内才会传出百度借道分享通

信进军虚拟运营商的消息。

目前,在BAT三家巨头中,阿里巴巴已经获得了牌照,腾讯虽然未直接获得牌照,但其拥有股份的京东也已经获得虚拟运营商牌照,因此业内认为百度曲线获取牌照进军通信行业也在情理之中。

“饼”还没画出来

虚拟运营商简单说来就是通信号码“批发转售”,但其获得的批发价并没有太多竞争力。“现在中国用户拥有手机比例达92.6%,新增用户红利趋于零。”独立电信分析师付亮告诉记者,“对于基础运营商而言,它没必要通过虚拟运营商去开拓市场,主要优惠套餐都是3G套餐,新增的4G套餐基本没有。虚拟运营商

是没办法通过‘不清零’、‘免费’等资费优惠跟运营商叫板。”

“现在虚拟运营商的‘饼’还没画出来,很多厂家的积极性已经在下降,甚至视为鸡肋。”付亮说,一开始大家把事情想得那么简单,没想到运营商固网体系这么庞大复杂,还需要许多短信网管企业的配合;而现在3家运营商,25家虚拟运营商,他们的关

系是N对M,利差空间很小,竞争又如此激烈。

“手机号对于虚拟运营商更多的是通道价值。”付亮告诉记者,“各家企业需要绑定自身业务。这个商业模式很清楚,但具体怎么做大家都没想清楚,可能像阿里巴巴、京东等电商领域比较容易被消费者理解。”

蔡辉 谢睿 南都供稿

员工转加盟商 顺丰伙伴计划启动

渠道下沉加大 O2O 覆盖,今年试点明年全部放开

虽然知情人士透露,顺丰正全面试点“顺丰伙伴计划”,今年外包10%,明年全部业务外包,目前一些高校乡镇以及内地省会城市开始加盟。“公司内部都已经发了文件了。”然而顺丰媒体负责人在回应记者采访时仍坚称,并未形成文字性的东西,目前没有相关业务部门在进行这一“计划”。“传闻或由此前‘顺丰下乡’的思维衍生而来。”

内部加盟优化管理

据消息人士透露,新的加盟模式有以下几个特点:采取内部竞标模式,加盟者需去工商办理营业执照,中标点需三个月试运营,需要接受统一培训。物流行业专家黄刚认为,新的模式是顺丰内部管理的一种优化,具体效果还有待观望。

事实上,早在今年年初,顺丰内部就已经开始就农村网点的布局进行尝试:鼓励员工去华中、华西、华北部分乡镇创业,让他们成为公司的合作加盟商。这一尝试只针对顺丰内部员工开放,不针对社会公开招聘,重点在于鼓励顺丰内部员工回乡创业。

顺丰内部人士表示,即便是农村市场,也按照“顺丰标准”,而且这些网点一定是只专营顺丰业务。“横向比较来看,这些网点的服务水平比直营店的还要好。因为一方面填补了市场空缺,另外一方面我们在管理培训上依旧严格。”

菁葵投资合伙人蔡景钟认为,内部员工转加盟商的方式更便于管理,有利于降低成本,增加灵活性。

渠道下沉成趋势

顺丰媒体负责人告诉记者,从去年底开始酝酿的“顺丰下乡”实则源于市场需求。“一是国内互联网消费区域的增多,二是很多乡镇地区的业务咨询量也在不断增长,所以顺丰不断去覆盖新的区域。”

国家邮政局官网发布的最新顺丰数据显示,在运作了三个季度之后,顺丰内部创业业务已经覆盖乡镇13000多个,主要集中在华中、华北等地区。乡镇快件量目前也已经占到顺丰总件量的10%左右。

在蔡景钟看来,拥有超过4000万客户的顺丰在乡镇市场的发展很有优势。“未来顺丰更多的可能性是平台,因为他们本身有客户,将来主业物流,辅业电商。” 余玥 南都供稿



万象之后·静待缤纷
继“万象城”之后,郑州又一力作!

乐缤纷·数码公园

第三代小众精致型数码体验式产权商业

空降郑州



樂無止境 家倍紛城
More Happiness, More Exciting!

三大产品 Three Products

- 全新数码体验式 主题式公园
- 第三代数码主题 体验式商业
- “会呼吸”的公共 智能停车场

三大特点 Three Characteristics

- 小众** - 拒绝传统SHOPPINGMALL大而泛的概念,专注小众细分市场,体量不再是追逐目标。
- 精致** - 打造整体商业的人文氛围、艺术环境,有别于传统商业的单调重复化。
- 体验** - 融合互联网商业思维,打造线下更具趣味、互动性更强的商业空间体验,注重人与人、人与自然的互动与交流。



4008-003-597
0371-6357-7861
项目地址:郑州·东风路与渠西路交叉口数码公园
乐缤纷体验中心:东风路与渠西路交叉口世博中心一层
发展商: 华润城市交通设施发展(郑州)有限公司 景观设计: 美国ADE规划机构
商业运营: HERRY SUN 上海嘉弘企业机构 建筑设计: 同济大学建筑设计研究院
本广告内容仅供参考,一切以政府最终批文及最终合同文本为准,开发商保留最终解释权。