

人物专访



小米雷军： 饥饿营销 是一个伪命题

雷军很红。他已经连夺“2012年度华人经济领袖”、“2012中国年度创业人物”。前一个奖项，雷军因创新的互联网手机营销模式当选；后一个奖项，因小米仅在过去一个财年（截止11月份），就创造100亿元人民币的销售额。5日，雷军通过电话接受了记者的采访。有意思的是，他对自己的判断，与“大众审美”大相径庭。

只因产能不足：

有货不卖违反商业逻辑

“‘饥饿营销’就是一个伪命题”，雷军对记者说：“有货压着不卖意味着什么？一台小米手机售价2000元，50万台就是10亿元；频繁断货，还会给消费者带来坏的体验。对哪个公司来说，都是违反商业逻辑的；一般来说，小米手机的供货周期是3-4个月。也就是说，在一部手机制造好的前4个月，就要把货款支付给零件供应商。为了缓解资金压力，货流通得越快越好。”

雷军把限量、断货的原因，归结为供应商的产能不足。“主要是CPU供应商高通的产能有限。现在这个问题已经解决了，从12月份起，小米的月产量已从30万台提高到100万台，消费者在订货后的7日内就可以拿到手机。”

在雷军看来，小米成功的精髓在于开放：“系统研发平台MIUI是开放的，研发者可以开发各种程序；销售平台是开放的，消费者可以提出自己的软件要求，小米的研发人员马上开发。可以说，消费者也是小米的制造者。”

小米战略：用手机圈人，用软件赚钱

12月4日晚上10时，雷军还在和广电部门人士开会。“小米盒子什么时候能够上市还不好说，但我们一定会遵守相关法规。”雷军说。

小米盒子，本是连接小米硬件、软件服务的重要纽带。11月23日，小米却突然宣布全额退还押金，暂缓发布小米盒子。有小米人士确认，主要原因是小米盒子试图把PPS等非互联网电视牌照方的内容，投射到电视上，有“踩红线”的嫌疑，而被广电总局紧急叫停；据透露，小米盒子很有可能退而求其次，剥离非牌照方内容后，重新上市。但失去“机顶盒”功能的小米盒子，充其量仅为一个手机配件，“杀伤力”顿时削减；更重要的是，小米原本可借助盒子多占领一块电视屏，使得小米的软件服务拥有另一个“入口”。盒子被迫“瘦身”，手机终端面对华为、魅族等国内兄弟挑战，小米布局能否成功？

雷军似乎并不担心：“只要小米手机做得足够好，就能不断吸引消费者。当用户达到一定的规模，软件应用就会产生规模效应，从而形成小米的生态网。应用者足够多，自然会形成盈利模式，QQ卖个蓝钻不是都可以挣钱么？有调查显示，小米手机的用户在系统平台上，活跃度颇高。这是IT公司和硬件公司的最大不同。”

用手机圈人，用软件赚钱。问题在于，单靠手机，吸引力足够大么？雷军说，黏性的前提，是足够的用户量。多大的用户量能撑起小米生态？雷军说：“我们也在摸索。”

至少眼下，小米还不能高枕无忧。

长江日报

服务大家评 满意共提升

镇江移动开展服务满意度客户调查

中国移动江苏公司镇江分公司自11月10日开始，面向全市移动客户开展“服务大家评，满意共提升”客户调查活动，通过网站、短信的方式，广泛收集客户评价，更好地了解客户的感受。

镇江移动历来重视客户意见，每年都会通过电话、短信的形式了解客户的满意度，积极组织广场、社区、校园等现场服务活动，收集客户意见和评价，持续开展“总经理接待日”活动，由公司领导现场接待客户，为客户解决问题。公司还聘请了来自工商、消协、物价等行业的服务质量监督员，定期邀请监督员建言献策，反馈客户意见，从客户的需求出发，不断优化提升服务质量。2012年1月，通过对客户心声和意见的全面调研分析，公司推出了五大类25项为民服务举措，涉及网络、信息安全、资费优惠、透明消费、窗口服务等多个方面，并在执行过程中，认真听取客户意见，持续优化、完善服务举措，不断丰富举措内容，受到广大客户的好评。2013年，镇江移动依据客户感知的关键点和内部质量要求梳理了营业厅、客户经理、电子渠道、终端售后、对外宣传等11个服务接触点，制定了相应的服务标准、配套的规范要求和考核措施，

力求为客户带来更好的服务体验。

本次客户满意度调查，除了以往的电话、短信方式外，还增加了网站参与方式，移动客户可以登录镇江移动门户网站www.17139.cn、金

山网www.js.com.cn参与。为感谢客户的积极参与，镇江移动还将给每位参与的客户赠送5元话费，同时还可以参加抽奖活动，大奖为三星N7108手机一部。



谁让“充电宝”成了“充电爆”？

近年来，随着智能手机、平板电脑等移动终端产品的普及，移动电源设备越来越多地进入人们的生活。然而在带来方便的同时，“充电宝”自燃、爆炸等现象也时有发生。究竟谁让“充电宝”成了“充电爆”？消费者又该如何避免财产损失和人身伤害？

销售火爆，也不时会“着火”“自爆”

随着我国5亿多手机网民中越来越多的人关注到智能手机、平板电脑在“续航能力”上的短板，移动电源市场迅速火爆起来。

记者在某电商主页搜索“充电宝”，发现共有来自92个不同品牌的53.52万件相关产品在网上出售。有网友谈起自己网购“充电宝”经历，直呼因市场过于“繁荣”而挑花了眼。“网上有的品牌有近7万人次购买，有的却无人问津。同样容量的‘充电宝’价格相差巨大，以我关注的3000毫安移动电源为例，网上最贵的898元，最便宜的8.9元，相差百倍。”

一面是“充电宝”火爆的销售场面，另一面却是它不时着火、自爆的尴尬现实：11月4日，北京市民毛小姐挎包里携带的“充电宝”就发生了自燃，从其微博截图不难看出，她的挎包表层被烧坏，充电宝已看不出原貌，不少纸质资料已化为灰烬；而在6月23日，北京地铁10号线行经大红门站时，一名乘客包内的手机充电宝发生自燃，导致车厢出

现短暂冒烟现象，随后乘客被紧急疏散到站台；7月29日，海航HU7364次航班起飞后，一旅客用充电宝给手机充电时发生爆炸……

自然原因众说纷纭，

谁来拆“不定时炸弹”？

“充电宝”为何会成为“充电爆”？专家认为，“充电宝”的安全隐患主要来源于两个方面：一个是产品本身存在的质量问题，另一个则是消费者不合理的使用习惯，使之成为一颗“不定时炸弹”。

清华大学材料科学与工程专业博士赵卓介绍，现在的锂离子电池在过度充电、放电的过程中会出现所谓的“枝晶现象”。“枝晶会‘刺穿’正负极隔膜，造成充电短路，从而烧坏电池并引发火灾。”

国家电网西分公司工程师王盛吉则分析称，实际上移动电源逆变器的质量也与消费者的人身和财产安全息息相关。如果逆变器不过关，充电时进入“充电宝”的电流忽大忽小这也是很危险的，一旦产生高温而电源本身又缺乏高温保护，那么就会发生意外。

即便不是在充电环节，“充电宝”也有可能出现问题。中航工业集团助理工程师陈皓表示，北京毛小姐的“充电宝”之所以自燃，很可能是由金属物品摩擦引发的。“我看微博里说她上班跑得急，很可能是移动电源上的USB接口铜片和其他金属类物品发生了摩擦。把钥匙、硬

币等金属和‘充电宝’一起放在包里实际是很危险的。”

如今消费者群体普遍对移动电源、电路缺乏基本的使用常识，不少“充电宝”的说明书，没有防火防爆的相关内容。一旦自燃时如果有人拿水去浇，不但不能灭火，反而可能触电甚至引发进一步的爆炸。

专家：严控行业准入，消费者认真选购

据了解，我国目前只有电池国标，却长期缺乏移动电源行业的相关标准。有专家表示，因为准入门槛低，所以许多技术不成熟、资质尚浅的企业进入市场。有时候在日杂商店甚至都能买到这种低压电器产品，这确实给消费者带来不小的隐患。此外也有不少消费者投诉称，在市场上存在移动电源容量虚标、转换率偏低等现象。专家认为，国标应对移动电源的外观材质、电芯品质和电路保护设计都作出明确、严格的规定。同时，专家呼吁消费者要了解基本常识。华为公司负责移动电源测试设计的工作人员王小宇说：“不少人总认为充电宝容量越大越好，其实这是一个很大的误区，盲目选择大容量并不合理。”此外，他建议消费者选购时根据电池正面标示搞清电芯材质，不要被市场上笼统的“锂电池”称谓“浑水摸鱼”。

专家还建议消费者在购买时应注意在外包装上是否有厂家生产地址、电话、防伪码、条形码等信息，不要被低廉的价格和侥幸心理所驱使而购买“三无产品”。专家宗守运说，按照《中华人民共和国产品质量法》等相关法规，充电宝属低压电器产品，必须有“3c认证”，没有这一认证当都可被判定为不合格产品。

有专家提醒广大消费者，当充电宝充满电后，应及时将其从插座上拔下，避免让其长时间处于充电状态；使用充电宝时，也应尽量减少同步使用手机的频率。

羊城晚报

行业资讯

iPhone5C 销量 不及 5S 三成 国内只认“高大上”

苹果 iPhone5S、5C 登陆国内市场已接近两个月时间，而两款新品的市场表现却截然不同。据国内手机连锁迪信通本月14日公布的销售数据显示，iPhone 5C 销量不及 iPhone5S 三成。

迪信通公布的苹果 iPhone 新品销售数据显示，自9月20日正式发售至今，在迪信通销售的两款 iPhone 新品中，iPhone5S 占 78.6%、iPhone 5C 仅为 21.4%，iPhone5S 与 5C 的购买比例为 3.68:1，国内消费者购买 iPhone 新品首选 5S。而据国外数据分析公司 Localytics 的调研结果显示，全球市场 iPhone5S 和 iPhone5C 的购买比例为 2.23:1，大幅低于国内市场的购买比例。

迪信通高级副总裁齐峰表示，目前 iPhone5C 的售价比 5S 低 1600 多元，虽然 5C 的性价比极高，但大多数消费者仍不买账，更愿意购买价格较高的 5S 产品。国内消费者比较抵触贴有廉价标签的 iPhone 产品，iPhone5S 便成为大家购买 iPhone 新品的首选。

京华时报

三星：我们只愿赔偿苹果 5200 万美元

据外报道，关于苹果和三星的专利侵权案近期闹得沸沸扬扬，加利福尼亚州圣何塞市的地方法院本周三起开始对此案进行再次审理，苹果方面要求三星赔偿其 3.8 亿美元的经济损失，但三星方面表示只愿赔偿 5200 万美元。

据了解，涉及本次专利侵权案的一共有 13 款三星设备，尽管这些设备都是老款手机，同时大部分已经在美国地区上市，但苹果仍然认为这些设备侵犯了他们所拥有的页面滚动和末尾“回弹效果(bounce-back)”的专利。

在去年 8 月进行的庭审中，陪审团最终裁定，三星一共有 26 款产品侵犯了苹果公司的专利，应赔偿苹果 10.5 亿美元。但在今年 3 月，负责此案的法官认为，涉及此案的三星设备只有 13 款，所以裁定结果中可能存在 4 亿美元的计算错误，因此法官要求重审此案，以明确最终的赔偿金额。

“苹果的产品在销售方面由于三星侵权产品的存在而蒙受巨大损失，”苹果律师哈罗德·麦克尔希尼(Harold McElhinny)在陪审团做出的公开声明中说道，“如果依照公平竞争的原则，三星通过侵权产品所获得的利润都应该归属于苹果。”他认为三星应额外赔偿苹果 3.8 亿美元的损失，其中包括苹果约 1.14 亿美元的利润损失、三星依靠侵权产品所获得约 2.31 亿美元的利润以及约 3500 万美元专利使用费。

三星的律师比尔·普莱斯(Bill Price)则在公开声明中指出，三星设备与苹果设备存在许多不同的地方，而消费者之所以会选择搭载 Android 操作系统的三星设备，其原因也有很多，所以并不能将这些原因全部归结到苹果专利上，他认为三星只需赔偿苹果 5200 万美元的损失即可。“苹果现在想要从此案中获得的补偿要比他们应得的多，”普莱斯说道，“尽管三星设备确实存在侵犯苹果专利的情况，但这些设备一共涉及数百项专利，所以苹果不能将他们所谓的‘利润损失’强加到三星的头上。”

苹果公司针对此次庭审专门指派了三位专家证人和一位公司高管参加，最终的审判结果预计将在下周左右裁定。

