

三大运营商宣布整改

将解决套餐复杂、新老用户不同权等问题

新快报讯 记者郑志辉报道 多年来,通讯服务都是消费投诉的其中一个投诉热点,乱扣费、私开增值业务、偷改套餐、歧视老用户、免费体验套路、虚假宣传等都是老生常谈的话题,三大基础运营商作为提供服务的主体,也成为大家吐槽的重点对象。

近日,中央纪委国家监委网站公布十九届中央第三轮巡视整改进展情况,其中包括对中国移动、中国联通、中国电信整改进展情况的通报。通报指出:中国移动存在“不知情定制等侵害群众利益”“一线网点多为外包合作经营、员工教育培训跟不上、服务质量不高”等问题;中国联通存在“套餐数量多、看不懂、选择难”“骚扰电话投诉多、不知情定制投诉,特别是整治虚拟运营商骚扰电话偏多”等问题;中国电信存在“套餐复杂、用户难选择”“新老用户不同权、虚假宣传不限流量”等问题(所谓新老用户不同权,主要指一些运营商为拉拢消费者、吸引新客户,推

出了很多福利套餐,但老用户却不能享受这些优惠,被网友吐槽为“杀熟”行为)。

针对中央纪委巡视反映的问题,三大运营商也都各自发布通报,表态和汇报了相关问题的整改方案和最新进展。

中国移动表示,将积极推动简化资费、资费自选模式试点、在售资费全量公示和简化套餐变更互斥规则等举措,促进透明消费,改善客户体验和感知等。

中国联通表示,将加大线上线下产品清理力度,及时下架不符合市场需求产品,集中整改期间,精简套餐 400 余个;简洁、全面公示在售套餐完整内容,优化套餐规则等。

中国电信表示,将明确门店分类办理权限,1-3 级厅实现同店同权,全面落实新老用户不同权、不限量宣传“五不准”要求;整改骚扰电话问题,持续做好语音中继、呼叫中心业务管控,及时关停违规码号、中继线等。



腾讯拟开发室内 QQfamily 主题乐园

或交 *ST 九有运营

新快报讯 记者郑志辉报道 根据 *ST 九有 3 月 23 日晚间发布的公告,该公司将与腾讯科技(深圳)有限公司在深圳以书面方式签署合作框架合同,根据合同,*ST 九有将可获授权使用 QQfamily 的 LOGO、名称、注册商标(如有)以及形象内容,并运营以 QQfamily 为主题、以“游戏体验、体育竞技、艺术表演和文化景观”为核心的万余平米大型室内主题乐园。腾讯公司其后表示,涉及上市公司公告的,以公告为准,其他不予回应。

公开资料显示,*ST 九有原名九有股份,原本的主营业务包括新闻纸、商品木浆、胶版纸等的生产与销售,之后通过重大资产重组,主营业务变更为物联网应用终端和移动通信终端的研发、设计、生产和销售。*ST 九有 2018 年度财务报告被会计师事务所出具无

法表示意见的审计报告,因此,公司股票已于 2019 年 5 月 6 日起,被实施退市风险警示。如果 2019 年度财报数据再不理想,根据上交所相关规定,公司股票将会有暂停其上市的可能。

根据 *ST 九有 1 月 23 日披露的《2019 年度业绩减亏公告》显示,公司 2019 年业绩依然不容乐观,2019 年度公司归母净利润约亏损 3110 万元,扣非后归母净利润约亏损 3545 万元。

值得注意的是,公告显示,腾讯的授权性质是非独家授权。腾讯科技有权在授权期内将本合同所述权利内容授权给其他第三方。也就是说,腾讯与 *ST 九有的合作不具有排他性。

腾讯方面还表示,若在主题商业体运营过程中产生相关的安全事故,由于腾讯科技并未参与实际运营事宜,相应的安全责任以及连带责任赔

偿均由 *ST 九有承担。此外,在项目开发建设运营的过程中出现的一切法律问题将由 *ST 九有独自承担。

就在公告发出后当天,*ST 九有便收到上交所问询函。上交所要求 *ST 九有补充披露:本次授权所涉及的主要事项均未明确的情况下签署框架协议的主要考虑,是否为腾讯科技开展此类业务的商业惯例;腾讯科技已经对外授权的 QQfamily 相关内容的使用情况,是否存在类似的主题乐园;腾讯科技上述授权是否存在对被授权方资金实力、资质、运营状况等条件的要求,公司是否符合相关条件;公司运营室内主题乐园的主要考虑、具体规划、投资进度等。

*ST 九有昨日开盘报 1.35 元,涨 4.65%,全天封于涨停板,市值为 6.89 亿元。

宅家后减肥需求旺盛

“瘦身塑形”类医疗服务销量增 31 倍

新快报讯 国内疫情得到了全面控制,复工的节奏也正在加快。上班族们摸着“救生圈”开始面临新的难题:如何闪亮回归职场?据天猫平台最新公布的复工期消费数据显示,近一个月当中(2 月 17 日-3 月 16 日),天猫平台“瘦身塑形”类医疗服务销量环比增长超 31 倍。与此同时,阿里健康大药房、天猫医药平台上的左旋肉碱、奥利司他、乳清蛋白等健身减肥类产品,近一个月的销量均环比增长了 1.5 倍多。

记者又从某美容医院电商运营负责人处了解到,最近到其店铺的客户以吸脂、酷塑等“瘦身塑形”的医美项目为主,甚至多于春节前的需求。一方面,这很大程度与消费者希望在复工前快速瘦身成功有关,另一方面,这些项目都需要一定的恢复期,而宅家是很好的恢复机会。他表示,像“磁雕”等不需要手术的基础“瘦身塑形”项目也很受欢迎。

另据介绍,一些快速变美的轻医美护肤项目也颇受欢迎,近一个月光子嫩肤环比增长了 1.7 倍,随着“复工口罩妆”火起来的半永久纹眉,环比增长了 4 倍多。

从上述数据不难看出,消费者一方面通过购买增肌蛋白粉等产品努力健身减肥,另一方面也在寻求快速的医疗手段达到自己的复工瘦身、变美的目标。

阿里健康医美医疗行业运营负责人王亚军分析称,“前段时间,不少消费者宅在家缺少运动甚至出现饮食过量的情况。如今面对复工,大部分消费者希望能快速恢复到节前的健康状态,从而更好地投入正常的工作生活。借助酷塑冷冻溶脂、腰腹环吸等医美项目是瘦身塑形有效的手段之一,所以平台上近期相关产品销量增长特别明显。”(郑志辉)

Redmi“三屏”齐发 持续推进手机 +AIoT

新快报讯 记者郑志辉报道 小米集团旗下品牌 Redmi 昨日正式发布 5G 旗舰手机 Redmi K30 Pro、Redmi K30 Pro 变焦版,和 AIoT 生态圈产品 Redmi 小爱触屏音箱 8 英寸、Redmi 智能电视 MAX 98 英寸共 4 款重磅新品。

据了解,Redmi K30 Pro 继续采用弹出式全面屏设计,最高配备骁龙 865 + LPDDR5 + UFS3.1 + WiFi6 最新一代 5G 旗舰技术平台,业内超大面积 VC 液冷散热保证持续稳定的高性能输出;同时还拥有索尼 6400 万四摄相机、4700mAh 大电池、线性马达、双面康宁 GG5 玻璃等特性。另推变焦版,相机升级为索尼 6400 万变焦四摄,双 OIS 光学防抖,支持 3 倍光学、30 倍数码变焦。

分析人士指出,2020 年发布的 5G 性能旗舰普遍售价超过 5000 元,快速走高的售价严重影响了用户升级 5G 的意愿,此次 Redmi K30 Pro 将售价定为 2999 元

起,对 5G 终端市场迅速恢复活力和快速普及带来积极影响。

在“手机+AIoT”的双引擎战略引领下,此次发布的 Redmi 小爱触屏音箱 8 英寸接入六大平台丰富的音、视频内容,同时作为 AIoT 设备和场景的语音控制中心,可与门铃、摄像头联动,支持 2000 余款设备语音控制。再次发力大屏电视市场推出的 98 英寸 4K 巨幕智能 MAX 98 英寸,19999 元的售价不到同类竞品的 1/5,还针对巨幕电视运装难的痛点,附送了包括专业客服、专业勘测、定制方案、专车转送、定制安装等服务。

Redmi 品牌总经理卢伟冰昨日表示,“2019 年 Redmi 品牌完成了对友商荣耀品牌的追赶(基于第三方统计数据),这还是在 Redmi K30 5G 版极度缺货(货源满足率不到 30%)和荣耀 V30 降价 300 元的情况下完成的。2020 年,Redmi 将全面超越荣耀!”

