



柯视点

VIEWPOINT OF SCS



关注柯斯

上海柯斯获得中国移动2015年普通usim卡产品订单

2015年3月27日，在中国移动通信有限公司启动的2015年普通USIM卡产品集中采购比选中，上海柯斯软件股份有限公司成功成为该产品的供应商。

本次采购的普通USIM卡产品包括2FF，3FF/2FF和4FF/2FF双切及4FF/3FF/2FF等四种形态，各类普通USIM卡总量约10.4亿张。

上海柯斯软件股份有限公司成交份额为7.3%。



中选通知书

上海柯斯软件股份有限公司：

我们非常高兴地通知贵公司，在中国移动 2015 年普通 USIM 卡产品集中采购项目（项目编号：GKBB_XY_ZB[2014]076）比选采购中，经过评审小组认真评审，确定贵公司为本项目的成交供应商，成交份额为 7.3%。

请贵方按采购文件的规定，尽快办理与中国移动通信有限公司的合同签订事宜。

我们将在贵公司签订合同后的 5 个工作日内退还贵公司提供的保证金，届时请至我司办理相关手续。

对贵公司给予本项目的支持，我方深表感谢，并希望与贵司继续保持合作。

联系人：_____

电话：_____

邮箱：_____



上海柯斯软件股份有限公司贵阳子公司成立

2015年4月2日，上海柯斯软件股份有限公司贵阳子公司成立，命名为贵阳柯斯移动金融服务有限公司。

今年1月30日，上海柯斯软件股份有限公司与贵阳移动金融发展公司签订战略合作协议，国内移动金融行业领军企业正式牵手贵阳。作为一家专业从事自有知识产权的智能卡操作系统（COS）及个人化软件开发、智能卡产品生产和服务、智能卡增值业务平台研发和运营的高科技企业，也是上海市唯一一家拥有向国内三大电信运营商提供智能卡产品资格的供应商。公司的副董事长邵晓立表示贵阳是国家发改委和中国人民银行指定的移动金融试点城市，所以非常看好贵阳。公司今后将把智能卡的生产基地全部搬到贵阳，首批产品“希望今年年底出来”。

邵董说，我国一共有12家电信智能卡（SIM卡）生产商，其中5家是外国的、7家是中国的，有30多家银行卡生产商，还有诸多社保卡、健康卡、交通卡生产商，但“如果从北京连到武汉，再连到珠海，所有这些卡商都在这条线的东边，西边一家都没有。”他表示，柯斯公司落户贵阳，将使贵阳成为西部唯一——一个能生产智能卡的城市。

未来公司的研发基地仍保留在上海，生产基地将全部搬到贵阳，以后所有卡片都从这里出货，但具体产能还在规划。

上海柯斯贵阳子公司的成立标志着公司今后将不单单为贵阳，也能为全国甚至全世界提供各种各样的、最优秀的、最有竞争力的移动金融产品。



上海柯斯子公司贵阳工厂举行开工仪式

2015年4月9日下午两点，贵阳互联网金融特区“后厂”在清镇举行开工仪式。这标志着上海柯斯子公司贵阳柯斯移动金融服务有限公司将正式开工建厂。

2014年，中天城投投资6500万元，全额认购贵阳互联网金融产业投资发展有限公司增资扩股份额，并成为其控股股东。公司旗下贵阳国际金融中心项目也是贵州省“引金入黔”的桥头堡工程。

据了解，中天城投投资5亿元开发贵阳互联网金融产业园“后厂”项目，该项目是集生产、办公、产品研发、服务型商业与居住为一体的现代化工业园，规划用地20万 m^2 ，建筑面积21万 m^2 ，包括标准厂房10栋，建筑面积15万 m^2 ，办公楼和公寓各一栋，建筑面积约4.6万 m^2 ，其他生产辅助性用房约1.4万 m^2 。



国内NFC普及率低 移动支付竞争仍靠场景拓展

近日, Apple Watch正式在我国开放预约, 由于搭载了Apple Pay, 因此苹果这一基于NFC(近距离无线通讯技术)的移动支付产品何时在国内落地, 再次成为外界关注的焦点。

事实上, 自去年以来, Apple Pay登陆中国的传闻就不曾断过, 时不时业内就有苹果银联进行合作的消息流出。那么我国目前的移动支付的发展呈何种状况, 互联网企业如BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)在此方面又进行了哪些布局?

在国内, 虽然NFC支付已发展近10年, 但由于受各种因素的制约, 发展一直不温不火, 因此以BAT为代表的互联网巨头, 在移动支付市场的竞争, 以APP矩阵为入口, 条码、二维码支付为主要方式。目前, 为创造更多的支付场景, BAT正加大推广力度, 吸引用户消费和线下商户加盟。

NFC支付国内熟悉度较低

目前, 虽然Apple Pay已被国内的普通消费者所知晓, 但对NFC支付的熟悉度仍然较低, 而应用类支付和二维码支付由于此前企业推广力度大, 硬件设备门槛相对较低, 更被人们所熟知。

据了解, 后两种方式都需借助移动互联网或Wi-Fi来完成支付流程, 而Apple Pay的特点是凭借近场通讯技术, 用户将银行卡与手机绑定, 在进行线下交易时, 通过TouchID验证身份后, 直接把支付设备靠近收款终端就能完成付款。此过程中, 银行卡信息不会被同步到云端或被线下商户看到。

对于国内NFC支付仍未进入爆发期的原因, 行业分析人士称, 一是在国内市场, 此前NFC支付的行业标准未规范, 即便现在标准已相对统一, 但产业链构成仍十分繁杂, 涉及运营商、硬件厂商、芯片厂商等, 不同角色如何化解利益分配矛盾是难题;二是, NFC支付方式有硬件要求, 现有设备覆盖量有限。

对于将来Apple Pay如何进入国内, 以及推广等问题, 分析师表示, 国内移动支付市场竞争激烈, 苹果是一家强势厂商, 其以怎样的策略进入, 包括跟商户的费率如何分配, 都会关系到Apple Pay在国内推广。对于不时有苹果与银联的合作消息传出, 分析师认为, 如果苹果与银联合作, 会是Apple Pay进入中国较便捷的途径, 但双方同样存在利益分配的问题。

竞争核心仍是场景拓展

目前, 国内移动支付业务能否铺开的一个关键点, 在于支付场景是否丰富多样, 因此BAT正不遗余力地布局线下场景。

记者了解到, 去年底, 支付宝钱包联合物美超市做推广。近期, 微信联合北上广深等城市的部分便利店, 推出微信支付日扫码优惠。百度钱包将与北京市政交通一卡通合作, 预计5月起, 北京市民可通过手机百度、百度地图为一卡通充值。对此, 分析师表示, 现阶段, BAT在移动支付业务上的竞争方式和玩法大致相同, 即在争夺线下商户时, 主要靠费率优惠和与部分大型商户签订排他性协议两种方式, 但站在大型商户的角度, 独家签约意味着交易信息被一家公司掌握, 积极性并不高。

分析师进一步表示, 目前, 支付宝钱包在线下的推广力度相对更大。百度做地图有先天优势, 但其支付业务起步较晚, 短期内没有在支付业务的规模上赶超腾讯和阿里的迹象。腾讯方面, 微信的用户活跃度较高, 开通微信支付后想象空间大, 社交场景对线下支付的推动性则有限。未来三家或会基于基因的不同, 展开差异化推广, 最终的竞争核心仍落在交易场景上。

转载自《每日经济新闻》



Copyright © 上海柯斯软件股份有限公司 All rights reserved.

致读者: 为了方便您引用《柯视点》中的文章, 我们将写明转载文章的出处(刊物中部分图片来源网络), 您在引用该文章时需要对外处进行注明; 若您需要引用我们原创的内容, 包括我们对某项新业务的介绍, 我们对某项技术的名词解释, 我们对产业和技术发展发表的看法等等, 需要注明引用自《柯视点》。如果您希望了解某些特定的市场信息或转载文章更详细的内容, 请直接与Contact@cosw.com联系。



上海柯斯软件股份有限公司
SHANGHAI COS SOFTWARE CO.,LTD.