

扩展雾计算产品组合 思科全面加速物联网部署

在线租车价格大战升级

神州租车和为一租车相继上市而引发的在线租车用户争夺战还在继续发酵。

10月20日,国内P2P租车平台宝驾租车宣布向所有的新注册用户一次性赠送不设任何使用限制的200元现金红包,用户只要通过宝驾租车app租车可以完全抵扣租车费用。

宝驾租车CEO李如彬表示,相对于神州租车、一嗨租车等传统租车公司只针对部分车型的降价,宝驾租车此次赠送的200元现金红包适用于所有车型,因此覆盖面更广,力度更大。

“如果选择日租金低于200元的车型,这就意味用户首日租金为‘0’,宝驾租车将全部为用户买单”,李如彬表示,为了准备此轮活动,宝驾租车内部已经做好了为用户做千万级补贴的准备。

豪掷千万,宝驾租车当然也有自己的算盘。李如彬表示,从商业模式的角度而言,P2P租车在租车价格、网点分布以及租车便捷性方面都传统租车有优势,基本上能实现在租车价格便宜30%—50%的基础上,可以让用户不必花费一两个小时去线下门店现场办理租车手续,直接通过手机客户端就可以线上寻找附近待租的车辆,并在线上办理完租车手续后,通过客户端内置的“电子钥匙”功能实现自助取车、还车,整个租车过程一般不会超过10分钟。

“不过,作为今年才开始在国内兴起的新生事务,外界对于宝驾租车为代表的P2P租车平台的了解非常有限,认知度不高”,李如彬说宝驾租车此次活动的最大目的也在提升P2P租车平台的市场关注度,吸引更多新用户去尝试,让用户能够以更低的试错成本去尝试一下宝驾租车这一新生事物。

国资委商业科技质量研究中心研究员罗天昊表示:从品牌角度说,价格战会促进租车市场的变革,加速行业整合,提升品牌的集中度。(科言)

昆腾发布第三代数据保护解决方案

10月21日,昆腾在京发布第三代数据保护解决方案,助力用户应对海量数据和非结构化数据存储和保护带来的挑战,深度挖掘企业数据新价值,以期赋能企业业务发展。

数据是企业不可或缺的核心资产,也是企业发展的核心要素之一。单纯依靠人力、技术、资金这三个传统的要素,已经不足以支撑业务发展。大数据、云计算、社交、移动、BYOD等趋势兴起,数据爆炸性的增长,以及非结构化数据存储与保护的需求为企业IT带来了巨大的压力。根据权威机构预测到2020年,数据存储将会达到不可思议的23ZB,其中50%是以视频和图片为主的非结构化数据,40%的数据会接触到云。对企业来说,无论规模大小且不分行业,数据备份和恢复都面临着挑战。

三十年的积累和创新,昆腾对其数据保留与保护解决方案不断革新,帮助企业大幅度提升备份、恢复和归档操作的效率和效率。借助昆腾第三代数据保护解决方案,用户可确保最大化数据价值,在任何环境以任何规模在数据整个生命周期内保护数据。(杰闻)

赶集网发布二手房报告

10月16日,赶集网发布《2014年二手房分析及预测》报告,报告从成交量、挂牌数、均价等方面全面剖析二手房市场,并对二手房价走势作出了预测。报告指出,目前二手房市场泡沫严重,一线城市价格泡沫,而二三线城市则数量泡沫。同时,随着政策的出台,二手房市场趋冷,北京房价逐渐回暖,上海广州深圳变化不大,但行业泡沫依然严重,买房仍是很多人的头等难题。

根据各城市二手房历史均价及相关数据,赶集网对北上广深及成都的2014年11月二手房房价给出预测,从国庆节后二手房新政发布后近半个月的房价变化来看,北京、成都、武汉、西安、重庆受影响较大,房价均有所回暖或下跌明显,其中北京11月预期环比上涨2.53%,成都预期增幅0.66%,新政发布至今,青岛、上海、广州、深圳、郑州等地的房价走势相对变化不大,没有明显回暖的趋势,可能还是有很多人持观望状态。值得说明的是因为新政策发布不到半个月,未来的变化趋势可能还存在不确定性。

从房源租售比来看,西安、郑州、武汉三个城市位列十大城市租售比前三名,平均租售比分别为2.36、2.00和1.89;排在后面的是一线中的深圳、上海、北京、广州的平均租售比低于1。二三线城市的房价与一线相比较低,但当前租大于售,存量较大,出现偏高的“数量泡沫”。

综合来看,北京、上海、广州三大一线城市泡沫化程度居高不下,而整体上成都、重庆泡沫可能性则相对较小。(向阳)

思科宣布进一步扩展雾计算战略,并表示其IOx平台进入第二阶段的发展,全面加速行业IoT(物联网)部署。

作为思科雾计算战略的主要组成部分,IOx能够支持Linux等第三方操作系统和行业软件应用直接在思科增强的IoT网络平台上运行。由于在IoT解决方案中,应用、存储和计算需要能够尽可能位于距传感器和设备等“物体”更近的位置,因此这一支持对于IoT解决方案将有着重要意义。

在推出思科IOx后的8个月里,思科使支持此架构的平台数量实现了8倍增长。除了Cisco Connected Grid 路由器,CGR1120和CGR1240以外,思科还为16款其他平台增加了思科IOx支持,包括部分思科819、88x和89x系列路由器。这一扩展使雾应用能够在各种物理环境下运行,以支持制造、运输和能源等特定行业用例。自IOx平台发布以来,它已成为诸多厂商部署关键垂直

业务模型的标准雾基础设施,其中包括GE(Predix)、Itron、OSISoft(PI)、英特尔和风华、日本的smartFOA、北欧的Tieto、Bitstew、Davra、SK Solutions和SAP HANA等。

物联网部署具有独特的要求,如组合分布式传感器和数据,优化数据在进入网络时的分析,以及集中制功能,后者要求采用全新的基础设施方法,提供强大的集中数据中心和稳定的边缘。长期以来,思科积极投资混合数据中心解决方案(包括Intercloud)和雾计算,以为IoT提供最佳的基础设施。

而思科在万物互联(Internet of Everything)软件和服务套件组件将进一步扩展其IoT产品,并推动提高万物互联价值。它能够分析从IoT部署收集到的数据,并将其与人员和业务流程关联起来。这一过程可从中发现宝贵信息,并揭示应用集成、流程自动化和环境感知移动协作机会,从而

能够支持企业更快速响应信息。思科最近针对城市安全和保障,以及联网运输推出的解决方案,便充分利用了这些新功能。

作为思科物联网解决方案的一部分,思科推出一个能够使用思科雾计算解决方案在边缘提供计算能力的传感器网络。该网络可支持铁路运营商利用思科物联网服务套件的分析能力聚合传感器生成的数据,进而做出明智的决策,避免事故发生。

思科企业产品与解决方案全球高级副总裁Rob Soderbery表示,“思科正致力于多个前沿领域的发展,旨在将IoT的众多可能性变为现实。对IoT感兴趣的厂商当前面临着如何将其深厚的业务知识与技术结合起来挑战。他们首先需要了解其价值链,以及IoT在哪些方面可为其带来增值。然后,他们需要评估这些机会并划分优先级。之后,他们便可以有效利用技术平台,实现所期望的业务优势。”(安吉)

360公司校园招聘正酣

日前,360公司正在招募90后职场新人类,2015年360公司校园招聘正在全国14大城市上演,招聘人数将比去年翻一番。

据悉,本次360校园招聘主要针对2015届毕业生,面向全国招聘人数在400名以上。招聘岗位覆盖技术、产品、职能等多个方向。与往年相比,今年的校园招聘更加贴近地气,除了有专业性较强的完整笔试流程,各地高校的宣讲也将提供应聘者更加深入了解360公司、企业文化的机会。

截至目前,360校园招聘宣讲已经在北京、西安、上海、大连、武汉、天津、哈尔滨、长春、合肥、南京、成都、重庆、杭州等多地高校举行,受到包括北京航空航天大学、北京邮电大学、哈尔滨工业大学、南开大学、吉林大学、中科大等国内著名高校应届毕业生的高度关注和踊跃参与。



2015年360秋季校园招聘宣讲北京邮电大学站

此次360校园招聘活动覆盖全国14大城市,18所高校,以“加入360,用你的力量改变世界”为主题,最大限度的招募各类90后人才。其中,包括数据挖掘工程师、信息安全工程师等热门职位均在招募范围内。

据此次校园招聘人员透露,相对而言校招生普遍具有工作经验较少这个弱势,但360公司更看重应聘学生的基本素质,例如专业基础。通过专业性的笔试流程以及1VS1的面试环节,最大限度的了解应聘者专业深度、理论基础、感兴趣的领域、对工作的热情、创新意识,以及过往经验等全面素质。

良禽择木而栖,90后毕业生个性鲜明、思维独立,和80后相比更看重企业文化和职场人文环境。因此,在提供领先业界的丰厚报酬的同时,一向注重创新,以创业者自居的360公司为有意加入的有志之士,提供公平竞争的事业平台,更加看重未来员工职业生涯的规划,充分发挥其潜能,让员工工感受到有足够的发展空间,藉此吸引人才,留住人才。

目前,全国宣讲仍在上海、广州进行中,北京地区高校面试已经展开。(向阳)

中搜搜悦驱动移动变革

中搜搜悦日前发布了最新的整合移动APP应用一站式解决方案——“中搜搜悦4.0移动个人门户”。

该解决方案秉承“apps in one”的理念,将大量典型互联网应用集中于一个APP,业务覆盖移动搜索、新闻阅读、网址导航、应用下载、生活服务、移动社区、在线购物等多个移动互联网入口。瞄准了人们在信息领域的全方位需求,用户即可订阅个性化的互联网内容,也可以修改内容参与互动。

中搜诞生于2002年,是全球领先的中文搜索引擎公司。中搜先后为新浪、搜狐、网易、TOM等知名门户网站,以及中搜联盟超过5000家各地区、各行业的优秀中文网站提供搜索引擎技术。随着移动互联网时代的到来,创始人兼CEO陈沛先生带领团队在业界率先开始了将“第三代搜索技术”应

用于移动客户端的相关课题预研和测试。

“我们用八年时间才找到了一条与百度不同的道路”,谈到中搜搜悦陈沛如此表示,而这条道路的核心就是陈沛一直所说的第三代搜索引擎。

中搜搜悦以强大的搜索技术、个性化技术为底层支撑,打造了一个前所未有的移动互联网生态圈。主体核心是通过多方知识的融合,使用户获取的内容以更加开放式、多元化的形式呈现出来。作为一款以知识驱动为核心的APP产品,中搜搜悦的定位是解决人对信息的所有需求,最终实现信息的获取、发布、分享、互动交流等全方位功能。这种以知识驱动代替技术驱动的创新尝试,为移动互联网发展注入了新的活力。

在业内人士看来,中搜再度以第三代搜索引

擎技术为核心引领移动互联网行业的变革,并在传统PC技术驱动的固有思维之外建立新的知识驱动体系,绝非偶然。

中搜陈沛认为,商业行为要建立在搜索结果之上。当企业可以通过信息处理技术精准的推送用户各个场景中所需要的信息,同时能够将电子商务服务无缝连接,直接实现用户的消费需求时,这样的商业推广将更加精准,更加具有商业价值。如果说百度是PC搜索的王者,那么中搜便是变革创新的移动互联网开拓者。中搜搜悦创新地通过第三代搜索引擎技术优化了搜索呈现结果,并将其与消费行为进行有效结合,实现了未来移动行业的商业模式变革。而这一切变革的本质,是中搜开创的以知识驱动为核心的发展思路。(向阳)

三星的创新密钥过时了吗?

在知识经济时代,创新能力成为衡量一个企业实力最为重要的指标之一。然而在波士顿咨询公司2013“最具创新力公司排名”榜单上居于榜眼位置的三星,近几个季度的财报却不甚理想。

据三星电子近日发布的业绩预告,2014年第三季度净利润预计减少至4.1万亿韩元(约合38亿美元)。这将是三星电子运营利润连续第四个季度出现下滑。

由此,人们不禁要问,一路支撑三星电子从韩国企业迈向亚洲、走向全球消费电子巨头的创新能力,难道已经过时了吗?

纵观三星电子近年来的迅速崛起,智能手机绝对功不可没。正是借助智能手机行业的爆发式增长,以及自身在电子领域的雄厚基础,三星一

跃成为全球500强企业科技领域的第一名(位于总榜第13名)。在发布第三季度业绩预告时,三星已在声明中表示,“公司在开发采用新材料和创新性设计的新款智能手机。”这无疑将成为三星提振手机业绩的关键。

三星除了革命性的首创大屏手机,其基于人性化设计的功能创新几乎随处可见。几乎所有的智能手机用户都会体会过因手机电量告警,而又无法及时充电时的焦虑。三星Galaxy S5巧妙通过一项简单设置,解决了消费者的困扰。在电量仅剩10%时,Galaxy S5将进入超级省电模式,此时系统将切换至黑白模式并关闭所有不必要的连接或功能,在这一模式下,即使只有10%的电量,也足以维持长达1天的续航时间。在智能手机增速放缓的“后手机时代”,三星虽面

临苹果及中低端手机厂商的夹击,凭借其革命性创新及微创新能力,仍有望继续领航市场。

三星的业务范围跨越了手机、电视、白色家电、平板电脑等消费类产品,以及主要电子元件如半导体、显示屏等。纵向一体化经营方式使三星实现了在多个领域内的引领优势。自从1984年在美国首次注册专利至今,三星已拥有不同领域共计十余万项专利,仅在2013年,三星在美国专利局就已注册了4676项新专利。强大的技术积累,多领域的纵深式发展让三星得以将最前沿的技术及时运用到自身产品之中。例如在刚刚过去的几个月,三星曲面屏电视、曲面屏显示器甚至曲面屏手机便已率先量产进入市场,为消费者带来了全新的视觉体验与使用感受。(同岩)

去阿里化 蚂蚁金服来了

□ 本报记者 陈杰

历时一年多的筹建之后,在10月16日的“小微分享日”上,蚂蚁金融服务集团正式宣告成立。从新的集团名称来看,蚂蚁金服已完成了去阿里化,并与已在美股上市的阿里巴巴集团是两家独立的法人实体,未来有意在国内创业板上市。

蚂蚁金服旗下拥有支付宝、支付宝钱包、余额宝、招财宝、蚂蚁小贷及筹备中的网商银行。以蚂蚁命名,其明确了自成立起就要走平台化道路,希望“给世界带来微小而美好的改变”的公司,注定会成为互联网金融发展中不可忽视的新鲜力量。

2013年,支付宝的母公司——浙江阿里巴巴电子商务有限公司,宣布将其以主体筹建小微金融服务集团。跟它脱胎而出的阿里巴巴一样,小微金服(筹)也将服务人群锁定为小微企业和个人消费者,并将通过互联网的技术和思想打造一个开放的金融生态,实现“让信用等于财富”作为自己的目标。

对于最终将公司名称定为蚂蚁金服,蚂蚁金服

方面表示,“之所以选择这个名字,是因为我们是从小微做起,我们只对小微的世界感兴趣,我们身上承载了太多小微的梦想,我们喜欢与更多小伙伴们同行。就像蚂蚁一样,虽然渺小,但它们齐心协力,焕发出惊人的力量,在去目的地的道路上永不放弃。”

此外,“金服”二字也显示蚂蚁金服不是一家传统的金融控股集团。蚂蚁金服方面表示,“金服”二字,重在服务,蚂蚁金服既服务广大“草根”消费者和小微企业,也会以开放的心态服务于金融机构,共同为未来社会的金融提供支撑。

互联网金融流行动物做公司名称或logo,其中以阿里巴巴最为热衷,不过跨界到金融圈,这样“大胆”的名称还是独一份。有网友表示,“现在‘阿里动物园’已经有天猫、菜鸟、神马现在又多了只蚂蚁。好嘛,再来3样动物凑齐7个就可以召唤神龙了。”

蚂蚁金服将怎样建设心目中的金融生态?蚂蚁金服CFO并贤栋表示:“在整个蚂蚁金服的业务

体系中,支付、理财、融资、保险等业务板块仅是浮出水面的一小部分,真正支撑这些业务的则是水面之下的云计算、大数据和信用体系等底层平台。接下来,蚂蚁金服的战略就是开放这些底层平台,与各方合作伙伴一起,开拓互联网时代的金融新生态。”

据介绍,蚂蚁金服的云计算平台可以支撑每天10亿笔的支付交易,具有30分钟亿级账户的清算能力。基于蚂蚁金服的云计算平台,支付宝对接200多家金融机构,为超过3亿的活跃用户和近千万家商户提供支付服务,每年能完成数百亿人次的电子支付。而蚂蚁金服旗下的保险平台,同样接入了100多家保险机构,为超过1.5亿的用户提供服务。

并贤栋表示,蚂蚁金服将坚定持续的坚持开放平台战略,对所有合作伙伴开放云计算、大数据和市场交易三大平台,建设信用体系,拓展互联网时代的金融新生态,共同为用户创造价值,致力于“让信用等于财富”。

三星量产3bit 3D V-NAND闪存

三星电子有限公司通过持续不断的创新和探索,凭借在电视、智能手机、平板电脑、个人电脑、相机、家电、打印机、LTE通信设备、医疗设备、半导体和LED解决方案等领域的深厚积累,正在引领全球智能化发展。日前,三星电子宣布已经开始量产用于固态硬盘的业内首个3bit MLC 3D V-NAND闪存。

3bit V-NAND闪存是基于三星第二代V-NAND芯片技术的最新产品,每片闪存芯片由32层垂直堆叠的存储单元组成,单片闪存的存储容量可达128Gb。利用三星独有的3D电荷捕获型栅极存储单元结构技术,各个存储单元把电荷存储在绝缘体中,并通过存储单元阵列一层接一层地向上垂直堆叠,制造出含有数十亿个存储单元的芯片。

该款产品单个存储单元容量为3bit,每片芯片存储单元阵列垂直堆叠32层,因而大大提高了生产效率。与三星的10纳米级3bit平面闪存相比,新推出的3bit V-NAND立体闪存的晶圆生产效率提高了一倍以上。

三星于2013年8月推出了第一代24层V-NAND闪存,并在今年5月宣布了第二代32层V-NAND存储单元阵列结构。而本月量产3bit 32层V-NAND闪存,则标志着三星正在通过加速V-NAND量产技术的发展引领着3D存储芯片的新纪元。

自2012年首次推出基于3bit平面闪存的固态硬盘之后,三星已经证明了市场对高密度3bit闪存固态硬盘的广泛需求。此次推出的业内首款3bit 3D V-NAND闪存预计将大大拓展市场对V-NAND闪存的应用,使基于V-NAND的固态硬盘在有效解决大多数服务器厂商对高耐久性存储设备的需求的同时,将应用范围扩大到一般个人电脑用户。(孙蔚)

高德发布Smart LBS开发解决方案

10月17日,在阿里云开发者大会上,高德发布了轻巧、智慧的LBS(基于位置的服务)开发解决方案——Smart LBS,同时也是面向支付宝服务窗、微信公众号账号等轻量应用,以及智能硬件等新兴领域推出的LBS开发解决方案。

高德LBS开放平台总经理魏凯明表示:“LBS是移动互联网最核心、最基础的服务之一,大量移动应用与位置有关。但对大部分创业者和传统商户来说,自建LBS能力的门槛很高——需要具备地图测绘资质,拥有足够的地图数据采集和后端云数据处理能力。高德专注于LBS领域长达12年,拥有业内最顶尖专业的资质、数据和技术能力,此次推出Smart LBS就是为了将这些能力更好地开放给开发者,建立良性的产业生态。”

据介绍,针对不同需求和平台,Smart LBS本次推出了轻量地图、智能硬件和云端数据三大解决方案,主打零技术门槛、零开发成本和智能数据管理三大优势,意欲帮助开发者大幅降低LBS开发门槛,甚至实现“不会编程,也能做地图”。

近两年,随着微信公众号、支付宝服务窗等轻应用服务的兴起和普及,越来越多的传统企业希望通过借助这些移动平台实现跨界,向移动互联网转型,因此对于轻量级的LBS调用形式的需求也随之水涨船高。与此同时,许多Native Apps也在有着大量调用轻量级LBS服务的需求。高德Smart LBS中的轻量地图解决方案基于HTML5实现,以组件形式发布,旨在满足的就是以上需求。另一方面,针对智能硬件的创业热潮,Smart LBS则提供了标准和规范两种智能硬件的解决方案,能够覆盖所有不同规格、不同系统的智能设备。而对于开发者而言,有了完善的前端开发工具之后,后端的数据支撑平台同样非常重要。而此次Smart LBS方案中,云端数据的智能管家角色则由“云图”来担当。云图是高德地图LBS开放平台今年推出的一款开发者自有位置数据云存储产品,为用户提供位置数据存储、编辑、空间检索和地图渲染云服务。而此次随着Smart LBS的发布也顺势推出了“数据管理台”的新功能——商户、开发者无需代码开发,只需向云图导入自己的门店地址数据,便可“一键发布”生成专属的“全国”、“附近”门店在线网页,快速高效地向用户进行线上推广。

“随着Smart LBS的发布,高德LBS开放平台进入了一个智能、轻巧的全新阶段。”魏凯明表示,现阶段高德的注意力将会全部集中在提升地图导航的专业能力和更好地服务开发者上,暂不会考虑商业化的问题。“专业且专注的平台,才能更好地构建良性开放生态。”(陈东)

多屏切换模糊了工作与生活的界限

爱立信消费者研究室报告显示:随着消费者对移动设备的使用,工作和私人生活之间的界限、身处室内与室外的界限正变得越来越模糊,人们常常通过切换屏幕和设备,实现在不同地点获取服务和内容。无论是在家、工作地点、学校的室内环境,亦或是在上下班途中的室外环境,不分地点的多任务执行,在包括中国在内的所有调研的23个国家,这一倾向都很明显。

爱立信消费者研究室主任Vishnu Singh称:“我们的研究显示,12%的上班族每周都会有数次在工作时间网购,同时更有23%的人下班后处理与工作相关的任务。另一个重要的观察结论是,随着人们可执行任务的地点增多,他们所使用的屏幕数量也会相应增加。”

举例而言,只在单一地点使用社交网络的消费者中只有21%的人会切换屏幕。而在至少三个地点使用社交网络的人群中,切换屏幕的比例就增长到了44%。

由于人们的时间主要是在室内度过的(室内与室外时间比率为7:1),大部分人更喜欢在室内连接网络,因为通常看电视和视频、工作、学习、网上购物等活动都是在室内进行的。调查显示,在中国,15%的消费者会对室外访问社交网络、观看视频的体验表示满意,而当这些行为在室内发生时,满意的消费者比例就增长到了25%。

研究显示,很大一部分消费者浏览互联网、使用社交网络和即时通讯,而仅有少部分消费者进行网上购物或使用视频电话。例如,在巴西、加拿大和美国,89%的消费者每天使用任一设备浏览一次互联网,在阿根廷和乌拉圭,83%的消费者每天访问一次社交网络;在丹麦、德国、意大利、俄罗斯和英国,77%的消费者每天查看一次电子邮件。在中国,55%的消费者每天在线听音乐。

总之,有证据显示,消费者所处地点对其使用服务和设备的习惯影响甚小。而实际上,消费者更看重数码设备的使用自由,即无论何时、采取何种方式使用设备,自己的需求得到满足才是第一位的。(安吉)