

4G 走向融合与多模

双十二淘宝无线成交比例达45.8%

双十二淘宝无线成交占比高达45.8%。与双十一同口径的42.6%数字相比,无线成交占比继续攀升。淘宝总裁张建锋认为,今年双十二的火爆说明“淘宝已经变成了一种生活方式”。从线上,到线下,消费者正在以自己的方式和热情拥抱淘宝的“万能生活”时代。

无论是临睡前用手机狂扫婴儿用品的妈妈,还是热衷于汽车清洗、保养的男人,甚至那些在1212当天学会安装支付宝钱包去超市“扫货”的大爷大妈们,都感受到了今年双十二与往年的不同。

据统计,双十二当天共有近300个城市消费者选择了淘宝上各式各样的生活服务。在线下,有2万家门店、近100个品牌参与了双十二的活动,在12月12日当天使用支付宝钱包付款即可打5折(优惠50元封顶),范围覆盖餐馆、甜品、面包店、超市、便利店等多个日常消费场所。

张建锋表示,淘宝网走过了11年,已经不再是传统意义上的购物平台,而转化为综合服务生活平台,为用户提供更丰富的生活消费,对很多人来说,淘宝已经是一种生活方式。随着移动时代的来临,我们会更充分地利用移动端的优势,重塑电商,重塑生活。(陈杰)

网购狂欢如何保护在线交易

各大电商近日纷纷推出新品与超低折扣吸引消费者。面对电商们的价格之战,消费者的购物热情也随之高涨。由于近几年在线金融账户被窃事件时有发生,B2B In-tertainment进行了一项调查。结果显示,33%的受访者在过去十二个月内曾收到自称来自银行的可疑邮件,并要求其提供密码或其他信息;14%的受访者被重定向至钓鱼网站,要求其输入电子支付账号登陆信息。专业人士提醒广大消费者在享受购物狂欢时一定要采取可靠的安全措施,加强警惕。

现在,网络罪犯不仅对消费者的银行卡号感兴趣,还密切关注着消费者网银和电子支付系统账号的登录信息。但调查显示,仍有31%的受访者在输入个人数据或金融数据时,很少关注所访问网站的安全级别。五分之一的消费者未采取保护措施访问敏感资源的密码。16%的受访者认为“网络犯罪造成的损失被窃鲜有发生,应该不会发生在自己身上”。

此外,调查还显示,30%的受访者将金融数据保存在连网设备上。其中,仅有58%的安卓智能手机安装了安全解决方案;31%的智能手机和41%的安卓平板电脑甚至没有设置密码锁定设备的基础保护措施。

鉴于消费者薄弱的安全意识,反欺诈专家认为,一旦消费者忽视安全措施,就可能成为网络罪犯的目标和受害者,而银行通常不得不为消费者的疏忽买单。由于粗心大意的消费者不在少数,银行和电子支付系统运营商必须使用专门的安全解决方案抵御网络犯罪,确保自身不受金融和信誉损失的危害。

总之,在线交易的各方参与者都需要采取足够的安全保护措施,才能将危险性降到最低。对于广大消费者而言,安装一款可靠的多设备解决方案是保障自身与家人在线安全的不二之选。(勇沪)

汉柏CT-6800专为数据中心而造

IDC调研报告显示,2015年中国数据中心市场总容量将接近150亿美元,网络部分的份额占到数据中心总容量的20%。数据中心交换机作为网络部分最重要的产品,其市场容量非常可观。针对数据中心的特殊要求,汉柏专门打造CT-6800系列交换机产品,是用户建设数据中心的的首选。

CT-6800是汉柏科技有限公司为数据中心环境专门设计开发的全万兆盒式交换机,是面向下一代数据中心的高性能、高密度、高安全性、高可靠性的交换产品,具备全面的交换中心特性,支持TRILL多链路透明互联技术,可实现最短路径多跳点路由,有效简化网络设计,提高网络可扩展性。同时,汉柏CT-6800还支持MLAG多系统链路聚合,可以将网络中多台汉柏CT-6800交换机虚拟成逻辑上统一的一台设备,突破了传统网络结构中单台核心设备的性能及端口密度限制。除此之外,汉柏CT-6800具备丰富的安全特性,既可拒绝了恶意用户的非法攻击,也避免了非信任用户随意修改设备的问题。

汉柏CT-6800交换机旨在帮助企业向更高密度的园区网络环境和互联网场进行过度,对诸如统一通信和协作等高带宽服务提供支持,使得IT组织机构在维持并满足交换性能的扩展需求,从而适应不断增长的数据流量。(杰文)

2013年12月4日,工信部向三家运营商发放4G LTE运营许可;一年后,中国的4G用户数已经逼近6000万户。对比3G时代,2009年1月3G牌照发放一年后,中国3G用户数为1000余万户。

用户对4G的热情并不让人意外:4G是移动通信有史以来用户数增长最快的技术之一,根据GSM数据,到今年年底全球4G用户将超过4亿。从天时、地利、人和角度分析,天时——LTE统一标准带来共同繁荣;地利——为推动4G快速发展,主管部门、运营商与设备商、终端厂商及芯片厂商的积极合作让全球瞩目;人和——领先处理器和优质终端保障用户体验得以极大提升。

一个更大的历史和现实背景更容易解释“6000万与1000万”这一事实。从2009年1月到2014年年底,中国的GDP增长已逾50%;一个更为直观的对照数据为:根据2014年11月份的统计,中国内地公民今年出境旅游首次突破1亿人次,较之2009年翻番。

出境游人数暴增是经济高速发展的客观反映之一,而经济高速发展也促成了4G的火爆。当然,现在我们需要把话说回“本行”——4G手机的通用标准、多模多频特性对中国游客的自由出行同样作出了贡献。中国移动总裁李跃曾表示:“在2G和3G时代,由于多制式原因,我们不能实现在不同国家享受同样漫游,4G时代,我们始终致力于FDD/TDD二者融合,我们相信融合发展会实现‘一机在手,走遍全球’的梦想。”

稍早前,中国联通也发布“双4G领先计划”,并将LTE TDD/LTE FDD混合组网试验城市扩大至41个。中国联通还宣布,2015年双4G领先计划终端销量目标为1亿台。

在4G网络规划上,中国电信将先采取TDD、FDD混合组网方式,逐步实行融合组网。FDD和TDD是统一LTE标准下的两种不同接入方式,结合国情统筹协调发展,是最有利于LTE发展的策略。

全球移动设备供应商协会(GSA)主席Alan Hadden认为,“由于LTE是全球统一、通用标准,LTE FDD与TDD的网络部署和用户终端制造都可以极大地受益于LTE的全球规模经济。”

大众点评各业务线大幅增长

近日,中国领先的城市生活消费平台大众点评对外透露,公司旗下业务——团购业务的三四线城市在平台的带动下,实现了快速增长。在今年新开拓的三四线城市中,已有近20城实现逆袭,实现了当地团购市场占有率第一。与此同时,全国团购业务月交易额也在不断攀升,据悉,大众点评11月团购交易额的环比增幅是整个团购行业整体环比增幅的3倍。

三四线团购不断发力

2014年,大众点评团购业务增幅明显。11月,全国团购交易额超过20亿。而在2014年大众点评团购业务已经进入的100多个城市中,均在年内实现了大幅增长。

团购的率先发力与其业务特性密不可分。一方面,相比其他业务,大众点评通过团购可以快速切入当地市场,吸引用户、服务商户,为团购之外的推广、外卖、预订等营销工具落地打下基础;另一方面,随着大众点评覆盖更多的垂直行业,团购不仅局限在餐饮、电影等行业,也可以不断扩展到



Qualcomm执行董事长保罗·雅各布也曾表示,“多模多频的3G/4G LTE技术最终将惠及消费者。作为一个全球通用标准,LTE TDD/FDD必将推动产业创新。”

形成共识是实现高速发展的必要条件。一年间,中国的4G手机产业发展极其迅猛——2014年1—10月,中国市场4G手机出货量达到1.08亿部,其中10月环比增长7.9%。毫无疑问,4G已成为中国智能手机发展的“提速引擎”。

为什么增长如此之快?从用户角度,买一部手机,不用过多考虑选择运营商局限,可以“一机在手,走遍全球”;从厂商角度,一个平台打造符合各个运营商需求的手机已成为发展方向;从运营商角度,以中国联通为例,未来将打破目前4G终端市场以运营商为维度的分类,未来4G终端打造成为消费者首选、渠道首推和市场主流的产品。

当然,除多模多频之外,出色的多媒体性能、

连接性能以及令人放心的续航表现等也是消费者关注的焦点。领先的处理器将支撑手机充分满足消费者需求。

未来,4G用户数会继续迅猛增长,中国4G终端厂商将成为连接全球各主要市场的重要纽带。数据显示,目前国内3G/4G手机的70%来自中国OEM;从2007到2013年,中国OEM的3G/4G手机出口复合年均增长率大于30%。而Qualcomm参考设计平台(QRD)可以帮助手机厂商减少后期开发成本,并缩短产品上市周期。目前,QRD已支持Android和Windows Phone等操作系统,支持4G,支持Qualcomm RF360前端解决方案,据统计,目前共有960款基于QRD方案的终端已经出货或正在设计中,这些终端已经推广至包括中国在内的21个国家和地区;4G方面,有超过160款基于QRD的LTE终端已经推出商用,同时还有180款基于QRD的LTE终端正在设计当中。(博闻)

结婚、亲子、娱乐休闲等多本地生活服务领域。为此,大众点评在全国范围内多次发起大型团购促销活动,希望覆盖更多用户,例如,今年年中开始的“霸王餐”促销活动,就取得用户报名量增长70倍的成绩。

随着团购等业务线的不断发展,大众点评整体价值也在进一步凸显。截止到2014年第三季度,大众点评活跃用户数超过1.7亿,点评数量超过4200万条,收录商户数量超过1000万家;在移动端,2014年第三季度,大众点评手机端流量占比已超过80%,移动端用户数超过1.8亿,而经常被拿来对标的美国同行Yelp,移动端流量占比也仅60%。

各业务线多点开花

除了团购业务,大众点评各业务线全面开花。最新数据显示,截至2014年10月末,大众点评现金流之一的推广业务营收增长90%,而另一项现金流业务结婚的营收增长159%,用户数增长180%,预约增425%;同时,作为新成立的事业部,

酒店旅游(含海外)和预约预订增速迅猛,其中,酒店业务营收增长360%,点评数量增长570%,酒店预订单量增长280%,而大众点评预约预订给商户带来的订单占商户所有订单的61%,最高占比则接近100%;此外,电影相关业务营收增长300%,在线选座影院覆盖全国14000家,覆盖城市230个;而大众点评外卖订单增700%,不断成为大众点评新的发力点。

2014年初,大众点评明确了“上接流量、下接服务”的平台化战略,为了更好的将平台化战略落地,大众点评随后开始大幅调整内部组织结构与业务单元,由高度集中走向平台化,成立推广、交易、预订、结婚、酒店旅游等独立事业部深耕垂直行业,而推广、预订、团购等产品功能又横跨多个事业部。

业内人士分析,高速增长的数据正体现了大众点评平台化效应的释放。“上接流量”可以给商户带来更多流量,提供全方位服务,“下接服务”可以使用量满足用户的各种需求,尽可能提高用户的使用场景,实现服务端和流量端的双重提升。(向阳)

移动营销提升交易达成率

□安吉

一大热门话题。最近,微软与一家商务技术云平台服务和创新金融服务提供商合作,将一套智能收银系统打通传统企业前后端,为企业提供基于支付之上的数字化营销解决方案,使得企业可以利用大数据来指导决策制定,最终实现转型。

传统企业转型不易

据商务部今年9月发布的公告,2014年一季度我国移动购物市场交易规模达641.9亿元,同比增长140.8%。预计二季度仍会保持130%以上的增长。国家统计局7月发布的数据显示,上半年我国社会消费品零售总额12499亿元,同比名义增长12.1%(扣除价格因素实际增长10.8%)。

从增长速度来看,移动购物市场的增速明显高过整个传统零售行业。同时,艾瑞分析也预期2016年移动购物在整体网络购物中渗透率将突破50%,而2017年交易规模将突破3万亿元,移动端将成为网络购物用户的重要选择。

面对移动购物市场的强势发展,传统企业纷纷寻求转型。一般而言,传统企业的转型围绕建移动网站,做APP,做O2O三种方式。不过,关于这几种转型方式,一名资深互联网从业人士评价道:“传统企业在做电商平台的时候会遇到经验不足以及思维严重受限的问题,就连资本巨头万达,花重金邀请互联网资深人士加盟,最终也没能把电商做起来。而移动互联网时代,传

统企业想做移动网站,做APP,做O2O同样面临这些问题。”

在今年百度世界大会(由百度举办的一年一度的技术创新大会)上,百度CEO李彦宏在肯定这三种转型方式的吸引力和互动性之余,也明确指出这三种转型方式还存在诸多问题:比如移动网站的功能较弱,变现能力低,本地APP推广难、活跃度低,做O2O最后可能产生的需求也不是新被刺激出来的需求等。

因此,传统企业仅仅依靠建网站,做APP,开启O2O就实现转型,并不是那么容易。

用户体验成关键

在各大传统企业纷纷扎堆APP、O2O时,关于传统企业转型的另一种论调悄然兴起。这种观点认为:互联网思维的核心观点,和传统行业是一致的,就是以客户为中心。这也就意味着,传统企业的转型核心在于提高工作效率,降低运营成本,提升用户体验,至于互联网或是移动互联网都只是工具而已。微软近期携手广东汇卡商务推出的传统企业转型解决方案——智能收银台,便是此种论调的支持者,该款智能收银台是微软授权汇卡商务开发的一款基于Win8系统的移动智能收银系统,旨在为传统企业提供基于支付之上的数字化营销解决方案。

据广东汇卡商务相关负责人介绍,这款智能收银台既可用于商品移动营销、移动支付,同时可

以对企业的会员,订单,进销存等信息进行统一管理。通过对支付、订单、会员信息等进行分析,企业即可获取关于消费者、经营状况、库存状况等一系列的数据,为企业制定决策提供依据。目前该款智能收银台已用于一些大型传统零售行业。

该负责人所说的移动营销即是指依据前后端的打通,而在前端营销过程中,能够用直观的展示、精准的会员推荐、高效的支付等来促进交易的达成。

事实上,以移动智能收银来助力传统企业转型并不新鲜。零售巨头沃尔玛2012年便在试用一款名为“Scan & Go”的新移动支付应用,试图通过让消费者使用手机扫描商品,自助收付款,最终实现减少付款时间,提升用户体验,削减零售成本的的目的。但在国内,可以实现移动支付的场景并不算多。

“使用这套智能收银系统可能会成为传统企业转型的一个趋势。”对于微软联合汇卡商务打造的这套智能收银系统,一名业内知名互联网专家指出,“其实打通后端提供数据分析支持的设计并不新鲜,但是基于windows系统开发的智能收银系统尚属首次。比起基于IOS系统和安卓系统开发的类似智能收银系统,基于windows开发的系统整体运营成本会相对较低,安全性更高。并且传统企业一般在PC端也较多使用Windows系统,所以使用windows移动智能收银系统也能与企业实现无缝对接。”

千万中小微企业互联网应用普及工程启动

12月11日,中国互联网协会中小企业服务工作委员会(以下简称“中小企业服务工作委员会”)成立大会暨中国千万中小微企业互联网应用普及工程启动仪式在京召开。

来自阿里巴巴、腾讯、百度、360、中网、民生银行、广发银行等近四十家互联网平台型公司、金融机构及十余家媒体代表共同出席了本次大会。

按照《中国互联网协会章程》和《中国互联网协会分支机构管理办法》的相关规定,中国互联网协会中小企业服务工作委员会正式宣告成立。会议表决通过了《中国互联网协会中小企业服务工作委员会工作规则》,并按照上述规则选举产生了首届领导机构成员。

工业和信息化部中小企业司许可敏副司长表示,中小企业服务工作委员会要做好“双向服务”,服务好中小微企业和互联网厂商,利用互联网技术和服务帮助中小微企业转型升级,健康发展。

中网董事长、中小企业服务工作委员会副主任委员毛伟表示,绝大多数中小微企业因无人员、无技术、资金少而难以实现互联网化或移动营销,部分企业因多个服务供应商相互推诿而造成移动营销难以运营的问题。教会他们使用互联网,帮助他们从互联网尤其是移动互联网中获得更多商机和生意,是所有互联网从业者应该做好的一道课题。(向阳)

中国联通助力实施“智慧江苏”战略

近日,江苏省人民政府和中国联通在京签署共同推进“智慧江苏”战略合作协议。这是在2011年战略合作协议的基础上,双方就共同推进江苏省2015—2019年“智慧江苏”建设达成的新一轮战略合作协议。

自2011年同江苏省政府签署“十二五”战略协议以来,中国联通不断强化在江苏的信息通信基础设施、物联网产业基地、信息服务产业、政务及企业信息化、民生信息化应用、农村及沿海地区信息化等方面的投资和建设,加大采购江苏本地企业设备、产品、软件力度。从目前情况看,上述建设和采购指标均能在2014年末完成,这也标志着双方签署的“十二五”战略合作协议将提前一年圆满完成。

此次签署的共同推进智慧江苏建设战略合作框架协议,是对双方“十二五”战略合作协议的进一步深化,明确了未来五年江苏省政府和与中国联通在“智慧江苏”建设上的合作方向。中国联通将按照“发挥优势、持续发展、长期合作、互利共赢”的原则,进一步加大在江苏的发展力度,未来五年拟在江苏本地260亿元用于信息通信基础设施建设,采购江苏本地软硬件产品拟达到330亿元,全面实施以4G为统领的移动宽带领先战略,着力打造高速、移动互联网体系,助力江苏实现新型城镇化和城乡一体化智慧发展,成为新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化融合发展的先行省份,率先迈入信息社会。(复兴)

飞思卡尔推15W Qi兼容无线充电解决方案

飞思卡尔半导体日前推出业界首款15W Qi兼容的无线充电解决方案,进一步扩展了其无线充电产品组合,该解决方案针对平板电脑、大屏幕智能手机和便携式工业及医疗设备等各种大型移动设备的超快速无线充电。

飞思卡尔15W无线充电解决方案的功率是普通5W充电解决方案的3倍,能够为配有大容量电池的大型设备提供快速充电,同时还能利用更高的功率提高小型设备的充电速度。例如,配有4000mAh电池的平板电脑如果使用标准的USB接口充电可能需要8个小时才能充满,而飞思卡尔的解决方案能够大大减少充电时间到只需几小时便能将电池充满。

飞思卡尔这款新的15W产品组合包含发射和接收IC,辅以灵活的支持技术,可加快无线充电系统的创建。此外,这款新解决方案支持多个主要的行业标准,其中包括无线充电联盟(WPC)和Power Matters Alliance(PMA)制定的标准。

飞思卡尔微控制器事业部全球营销与业务拓展总监 Denis Cabrol表示:“目前的移动产品提供的特性、功能和规格数量之多前所未有,这要求无线充电系统开发人员适应容量更大的电池,并实现更快的充电速度。飞思卡尔业界首款15W解决方案旨在满足这些不断变化的市场需求,同时有助于简化产品开发,发挥设计创意。”

这款有针对性的解决方案包含两个15W IC:即WPR1516接收芯片和相应的MWCT1012发射芯片。开发人员使用相应固件库可快速开发产品,固件库提供实现一流的无线充电系统所需的核心功能。此外,该解决方案还包含一个先进的应用程序接口,该接口可用于修改或调整库功能,允许添加自定义应用程序和高度定制、差异化最终产品。(尹文)

一加手机深圳庆周岁

12月17日,一加手机周年庆在深圳福田体育公园体育馆举行。一加官微发布了一条“欠你们的终究要还的”微博,海报显示12月17日,一加一周年派对上将发布新品。众多消息显示一加手机在年终蓄势待发。

回顾一加这一年的历程,在国内智能手机红海的情况下,它自出生就不被大家看好,但是一加依然给我们一份惊喜。OnePlus one上市不到7个月,销量已经突破100万,并在9月底获得盈利。与国内其他手机厂商不同,一加一直都是“墙内开花墙外香”,坚持国际化道路,截至12月2日一加宣布与亚马逊印度合作,正式进军印度,开辟了第18个海外市场。值得欣慰的是上市半年多,一加成为中国首个同时登录《纽约时报》(华尔街日报)(TIME)《福布斯》等国际知名媒体,并获得一致好评的中国手机厂商。

毋庸置疑2014年一加势头正猛,刘作虎当时许下的50万的销量已经实现,一周年之后一加还会给我们带来什么惊喜?同等价位的魅族已经开始发力,不管是产品线还是营销都开始有大幅度的提升,小米更是将它的生态链进一步扩大,一加能否继续不将就,精品化思路不变的情况下,实现产品和市场的进一步拓展还需要时间的检验。(陈杰)