

新闻热线:010—58884107
E-mail:angela@vip.sina.com

■主编 刘燕 副主编 李国敏 责编 陈杰

中国互联网经济发展论坛举行

在2014中国互联网经济发展论坛上,与会专家认为互联网经济时代,信息资源、信息技术及信息网络运行平台正在成为经济社会发展主导要素,网络化正在成为社会生活的主导方式。互联网经济发展水平,正在成为衡量一个国家或地区是否具有经济发展主导权的主要标志。随着电子商务在国民经济各领域覆盖面的不断扩大,联结不同产业的不同要素的深度与广度不断扩大,各产业部门界限被打破,相互介入,形成一种新型的竞争合作关系,呈现产业融合的趋势,电子商务正在成为现代产业体系中的枢纽与主导产业。

据《互联网经济:中国经济发展的新形态》课题组预测,2020年基于网络的无形市场规模将接近传统的有形市场规模,我国电子商务交易规模将达到50万亿—70万亿,年均增速22.6%—31.2%,电子商务对GDP的贡献超过15%,成为全球规模最大、最具国际竞争优势的电子商务经济体。

阿里投资易传媒

1月14日,阿里巴巴集团宣布将战略投资并控股中国领先的整合数字营销平台易传媒(AdChina)。未来,易传媒仍保持独立运营,与阿里巴巴集团旗下营销推广平台阿里妈妈一起,推动数字营销程序化在中国的发展,并逐步实现大数据营销能力的普及化。

依托于易传媒的TradingOS平台以及阿里大数据和云计算能力,通过双方数据的打通,双方将合作建立端到端的数字广告技术和大数据营销基础设施平台,帮助网络媒体更好地提升流量变现能力,向广大商家及第三方专业机构提供领先的技术和数据产品。

随着电子商务的快速发展,电商和营销的关系越来越紧密,易传媒企业级数据营销平台建设与阿里妈妈现有营销推广业务非常互补。

快的打车融资6亿美元

1月15日,快的打车宣布已完成新一轮总额6亿美元的融资,由国际知名投资机构软银集团领投,阿里巴巴集团以及老虎环球基金也参与了此次投资。凭借此轮融资,快的打车将继续提升已有的市场领先地位及服务体验。

快的打车成立于2012年,截至目前其提供的服务已经覆盖了国内包括香港在内的358个城市。易观国际最新的数据显示,快的打车在国内打车软件市场中已占据54.4%的份额,劲旅咨询的调查显示,快的打车已成为国内最大的旅游类APP。在国内打车软件行业格局趋于稳定之后,快的打车于去年下半年推出了中高端出租车服务一号专车。短短半年的时间里,一号专车已经覆盖国内56个城市。凭借高效的运营以及优质的服务体验,一号专车目前已成长为国内规模最大、发展最快及最受欢迎的网约车平台。

快的打车董事长兼CEO吕传伟表示,“新一轮融资将帮助公司继续在技术和产品创新上进行更大的投入,同时稳固并扩大已有的市场地位。我们期待着各方一起,进一步提升乘客的出行服务体验,持续为城市交通系统带来积极的影响。”

阿里巴巴集团CEO陆兆禧表示:“快的打车通过技术改变了中国的城市出行方式,同时也在这一过程中改善了人们的生活。阿里巴巴集团将继续全力支持快的打车发展,并对其未来充满信心。移动互联网正进入一个令人兴奋的阶段,我们相信快的打车已经做好了充足的准备。”

从消费者角色的角度而言,我们期待更为猛烈的补贴大战再起!

电商携手传统农业共守非转基因阵地

近日,电商巨头阿里巴巴集团旗下聚划算携手九三集团与电商伙伴农鲜达,在网上掀起一场“鲜榨非转基因大豆油营销风暴”——万人团购百万亩名知青农场新鲜大豆油活动。中国植物油压榨技术经2000年发展,到如今,市场上各种制油工艺层出不穷,但传统纯物理压榨仍具有不可取代的优势:全过程不添加任何化学物质,保证油品的纯正、安全;不破坏原料的营养成分,各种营养成分得以完整保留,十分符合现代人对健康的需求。

此次“万人团购万亩知青油”活动是互联网电商与传统农业线上线下的再次融合,创造了消费者和商家的新型关系。阿里集团的聚划算平台通过规模化销售,降低成本,达到消费者的极致性价比体验。通过品牌传播和事件营销,达到品牌认知和传播,让人们在第一时间吃上品级极致鲜榨的油。

当网购的时尚与农业的“土气”完美结合后,给消费者带来的则是原汁原味的健康。

小米Note:不再“发烧”但诚意十足

□ 本报记者 陈杰



小米的新品发布会一直为业界所瞩目,在2015新年刚刚过去半个月之时,小米公司便迎来其年度旗舰产品发布。1月15日,在官方微博预热长达一周之久的小米正式揭晓了其新旗舰发布会谜底,推出其年度最强旗舰手机小米Note。同时,随着小米生态链版图的强势崛起,小米2015年霸气开局。这一切都是小米刚刚宣布完成2014年112万台手机销量,并达到450亿美元最新估值之后,在极短时间内,小米公司又再度令业界所瞩目。

价格与工艺的双重突破

随着小米Note参数的公布,不少评论认为小米Note有亮点,但没有太大惊喜。其实不然,小米此次发布5.7英寸屏幕全新旗舰产品系列小米Note,虽然配置参数方面不再强调之前的“为发烧而”,但从记者现场的体验来看,小米手机的工艺是

越来越成熟,加之主流的配置,这款手机的用户体验将会超过口碑原本就超强的小米手机4,而2299元起的售价则打破了小米几代旗舰产品1999元的价格,大有重新定义了大屏智能手机市场之势。

普通版的小米Note拥有5.7英寸夏普/JDI全高清视网膜屏幕,使用2.5GHz高通骁龙801处理器和3GB内存,前面板2.5D曲面玻璃和后面板的3D曲面玻璃后壳,最薄处仅4.1毫米。此外,小米Note顶配版则使用2K分辨率夏普/JDI屏幕,搭载8核64位高通骁龙810处理器。摄像头方面小米Note则配备索尼第二代堆栈式相机,像素达到1300万,具备光学防抖功能,而最让人惊喜的是小米Note相机和机身背部完全在一个平面上,并无任何凸起。此外,小米Note加入了HiFi音乐系统,而为了配合小米Note的HiFi系统,小米此次推出了小米头戴耳机。

据了解,普通版的小米Note将于2015年1月27日开放购买,而顶配版则配备了高通骁龙810处理器,4GB RAM和2K分辨率屏幕,售价为3299元,预计3月份上市。最新的数据显示,这款被评论为并无惊喜的小米旗舰机型推出仅五天,官网预约购买已超过一百万。

小米生态链正在崛起

发布会上,雷军着重介绍了“以手机为中心连

接所有智能设备”的构想,在发布史上最强旗舰手机的同时,大家也看到了以小米手机为中心的一个智能设备生态链的版图正在崛起。

小米生态链旗下不断出现着能引起用户尖叫的产品,比如小米空气净化器、小米手环、小米高清晰摄像头、iHealth智能血压仪等。雷军透露,小米已经陆续投资了25家生态链企业,2014年,小米以12.6亿元入股美的集团。

雷军表示,智能设备有三大痛点:手机连接复杂,每个设备都需要APP,云服务投入大。小米希望能用一种优雅的方式解决手机与智能设备的互联问题。

小米研发了通用智能模块,并以材料成本价提供给合作伙伴,并且研发通用的控制中心小米智能家庭APP,统一设备连接入口,甚至在MIUI锁屏界面集成了设备控制中心,甚至,小米还研发了智能硬件通用云服务,目前有专注应用云服务的小米云,与专注基础云服务的金山云深度合作,前不久投资的世纪互联提供网络基础设施。

雷军表示:“无论是智能模块还是控制中心,小米的生态链笃定的原则就是开放,不排他,不独家。合作就是要把人搞得少少的,把朋友搞得多多少的。”

此外,此次发布会上与小米Note一同亮相的还有一款有趣的产品,全球最小的四核全高清网络机顶盒,命名为“小米小盒子”,被雷军誉为小米献给用户“最好的新年礼物”。

这款产品体积非常的玲珑,集顶级配置、价格最低和超强内容矩阵于一体,售价199元,堪称性价比之王,共有七种色彩可选,1月20日起正式发售。

互联网时代更要保护创新环境

□ 陈杰

近来,一个关于喝水杯子的争论引发了大量关注的眼球,而一篇自媒体的《55度杯的骗局,是个天真的悲剧》将一直备受推崇的洛可可55度杯推到了舆论的风口上,更是让人们觉得市面上没有真正的55度杯,有的只是假冒和骗局。

事实果真如此吗?近日,LK洛可可针对其自主研发的“55度杯”被第三方生产商盗版、售卖一事,在其官方微信、微博上发布维权声明:55度杯自2014年10月首次亮相后,便受到广大消费者的追捧,目前已有近1亿的销售额,但大量盗版的存在使洛可可每天都在蒙受巨额的损失。

缘何一个喝水用的杯子能引起如此之关注?据了解,55度杯是由LK推出的创新“快速降温”产品,其神奇之处在于烧开的热水倒进55度杯后,只用摇晃几下温度便可降至55摄氏度左右,直接饮用极为方便。凭借创新的产品理念和

稳定可靠的产品质量,洛可可55度杯自上市以来几乎一直处于供不应求的状态。

在如今这个互联网时代,真正好的东东会在不经意间就会为大众所推崇。当然,好的创意和创新也更容易为他人所拷贝,而国内外的创新环境中从来就不缺乏投机者。当洛可可的55度杯受到热捧的同时,一些不良企业也嗅到了生财的良机……于是很快就形成了劣币驱逐良币之势,而随后媒体所口诛笔伐的对象也正是这些“山寨”55度杯由其形成的一系列骗局,但由于数量完全压倒真货的假冒伪劣55度杯充斥了整个市场,而作为一家以创新和设计见长的企业,洛可可可在打假方面显然并不见长,而最后舆论之剑更多的则殃及到真正的洛可可55度杯的声誉。

对于洛可可55度杯而言,这些山寨假冒产品让其蒙受了巨额的经济损失和声誉损失,创意和创新也没有得到应有的尊重。往小里说,这不过

是对一个创意不错的杯子及其拥有公司产生了一些冲击而已,而往大里则可说是对整个国内创新环境产生了巨大的冲击。一直以来,好的产品总是被山寨;好的专利总是被剽窃;好的创新就是被盗用,因此这往往不是一家两家企业的损失,而是一个行业一个产业的损失,更是“中国制造”向“中国智造”转型过程中不可估量的损失。

互联网时代,传播的及时和广泛让营销更有可操作的空间,好的产品创意和创新更容易为大众所追捧,但有了创新的企业和创新的产品如何去保护却是一个难题。显然,要摆脱“Chinese Copy”的尴尬以及缓解国内创新不足等难题,如何营造一个保护创新、崇尚创新的机制和环境尤为重要,企业、政府、媒体都有积极参与的必要。

■IT江湖

成像的诸多优点。”王博士表示,正是基于此,印象认知团队在研发过程中,最终实现用MAPIS,解决了将光学指纹采集器小型化的难题。而2000ppi的超高分辨率则是国际标准500ppi的四倍,UTFIS也实现了汗孔识别,这在安全系数要远高于目前市场上的指纹采集器。此外,MAPIS技术的成本并不高,仅是光学透镜系统的几分之一,UTFIS芯片模组成本和国外厂商采用电容技术的指纹模组大致相当,非常有利于国内外手机厂商采用。

数据显示,到2017年仅智能手机指纹识别芯片市场规模有望达到90亿美元。印象认知的UTFIS芯片在分辨率、安全性、稳定性等三项指标上,可以说遥遥领先于包括已被苹果收购的AuthenTec,以及Fingerprint Cards,Validity,IDEX等主要指纹识别传感器设计厂商,这款具有革命性的产品一经发布,或将加快指纹识别这一行业洗牌。

“UTFIS将成为全球手机厂商的全新选择,在用户体验、安全性及使用寿命上,UTFIS全面超越了传统指纹传感器。未来的手机用户,将真正感受到UTFIS为他们带来的全新指纹识别体验。”王曙光博士对此充满自信。

指纹识别产业或将重新洗牌

□ 本报记者 陈杰

在智能手机领域,苹果拥有至高无上的话语权,随着其上一代手机旗舰产品iPhone 5S推出指纹识别技术,全球智能手机市场便掀起一股指纹识别的热潮。然而,由于苹果产业的绝对封闭,在半导体指纹识别传感器厂商AuthenTec被苹果收购纳入旗下后,包括三星在内的安卓厂商们找不到更好的手机指纹解决方案来支撑一款旗舰产品来跟苹果对抗。

很显然,未来几年,指纹识别产业的机会巨大,关键就看哪个厂商能打破苹果技术垄断异军突起,一家中国企业让我们看到了希望。近日,中国指纹识别企业印象认知公司在美国拉斯维加斯“CES 2015国际消费电子产品展”上发布了其自主研发的一款超薄型光学指纹传感器“UTFIS”。这款光学指纹传感器尺寸为11.25×7mm,厚度仅有1.5mm,且突破性的获得了2000ppi的超高分辨率,成为全

球首款可用于移动电子设备的2000PPI指纹采集器,引发国际手机巨头的高度关注。

“电容式指纹识别芯片为主的半导体指纹采集器技术相对成熟,但由于专利多为国外公司掌控,中国企业在此并没有多少机会,印象认知正是基于这样一种认识才决定从光学指纹技术切入该市场。”印象认知总经理王曙光博士表示。

目前,市场上常见的指纹采集器主要有光学式和半导体式两种。传统光学指纹采集器成像质量好,稳定可靠,但尺寸巨大。半导体指纹采集器尺寸小,成本低,多用于移动电子设备上,但稳定性差,容易被破坏。印象认知的UTFIS芯片的成功得益于印象认知于2014年发布的一项专利技术MAPIS,即矩阵微孔成像。

“为了实现超薄尺寸的光学指纹采集器,我们重新审视了古典的小孔成像原理,惊讶地发现小孔

微智全景欲重塑商业数据网络

微智全景发布的“旺想战略”意在通过针对行业应用的互联网POS机产品线与面向消费者应用的旺想卡等智能硬件产品线,打造实现互联网应用与面向消费者应用的旺想卡等智能硬件产品线,实现互联网应用与线下实体店无缝对接的商业数据网络,国内首个O2O开放平台的建设算是正式启动了。

“为连接实体经济与互联网,创造全新的数据生态,我们需要以互联网的方式,重塑商业数据网络,以to B和to C两大智能硬件产品线,构建面向广大合作伙伴开放的平台,以此带动传统商业数据网络全面升级,并为各大O2O垂直领域的应用提供全面的营销、支付和数据处理服务。”微智全景CEO李岩表示。

此前,在to B端,微智全景已推出国内首款互联网POS机——旺POS,一端连接互联网公司数和

亿互联网用户,另一端连接商家。在各种线下消费场景中,商家通过“旺POS”这个工具,变成了微智全景搭建的对等网络中的一个节点,无论是手机点餐、预约、外卖,还是会员卡、团购、优惠,甚至是消费者行为和喜好的数据,都通过互联网POS直接连接到现场。

基于互联网POS机产品线,微智全景进一步进行战略升级,全面开放旺POS的SDK开发包,帮助所有合作伙伴在旺UI上进行自由开发;开放旺POS数据网络,帮助各种商业应用、电商平台实现数据闭环;共享旺POS服务体系,为各种商业应用、电商平台提供落地推广;向所有智能硬件开发商开放近场通讯接口,共享ID识别、位置信息。

据悉,支付宝、微信支付、百度钱包、大众点评、糯米、快钱、易宝支付、京东等线上支付工具及互

网电商的商户程序都已经入驻开放平台;欧莱雅、招商银行、银联广场等线下品牌和银行也开始实施基于旺POS的移动应用。

一个通用型的基础平台,可以为所有移动支付、O2O电商服务的开放应用环境,这正是微智全景将在2015年全力打造的全新商业数据网络。面向所有互联网应用开放接入,面向智能硬件开放接入,面向本地商业推广公司全面合作。“微智全景将在今年向市场投入15万台旺POS产品,带动线下实体店商家接入移动互联网,普及电商应用场景。”李岩表示。

在to C端,微智全景则正式推出了全球首款智能蓝牙可视卡——旺想卡,可为消费者在停车场、百货公司、餐厅、酒店等各种生活服务场景中,提供体验自然且免打扰的服务。这是目前最薄的蓝牙智能硬件,仅有1.4毫米厚的卡身里集成了薄膜电路板、薄膜电池、薄膜按键、低功耗蓝牙和电子显示屏,甚至还有重力传感器。卡身只有普通信用卡大小,能够实现支付、会员、电子券、密码器和各种无限可能的应用。(文周)

美团网完成7亿美元D轮融资

1月18日,美团网宣布完成新一轮总额7亿美元的融资。在此轮融资中,美团的估值达到70亿美元。

这是生活服务电商领域有史以来金额最大的一笔融资。正如爆发式增长的生活服务电商领域被投资者广泛看好,美团网作为行业领头羊受到了热烈追捧。2014年美团网全年交易额突破460亿元,服务覆盖了全国1000个城市,合作商户超过80万家,在团购市场占据了超过60%的份额。目前美团网是国内最大的电影O2O平台、第二大酒店分销平台和最大的在线外卖平台。

对于这笔融资的用途,王兴表示将会继续加大对美团的投入,拉大与竞争对手的差距,巩固美团的领先优势。“我们的目标是解决几亿人的吃喝玩乐需求。互联网对服务业的改造速度和翻天覆地的程度,会远远超过互联网对商品零售业的改造。我们始终相信美团面对的市场——服务业的互联网平台,是个至少几万亿规模的市场。2014年我们做到了460亿的交易额,今年我们的目标是完成一千亿,而到2020年的目标则是一万亿。”

对于一个完成了D轮融资估值已达70亿美元的公司,何时上市肯定是关注的焦点,但王兴表示并没有确定公司的上市时间,“上市是公司发展过程中水到渠成的事情,现在的美团处于一个高速增长阶段,投资人很看好美团的发展,他们有足够耐心。2015年乃至明年,上市不会是我们最主要的目标。”

业内人士认为,美团这笔7亿美元的融资将加速团购行业洗牌。美团网有望依托资金支持,进一步强化其领先地位,占据70%甚至更高的市场份额,推动团购行业走向721格局。(陈杰)

360与微软在线达成合作

1月15日,360公司联合微软在线达成合作,双方以建立360品牌广告联盟为目的,旨在为未来品牌营销树立更佳的合作模式。作为首家入驻的合作伙伴,微软在线旗下以MSN中文网为主的一系列展示类广告产品线将助力“品牌广告联盟”的发展。据悉,品牌广告联盟是360为合作联盟媒体和广大品牌广告主提供的营销平台,此项合作有别于以往单纯的资源持有与广告购买。

MSN中文网将与360在网站的优质化及广告营销方面展开全面而深入的战略合作。在此次战略合作达成后,360现有的全球首家跨屏开放式Ad Exchange平台将与MSN中文网为的高端受众群体相结合,为品牌广告主提供全网覆盖的、更加优质的一站式投放平台,从而带来更具实际商业价值的联盟。

360公司高级副总裁于光东表示,360品牌广告联盟将整合PC端与移动端多样化的产品体系,联合站外巨头媒体,为品牌广告主、合作伙伴创造巨大的用户流量和商业价值。360聚效广告平台创始人兼CEO杨炯纬对此展开了进一步阐述,360将携手微软在线推进大品牌的数据分析,分享品牌相关数据和行业研究,并提炼针对性的解决方案,希望通过这些细分的群体为品牌提供发酵的机会。此外,360还将加大与微软在线在产品和技术层面的紧密合作,并进一步探索整合数字营销领域的创新模式。(向阳)

赢在投资获颁“中国互联网金融领军企业”

1月18日,由新华社《经济参考报》、新华网和《财经国家周刊》联合主办的“第二届中国财经领袖年会暨2014中国财经年度人物推介活动”在北京举行,与会者围绕“新改革、新希望、新梦想”主题,探讨了新金融形势下改革发展和产业结构升级的方向,推举出了最具领袖精神的中国财经年度人物。股票在线交易平台——“赢在投资”在会上荣膺“中国互联网金融领军企业”奖,董事长李成波在接受采访时表示,“赢在投资”能获此殊荣,主要得益于中国互联网技术的发展和金融理念的创新。未来企业将持续深耕针对投资者的互联网服务领域,担当好资本与投资标的桥梁角色。通过对投资数据的积累,提供基于大数据的网络投资一站式服务,打造以“交易”为核心的投资者社区。

在过去的2014年,互联网金融的快速发展引起了社会各界的广泛关注。依托云计算、大数据基础,传统金融模式在融合了互联网精神后,在提升效率、降低准入门槛上受到了社会大众的喜爱,为小微企业及个人解决融资难、融资贵问题提供了可能。互联网金融行业呈现出的线上、线下融合态势,不论是互联网企业金融化,还是金融机构互联网化,都将刺激中国金融体制的转型、提升资金效益、实现中国经济弯道超车。

“赢在投资”致力于为用户提供安全、便捷的网上股票投资交易流程体验,以及购股的快速融资服务。已累计在投资交易的数据,截至2014年12月,赢在投资已根据用户需要提供超过20亿元的股票配资额度,平台日均交易额突破50亿元。(科文)

搜狗搜索发布移动客户端3.0

日前,搜狗搜索正式发布移动客户端3.0,“本地生活”、“扫码比价”及“微信头条”三大核心功能齐亮相,可分别为用户提供本地生活“一键触达”服务,扫码比价快速购物体验,以及微信公众号内容差异化的阅读方式。特别是注入微信独有内容,创新推出的“微信头条”,意味着搜狗与腾讯的合作更加深入,新搜狗也在新年伊始全面发力,明显加快向移动搜索正面战场进攻的步伐。

搜狗CEO王小川表示,移动互联网时代,用户的每一次搜索,都是基于立刻能解决问题的目的。移动搜索与PC搜索最大不同在于:手机屏幕变小,信息传递有限,需要更为精准的搜索答案;手机的移动特性,带来更多生活服务搜索需求;搜索内容与场景的变化,需要搜索满足随时随地个性化的个性需求。此次搜狗搜索移动客户端3.0三大核心功能,将帮助用户在移动场景下找到更精准、更可信的结果。

以“本地生活”功能为例,目前已覆盖到看电影、团购、外卖、美食等最重要的用户消费场景,一键点击,即可满足用户基于附近和本地的生活服务类不同需求。而创新推出的“微信头条”功能,以搜索为推荐,通过微信登录,身份标签,智能推荐和轻松收藏分享,精准给到用户真正感兴趣的优质微信公众号内容,获得个性化的阅读体验。(向阳)