新闻热线：010—58884109
E-mail：bj2008555@sina.com
科技日報
■责编 陈和利
2015年2月4日 星期三

乐视欲打造生态手机变革手机产业

□ 本报记者 陈和利

1月28日，乐视在京正式确认进入手机领域，并首次公布乐视移动战略。乐视超级手机将通过全终端智能操作系统LeUI系统，在一云多屏的生态架构下，为乐迷打造一个高品质生活圈，实现汽车、移动、电视等智能设备多屏无缝衔接。

乐视宣布，超级手机上市进入倒计时，由全球顶级水平的代工厂生产。超级手机将采用全金属外壳，搭载业内即将上市的顶级芯片、专属定制屏幕等，价格将会最大程度让利于用户。

垂直整合完整生态

去年12月29日，乐视CEO贾跃亭在微博上首次表示乐视做手机“无颠覆，不出手。”随后他再次表示乐视做手机会坚持3个一定：一定要做出与众不同的奢侈产品和极致用户体验；一定要不只是台手机，而是一个移动互联网生态系统；一定要打造一个新模式，创造更高的用户价值并能够推动行业进步。乐视要做手机，吸引了广大媒体及手机行业和互联网公司的强烈关注。

此次发布会上，乐视正式确认进入手机领域，并首次曝光移动战略。乐视的目标是基于“平台+内容+终端+应用”的垂直整合完整生态，通过完全自主研发打造中国首个生态手机，变革手机产业，即不只是要制造手机，而是要打造一个完整的移动互联网生态系统。乐视将秉持“奢侈科技、完整生态、极致体验、颠覆价格”的原则，用CP2C的模式打造超级手机，“千万人不满，千万人参与、千万人研发、千万人使用、千万人传播”，让用户充分参与到各个产品的环节，不再是简单的一次性消费，而是长期服务。

乐视还宣布乐视移动智能信息技术（北京）有限公司已注册成立，该公司将负责乐视手机相关业务，包括生产、研发手机、移动电话；销售通讯设备、电子产品、机械设备等。它与乐视网、乐视致新一样，均是乐视集团旗下的兄弟公司。

超级手机量产上市进入倒计时

乐视宣布，冯幸正式加盟担任乐视控股高级副总裁、乐视移动智能公司总裁。在加入乐视前，冯幸任联想集团副总裁、MIDH中国业务部总经理。

冯幸表示，基于垂直整合的完整乐视生态，乐视创新提出“无生态，不手机”的理念。这是一种不同于手机行业传统制造派和互联网营销派的全新玩法，基于过硬的产品研发能力，依托成熟的产业链基础，发挥强大的互联网营销优势，融合丰富的乐视生态，把最好的内容和服务呈现给用户。乐视生态将赋予冰冷的硬件以鲜活的生命，超级手机自然不只是一台手机，而是一个完整的移动互联网生态系统，也是乐视生态必不可失的一环。

他宣布，超级手机上市进入倒计时。目前超级手机研发团队的规模已达1000多人，分别来自国内外顶级的手机企业。同时乐视也向业内广发

英雄帖，欢迎有志人士和行业精英一起加入打造出具有革命性的产品，颠覆手机行业。

此外，乐视移动的管理层团队也随之亮相：原魅族副总裁马麟担任UI研发副裁；原联想集团联通业务总经理董志升担任销售副总裁；原小米科技网络营销/内容创意部门负责人杨大伟担任市场营销总经理；原联想集团运营管理总监崔战良担任运营管理总经理；原微软北亚及大中国区售后运营部高级经理綦滨担任售后高级总监。

乐视手机将打造行业第三极

目前手机行业已分为两大阵营，分别是传统制造派和互联网营销派。其中，传统制造派拥有完善的产业链基础，专注于硬件设计、制造工艺等，占据着最为庞大的用户群体，主要通过传统渠道售卖硬件盈利。而互联网营销派的核心竞争力是网络营销和产品设计，不用拥有庞大的产线，依托成熟产业链基础，以互联网模式（粉丝互动、用户参与、线上线下协同等）营销，以最高效的方式进行市场推广，获取极高的指名购买率，得以成功逆袭传统制造派。

两大阵营占据着中国手机行业的主流市场，正在相互学习相互渗透，其差异之处是营销模式，共同之处是以硬件售卖为主。但随着手机行业硬件同质化趋势加剧，硬件发展已快到达天花板，手机性能已从“通过不断迭代满足人们便捷、流畅使用”的阶段进入“性能过剩”时期，仅凭硬件性能已难分产品的高下，手机行业必将迎来继乔布斯第一次变革之后的第二次产品形态革命。

据悉，乐视要打造与之不同的手机行业第三极。超级手机和LeUI系统Mobile版，将基于乐视生态为用户提供一套全新有价值的服务和体验，打造基于移动端的互联网生活：平台端提供云服务、电子商务，内容端提供海量影视剧、自制、体育、音乐、综艺、娱乐等，应用方面的应用市场、游戏等。不仅如此，在一云多屏的生态架构下，乐视将为乐迷打造一个高品质生活圈，实现汽车、移动、电视等智能设备多屏无缝衔接。

乐视移动海外战略同步启动

当天，乐视移动海外战略正式启动，乐视海外业务副总裁莫翠天表示，“超级电视已成功在香港落地，这也标志着乐视垂直整合的生态系统在海外落地，今年还将在更多的国家和地区落地。移动生态系统是乐视生态重要的战略组成部分，乐视不仅仅是要将超级手机销售到海外，更是要将移动生态系统复制到海外。”

据介绍，乐视的海外业务在同时展开几个市场的布局，包括亚太区、北美，业务最先落地的是香港，超级电视在香港的几次开放抢购，都是在几分钟内快速售罄，创造了香港史上智能电视的销售纪录。

而在去年“919乐迷节”，乐视商城单日10万台销量，创中国B2C商城单日单品牌电视销售量、销售额纪录；双十一销售额突破1.58亿，按天猫数据魔方排名，位居电视品牌榜首。2014年超级电视销量已突破150万台，提前一个月完成年度销量目标。

重度垂直的乐视生态，终极目标是为乐迷打造高品质的乐迷生活圈，也正是基于这样的共同的梦想，乐视生态获得用户的喜爱与认可，让乐视商城取得了一系列瞩目的成绩。目前，乐视商城已跻身中国前十大B2C电商网站行列，是中国智能硬件第一电商平台。

火车富媒体娱乐服务平台“箩筐”上线运营

□ 本报记者 刘燕

继去年11月下旬，国内移动互联网企业中传（C Media）宣布同其全资子公司中传瑞有（江苏中传瑞有信息科技有限公司）共同加速推进火车上搭建和部署旅客列车Wi-Fi 服务声明后，中传为其独立承建和运营的国内最大火车富媒体娱乐服务平台“箩筐”在春运来临前上线运营。

箩筐，是在国内主要铁路路局优化典型车上旅客服务（如旅游专列预定票），搭建铁路运营部门与旅客间实时沟通、传递铁路资讯和服务动态，以及为旅客提供娱乐视听、社交互动等同车社交于一体的高体量内容和服务接入平台。

截至2014年12月，中传已获得广州局、呼和浩特局、昆明局、郑州局、北京局和兰州局6个路局700余列列车的独家经营权，其中，箩筐平台已在108组列车上部署并运营，覆盖Z/T/K字头118个车次。到2015年上半年，“箩筐”计划在各路局近500组列车“服役”，覆盖近600个车次。装载箩筐产品的车辆满年运营将超过2.5亿人次，覆盖近1亿旅客。

据中传火车网项目总体协调人毛成介绍，目前在列车上有电影、电视剧、综艺节目、动漫等总计近3000小时的视频内容，同时有上万首音乐曲库，千余本电子书籍等，旅客在车上通过手机、PAD、笔记本电脑连接到列车车厢的“Rail-WiFi”，下载打开箩筐APP，即可免费获得箩筐提供的各项服务，即便在下车后打开箩筐，仍可继续使用游戏、电子书等娱乐服务和进行社交活动。

而箩筐为国内几个路局定制的重要功能——旅游专列预定系统，专门服务于近两年来异军突起的乘坐火车（高铁）一线多地区域游这一新兴特色旅游项目。通过箩筐，旅客可以了解旅游专列唯一对外订票机构——中国铁道旅行社的实时旅游专列线路信息，包括线路特色、主要游览景点、服务品质和行程详细安排等。旅客在选择预定后，信息会直接发送给联系人的手机或邮箱，以最短时间高效处理游客的订单信息。

中传集团经过近十年的产品技术研发积累，已取得产品技术研发相关专利、著作权百余项。在视频流媒体、内容分发网络、高速文件传输、即时通讯及消息推送、大数据采集统计分析、Wi-Fi系统及硬件等技术方向达到国内、国际领先水平。

箩筐自有研发的“旅客列车Wi-Fi服务平台”——包括软件管理系统、硬件设备系统、混合组网方案，是中国首个列车上车试验项目。其中火车上安装的硬件设备，从版型设计及芯片配置都是该公司独有专利，设备包括处理模块、无线通信模块、蜂窝通信模块等。中传提供的列车混合网运营方案，使列车行驶中蜂窝网络环境体验极差的状态下，旅客依然能畅快的享受车内视频、音频、电子书、游戏等娱乐内容及应用服务。

目前列车上安装的是我们第3代设备，采用X86架构，服务器级别硬件。4核CPU处理能力、T级别的存储空间。单台设备可容纳近3000小时的视频、200万条新闻资讯，支持120人同时接入访问设备内容。目前我们的第四代设备已经完成设计工作，会更大的提升混合组网能力和计算服务能力。

教育不能挣快钱

原21世纪不动产集团副总裁兼首席信息官王雷加盟决胜网，担任决胜网首席运营官，在“决胜对话”互联网教育沙龙上，王雷表示，教育行业与房地产中介行业一样，不是挣快钱的行业。

加入决胜网之前，王雷是21世纪不动产集团副总裁兼首席信息官，并曾先后任职新浪网产品部总监、北京点击科技有限公司副总裁。

在“决胜对话”互联网教育沙龙上，王雷认为房地产中介行业和教育行业有很多共同点。第一，都有众多的线下门店。教育机构都是通过线下方式服务于客户；第二，碎片化。服务都是基于一个消费者周边几公里范围内完成。王雷认为，房地产经纪行业和互联网教育都是基于社区化的。

在营销模式上，王雷也提出了自己的见解。王雷表示，房地产中介行业触网比较早，客户量百分之七八十是来自互联网，客户先从互联网找，再到线下门店接受服务；同样这套营销方式可用于互联网教育。“教育机构使用互联网做营销，如何使自己的营销更有效？如何让品牌在未来互联网形成好的口碑，这将是值得研究的课题。”

从这个角度分析，王雷认为，中小型机构未来可以依靠互联网更好地服务。房地产中介行业不是挣快钱的行业，70%以上客户来自老客户介绍；教育行业亦如此，教育机构很多学员上课大多依靠朋友的口碑。所以对于企业来讲，如何完成业绩提升做好口碑营销，首先应该服务好老客户。

“决胜网非常看好的企业标准是，首先要有好的教育产品，这个产品在细分领域是名列首位的；其次，这类产品有基于移动互联网拓展和服务的基因，产品不能是纯线下的，最好经过互联网改造，把它做成面积非常大、受众非常多的形态。这样的企业是决胜网非常看好的。”

王雷介绍，决胜网以“消费者体验”为目标，2015年将在“消费者体验”大做功课，包括产品功能、发展方向、细分领域进行更极致的研究和应用。（向阳）

联通流量银行为手机备流量“年货”

中国联通为了满足用户春节期间的流量需求，于1月26至3月5日期间正式推出“该给手机备点年货了”新春主题活动，通过流量银行客户端提前预售，向用户送出“2.5折抢购手机年货”的春节好礼。同时，流量银行客户端功能进行了升级，支持流量币存储和跨网充值。

活动期间，联通用户只要花2元钱购买一个“流量M码”，就可以获得流量银行赠送的10个流量币，同时还拥有2.5折价格购买1G流量半年包的特权一次。联通1G流量包市场原价100元，有效期为6个月。而根据本次活动规则，购买流量M码的用户需要25元就可以购买到1G流量包。在解决流量增值的同时，还节省了开销。

与此同时，流量银行客户端也进行了大幅改版。除了用户交互体验变得更加友好外，新版流量银行还增加了直接购买流量币功能。新版功能上线后，用户可将购买的流量币存在账户中，随时根据需求兑换流量，省去了“每月多余流量无法存储”的担忧。

新版流量银行还接入了移动和电信的流量包，用户手中的流量币将可兑换成联通，移动、电信任意一家运营商的流量，真正实现了流量的“三网通用”。（陈和利）

中国联通与施耐德电气签合作协议

1月30日，中国联通与施耐德电气在京签署战略合作协议。

根据协议，双方明确建立长期的战略合作伙伴关系，充分发掘和利用双方在各自领域的优势资源，不断深化在基础通信服务、移动通信及互联网增值服务、连锁门店能源管理领域、智能楼宇和智能家居领域、数据中心等领域的全面战略合作。中国联通将充分发挥网络资源和客户服务能力方面的优势，在企业通信服务和信息化创新领域全面满足施耐德的通信需求，在通信、信息化等领域提供技术支撑保障。

施耐德电气董事会主席兼首席执行官赵国华、中国联通董事长常小兵均表示：随着移动互联网时代的到来和物联网、云计算技术的普及，能效优化与价值提升对于电信行业来说日益重要。施耐德电气与中国联通一定能够不断拓宽合作领域，提升合作层面，丰富合作内容、实现合作共赢。双方将探讨在能效经济的环境下，推动数据中心的智能化管理，双方将共同拓展市场，为客户提供创新的、量身定制的产品和服务，帮助客户信息化建设的同时，实现“善用其效，尽享其能”。（陈和利）

企业需小心防范DDoS攻击

作为近几年网络罪犯的常用手段，DDoS（分布式拒绝服务）攻击给众多企业造成了巨大损失。调查结果显示，DDoS攻击造成的平均损失金额根据企业规模从5.2万美金至44.4万美金不等。对于很多企业而言，这项损失不仅会严重影响其财务状况，还会因为合作伙伴和客户无法访问在线资源使其声誉受损。

因DDoS攻击造成的整体损失包括诸多问题。举例而言，61%的DDoS攻击受害者暂时无法访问关键业务信息；38%的企业无法开展核心业务；33%的受访者错失了商业机会。此外，29%的DDoS攻击事件对企业的信誉评级造成负面影响；26%的攻击事件则促使企业加大了保险投入。

不仅如此，DDoS攻击造成的损失还包括事故的善后支出。根据调查，65%的企业咨询过IT安全专家；49%的企业投入资金调整其IT架构；46%与41%的受害者则分别求助于律师和风险管理专家。而这些仅是最常见的善后支出。

DDoS攻击能够摧毁企业关键服务，造成严重后果。因此，企业有必要将DDoS防御措施视为整体IT安全策略中不可或缺的一部分。对于企业而言，抵御DDoS攻击与部署反病毒保护、针对性攻击防御、数据泄露措施等安全方案同样至关重要。（勇合）

VIPABC疾呼在线教育行业需建自律公约

自近日VIPABC通过其官方途径，公开谴责某在线教育机构员工窃取前雇主VIPABC内部商业机密后，2月2日，VIPABC又在上海召开新闻发布会，呼吁在线教育行业从业者加强法制观念，倡导公平健康的竞争环境，并希望同业能签署教育业者自律公约。

“我们在在线教育行业深耕了10多年，对教育的职责非常敬畏，如履薄冰，谨慎服务，就害怕误人子弟，”VIPABC总经理袁栋说。“我们的看法是：教育行业不同于一般商业竞争。常言道：十年树木，百年树人。为人师表如果不能身正影直，何谈教育他人。”袁栋还说：我们对于行业内存在如此明显嚣张的违法行径，和不道德行为，一定零容忍，因为我们要捍卫的不仅仅是自身的利益，我们要捍卫的是整个教育产业和下一代的价值观和道德观。

2014年2月，VIPABC亦获得阿里巴巴集团领投的B轮融资1亿美金。其全部课程分配、教材创制、在线互动系统均由硅谷团队和全球师资潜心研发而成，无一不是原创和专利技术。目前，VIPABC在全球32个国家64座城市有3000多位具有TESL和TEFL师资、并经过严格教学实践考核的外籍顾问，365天24小时不间断地为学习者服务，每年新增学习者达500万人次，现为全球最大在线英语教育机构。（砂岩）

赶集网获2014年中国分类信息网站龙头奖

近日，由国家发改委、工信部、科技部等国家部委指导、中国电子商务协会主办的2014中国电子商务行业门户大会在北京成功举办。作为最专业的分类信息网站，赶集网荣膺“2014年中国分类信息网站龙头奖”。

2014电子商务大会以“创新·变革”为主题，吸引了来自主管政府部门领导、知名电子商务行业门户创始人CEO、行业专家、风险投资人等1000余人参加。本次大会的又一亮点无疑是2014中国电子商务年度颁奖盛典。经过前期推荐、公示、公众投票等长达半年的阶段审核，以及现场专家的严格评审，赶集网从上百家参选企业中脱颖而出，以其专业的分类信息服务业态、可持续发展的商业模式和极具创新性的产品获得评委及业内的认可，进而斩获龙头奖大奖。

作为最专业分类信息网站，赶集网一直秉承着不断创新的传统，以本地生活为核心，不断创新服务模式，优化用户体验，成为老百姓最认可的专业分类信息网站。全心全意为用户服务、新的颠覆式的商业模式以及移动互联网的创新和平台效应，这三驾马车并行，让赶集网一直引领分类信息行业的发展。在分类信息行业，赶集网拥有最为强大的技术产品研发团队，聚合了大量顶尖互联网公司的产品技术人才，公司近40%的员工来自技术研发团队。

“用户的诉求集中在‘省’上，如何省时、省心、省钱成为他们选择服务时首要考虑的因素”，赵世勇指出，围绕用户的诉求和体验，赶集网进行了一系列的创新。从推出基于C2B模式的招标服务、懒人找房到招聘节、赶集好车、放心商家等优质产品上线，从传统PC端到手机客户端，赶集网改变了分类信息行业的使用习惯和用户体验。（向阳）

新七天欲重塑电商服务商业价值

在首届中国互联网电商服务行业思享会上，深耕互联网代运营领域多年的新七天CEO左英杰认为，作为电商领域的环节之一代运营行业已经不仅仅是代运营，如果说代运营企业帮助中国前往传统企业实现互联网改造并与之共进退的服务商，那么说或许面临淘汰的窘境。

“目前我们企业本身在做一些转型。”左英杰表示，“过去的代运营可以说是简单的‘卖身’模式，现在我们所做的是逐渐过渡为数字化整合营销‘卖艺’阶段，并且伴随传统企业适应互联网公司变化并实现全周期落地，到零售系统ERP的搭建，所以一整套的服务，这样是有助于给企业带去一些流量转换的，我想这是未来的电商服务行业的未来之路。”

对于处在同一个链条中的早期代运营企业瑞金麟创始人安士辉却认为电商代运营要么转型要么遭遇淘汰。安士辉表示：“现在我依然坚持这个观点，而且我更加坚信电商代运营不存在转型和升级的概念，如果转型升级就不是电商代运营了，就成长为一家传统企业互联网化的服务商，或者成长为一家数字化的服务商，亦或者成为一家电子商务综合的服务商，就不能再称之为代运营企业。”

对于这一完全相反的观点，左英杰认为这有待市场来验证，他认为代运营企业升级转型后会引起资本市场的关注，也会出现一些上市公司，但所有的前提是：这些企业能够站在行业高度，适应市场格局变化，提供全套的企业营销方案，主动通过互联网思维为传统企业带去营销增量的电商服务公司。2015年中国经济进入新常态阶段，在大环境的变革下势必会带来对传统企业，互联网行业及电商服务业链条中多个企业的转型与冲击。

随着中国的经济的高速发展，中国消费者的消费能力呈爆发式增长，国外大量一、二线品牌急需依托电子商务浪潮和物流解决方案低成本进入中国市场，急需专业的电商服务公司帮助其进行电商布局，需求可谓巨大。

电商服务业在帮助传统企业完成互联网改造过程中，不管是在广度或者深度都存在着巨大的市场空间。有巨大市场需求就会有商业价值，面对代运营行业的发展，左英杰表示：“势必会从数字化媒体营销能力、二是视觉+技术实施能力、CRM及数据服务能力、巩固基础代运营能力四方面进行转型升级。”

事实上，电商代运营行业一直是存在于企业背后的幕后英雄。一个数据，2014年天猫双11创造单日销售571亿的销售额，据数据统计其中有36.7%的销售额是由第三方代运营即电商服务完成的。以电视行业为例，在2014年天猫双十一中排在电视品类销售额第一的为创维和旗下品牌酷开旗舰店，单日销售额达到1.7亿元，而帮助创维创造此成绩的正是新七天，其行业价值可见一斑。（陈杰）