

思科预测到2019年,智能联接产生的流量将占全球移动流量的97%

# 未来五年全球移动数据流量将增至10倍

□ 本报记者 刘燕

## 赶集网与有缘网达成战略合作

近日,赶集网宣布与大众婚恋交友平台有缘网达成战略合作,双方将以各自的优势为依托,打通站内数据,开展业务合作,力图通过双方高度重叠的用户群体,实现1+1>2的叠加效果,打造一站式生活交友服务,合力挖掘用户价值。

据了解,有缘网作为中国领先的大众婚恋交友平台,专注于大众群体提供轻松、便捷的婚恋交友服务,已经成为国内首个用户突破1.9亿的婚恋交友平台,备受广大单身男女的青睐。赶集网的定位是更专业的分类信息网站,通过其对分类信息的管理,为用户提供专业的招聘求职、房屋租赁、二手买卖等众多本地生活服务内容,每月服务用户数超2亿人,成为老百姓本地生活服务首选平台。

赶集网此次与有缘网的合作,双方将充分发挥各自独特的资源优势,实现互补。网站打通之后,双方将在流量、用户、内容等领域展开一系列深度合作。届时,赶集网将直接面向1.9亿有缘网用户开放,有缘网用户在婚恋交友之外,享受与之相配套的房产、招聘等其他本地生活服务。赶集网上每天上百万的优质稳定的用户也将为有缘网带来大规模的流量增长。与此同时,赶集网上的用户也能更方便、快捷的获得来自有缘网的婚恋交友信息,与其他的引流合作方式相比,双方精准的用户契合度更具发展前景。

此次赶集网与有缘网合作,也是借助其在用户人群中强大流量的优势,圈地精准流量,赶集网则可以为有缘网的用户提供完善的生活服务,助力其提升用户黏性。据了解,未来双方还将在多个层面进行合作,可以为用户提供更多本地生活服务场景。(向阳)

## 世纪佳缘发布婚恋观调查报告

2014年,中国男女结婚率不断下滑,离婚率却逐步攀升,“男神”“女神”被妖魔化,“90后”也步入被催婚的行列,传统的婚恋观再次受到新观念的严峻挑战。近日,国内婚恋交友运营平台世纪佳缘正式发布了《2014—2015年中国男女婚恋观调查报告》,报告针对中国单身男女的恋爱观、性爱观、生活状态及习惯进行了深入剖析,全面展现了当代中国男女的婚恋观状况。

本次报告分定性研究和定量研究两部分,在北京、上海、广州、深圳、西安、苏州、厦门、沈阳等城市举办了20多场单身座谈会进行定性研究,邀请各地单身男女典型代表,深入了解他们的生活方式、择偶态度、及择偶经历,同时利用世纪佳缘与中科院心理专家联合开发的、国内首个婚恋智能匹配系统——懂你婚恋智能匹配系统进行定量分析,截至2014年12月31日,共有1605214人参与测试,通过严格的审核,最终共抽取128982个样本进行分析,样本规模在国内首屈一指。

世纪佳缘每年定期采集中国最有代表性的婚恋群体,对当下婚恋热点话题的观点进行研谈分析,同时引用“佳缘大数据”和“懂你”系统形成系列报告。截至2014年中国男女婚恋年度调研报告已连续6年成功发布,调查样本量大,涵盖范围精确,包含各年龄段、各社会阶层有婚恋交友需求的男女,他们的婚恋价值观也具有广泛代表性。(陈杰)

## 易家大道为购房者保驾护航

当房产中介碰到互联网,这个市场也跟当前的互联网产业一样风云变幻。“平安好房网”超低价房源、购房贴息等中介形式和搜房网佣金只收0.5%的互联网买房模式余温还在,一家名不见经传的南京鼎亨投资管理有限公司开发的“零中介费”房屋交易平台——“易家大道”网站日前在京上线启动。

据悉,南京鼎亨投资管理有限公司主营方向是养老事业,此次开发的“易家大道”只是开启事业发展的第一步,而仅第一步推出的这种全新的、人性化、亲民化的模式,就已经颠覆了传统产业,开启了免费消费时代新的篇章。

“易家大道”这一免费服务模式采取颠覆性创意,为购房者提供全方位的线上与线下免费服务。消费者只需支付极少的劳务费,就可以完成房产交易,同时还有幸成为鼎亨公司的VIP会员。后续“增值”服务还可以帮助消费者节约大量的家装、建材、家具等装修成本,甚至“负费用”享受服务,降低购房成本,为购房者圆梦“我想有个家”缓解压力,节省支出。

启动仪式上“易家大道”首家加盟商来自浙江的投资商与南京鼎亨投资管理有限公司正式签约,开启浙江房产中介市场的零费用新时代。

跨界经营街疾疫进,锐意进取创新开拓,众多的创新型企业风起云涌,南京鼎亨投资管理有限公司用自己的实际行动为民谋福,通过减少中介费重负为购房者圆梦保驾护航。(陈杰)

2014至2019年度Cisco Visual Networking Index(以下简称VNI)全球移动数据流量预测报告的年度更新显示,更强大的移动设备和机器对机器(M2M)联接的持续采用,以及更快蜂窝网络覆盖范围的不断增加,将成为推动移动流量显著增长的主要因素。

Cisco VNI全球移动数据流量预测报告预测,到2019年全球移动数据流量将达到292EB,较2014年的30EB增长显著。

2014年,88%的全球移动数据流量为“智能”流量,产生这些流量的设备大多具备高级计算/多媒体功能,且最低支持3G联接,但到2019年,这一数字有望攀升至97%。

全球用户从基本功能电话向智能手机的转变,再加上平板电脑的持续增长,具备平板电脑功能的笔记本电脑的复苏,以及不断扩展的机器对机器(M2M)应用,都是促使智能流量持续增长的关键推动因素。

从全球移动网络角度来看,到2017年,3G的联接份额将有望超过2G,成为首要蜂窝技术。到2019年,全球44%的移动设备和联接将为3G网络;26%的联接将为4G网络,但其生成的流量将占到总流量的68%。

思科预计全球移动流量增幅将超过全球固定流量增幅的三倍,推动这一增长的趋势包括:

更多的移动用户。到2019年,移动用户数量将达到52亿(2014年为43亿)。2014年,近59%的全球人口(72亿人)为移动用户;到2019年,超过69%的全球人口(76亿人)将为移动用户。

更多的移动联接。到2019年,约有115亿移动就绪设备/联接,其中包括83亿个人移动设备和32亿机器对机器(M2M)联接(2014年总计有74亿

移动就绪设备和M2M联接)。

更快的移动网络速度。平均全球移动网络速度从2014年到2019年将增长2.4倍(从1.7Mbps到4.0Mbps)。

更多的移动视频。到2019年,移动视频将占到全球移动数据流量的72%(2014年为55%)。

特别需要指出的是,移动M2M联接(和可穿戴设备)爆发所带来的影响。全球可穿戴设备的数量到2019年将增长五倍,达到5.78亿,相比2014年的1.09亿显著增加,预计其中大部分设备在北美和亚太区。

M2M指支持无线系统与类似设备进行通信的应用,以支持全球定位卫星(GPS)导航系统、资产跟踪、电表、安全和视频监控等。2014年到2019年,预计可穿戴设备可促进移动流量增长18倍,其中大部分流量通过智能手机传输;2014年,可穿戴设备每月生成的流量平均比基本手持设备多6倍。

当下,全球电信运营商积极部署4G技术,以满足消费者和商业用户对于无线服务和内容的强烈需求,到2019年,26%的全球设备和联接将支持4G。全球范围4G联接的数量将增长18倍,到2019年联接数量将达到30亿。2014年,4G联接占总移动数据流量的40%;到2019年,4G联接将占总移动数据流量的68%。

Wi-Fi技术的增长和所扮演的战略移动网络角色越来越被重视,Wi-Fi语音(VoWi-Fi)超越



LTE语音(VoLTE)也在加速到来。

VoWi-Fi并不是新事物,但早期的解决方案存在一些限制,影响了其采用和最终用户的体验。随着电信级VoWi-Fi解决方案的推出,VoWi-Fi在未来五年有望显著增长。

到2017年,VoWi-Fi流量(10.8PB/年)将超过VoLTE流量(10.7PB/年);到2018年,在每年使用的分钟数方面,VoWi-Fi将超过VoLTE;到2019年,VoWi-Fi使用分钟数将占所有移动IP语音流量的一半以上(53%)。

据预测,到2019年,支持Wi-Fi的平板电脑和PC数量(19亿)将支持蜂窝的平板电脑和PC数量(5.42亿)的3.5倍。

此外,从2014年到2019年,移动云流量将增长近11倍(从2EB/月增长至21.8EB/月)。2014年,云应用占总移动数据流量的81%;到2019年,云应用将占总移动数据流量的90%。

# 中国电信天翼混合云服务正式商用

中国电信股份有限公司云计算分公司(以下简称“中国电信云公司”)宣布“中国电信天翼混合云服务”正式商用,在国内市场首次正式提供基于虚拟数据中心(Virtual Data Center,VDC)的混合云服务。

天翼混合云为中国电信云公司与虚拟化和云基础架构领导厂商VMware联合构建,为客户提供专享云模式和共享云模式下的虚拟数据中心服务,满足企业用户在云端组建安全可控、弹性敏捷的私有化数据的需求。正式商用后,中国电信天翼混合云服务重点关注中大型企业和政府市场,特别是金融、能源、交通、保险、医疗和教育等行业市场。

中国电信云公司总经理吴湘东表示:“云计算是中国电信战略支柱性业务。中国电信云公司致力于政府、企业和公众提供电信级、高度可靠的云基础架构、云平台应用及云解决方案。我们选择与VMware合作,希望借助VMware在虚拟化和云计算领域的先进技术,结合中国电信在云计算领域的丰富资源和对本土客户的深刻理解,共同推动先进混合云技术在中国的实施发展,为中国经济新常态注入新的活力。”

混合云是云计算发展的重要方向。混合云服务能够彻底解决行业客户对业务快速平滑迁移及简洁

性方面的需求。中国电信天翼混合云服务主要针对中大型企业原有或新建数据中心发展遇到的基础设施、电力扩张困难等问题,为其搭建企业侧自建的数据中心与托管到公有云的混合资源模式,方便企业资源的无缝和即时弹性延展。在刚刚结束的试用期间,试用客户见证了天翼混合云服务安全、可靠、稳定的运行。天翼混合云优化完善了支撑体系,显著提升了企业云资源准备的速度,实现了对混合云资源的全生命周期管理。客户的IT部门只需使用已经熟悉信赖的平台和技术,即可查看、管理并运营混合云环境。(刘燕)

# 百度卫计委共建全国首个新医改宣传平台

2月11日,百度与国家卫生计生委宣传司联合发布的新医改宣传平台正式上线。据悉,该平台聚合了百度旗下多个优势资源,旨在将难以理解的新医改内容简单明了地介绍给老百姓。同时,这也是全国首个权威的新医改宣传平台。对此,国家卫计委宣传司毛群安司长表示:“百度医改信息宣传平台的正式启动,是国家卫生计生委将医改宣传贴近群众、提供触手可及的医改政策解读的重要举措。”

医疗事业的发展关系着全国人民的健康乃至家庭幸福,随着新医改政策的出台及逐步深入,我国的医疗卫生事业得到了长足进步。但由于我国人口众多且城乡区域差距较大,这项惠及全民的

政策在宣传时,却遭遇了巨大的信息不对称。一方面,老百姓对于专业的新医改政策表示“看不懂”;另一方面,对于不清楚的新医改问题,老百姓并没有一个可以获得权威解答的途径。

而百度与卫计委宣传司新医改宣传平台的建立,正是为了消除这种信息不对称。据了解,该平台主要通过百度健康、百度百科和百度知道三大产品进行展示。百度健康是新医改宣传平台的核心阵地,用户在百度健康首页显著位置即可看到新医改政策平台入口,点击进入平台主页便可获取新医改政策发布与解读,权威的专家解答和相关热门关键词的解析。此外,平台还上线了针对新医改政策的视频讲解,以及网友互动问答专区,通过此平台

用户可以获得关于新医改政策的一站式服务。

不仅如此,百度百科还完善了国家新医改信息相关的词条内容,通过与卫计委宣传司的合作,让专业的医疗科普通话词汇更加权威;而百度知道则会通过大数据分析出网友最感兴趣的新医改相关问题或问题,卫计委宣传司会邀请专家以简单易懂的话进行答复,并作为相关问题的首条权威解答展现给老百姓,让老百姓一目了然。

对此,国家卫计委宣传司毛群安司长表示:“今天医改宣传平台的开设,是我们共同迈出的又一步,希望这个平台能够传递医改最新信息、准确解读医改政策,共同传递‘大健康’观念,实现国家卫生计生委、百度公司和全体网民的良性互动。”(向阳)

# 阿里百川首个创业基地落户余杭

近日,阿里“百川计划”的首个创业基地在杭州余杭梦想小镇揭牌,与阿里西溪园区仅有一步之遥的百川创业基地,是由阿里巴巴集团联合余杭政府、天德湾和B座12楼等国内知名孵化器、投资基金,面向初创的APP移动开发者而共同打造的。除了免费的办公场地,百川创业基地还将提供定期沙龙培训、实战集训、投资对接等系列软性创业服务,帮助创业团队用最少的资金顺利度过

起步阶段,实现自己的梦想。

“阿里百川计划是阿里集团‘云+端’战略的重要组成部分,而创业基地将延伸阿里百川对创业者的全方位立体式扶持,让天下没有难创业。”据阿里巴巴集团无线事业部总监张阔介绍,百川计划初衷是让移动开发者更聚焦在用户体验的设计和业务的快速发展上,而不用考虑复杂的技术底层和资源上的不足。(杰闻)

专注移动生活的“阿里百川”,尤其集中于生活服务、垂直社区和导购类等领域,着力于助推有强大创造力、有极客精神、执着坚信的小而美创业公司。而为了营造更好的创业生态,阿里百川创业基地更提供了从技术平台到线下实体空间的系列孵化服务支持。据悉,阿里还将联合其他各大知名孵化机构,在北京、广州、上海、深圳等九大城市筹建百川创业基地。

# 大众点评年味地图直播吃喝玩乐热点

春节期间,“什么最好吃,什么最好玩”,以往中国人春节普遍关心的两大问题今年可以实时查询到答案。日前,由大众点评推出的“大众点评年味地图—春节吃喝玩乐实时大数据”(简称“年味地图”)正式上线,该地图通过创新的可视化呈现方式,在业界甚至全球首次全程、实时的展现了春节期间全国各地人民在吃喝玩乐方面的不同习惯和消费水平。

据悉,“年味地图”是大众点评在2015年春节期间,通过挖掘自身在吃喝玩乐领域12年来积累的海量数据推出的一项数据可视化品牌项目。目的是希望用大数据直观的展示全国各地人民吃喝玩乐习惯以及消费方面的不同,呈现出一幅全国人民的“年味地图”。

在功能上,“年味地图”涵盖区域和时间两个维度,分为全国、省/直辖市和地级市三个区域层次,以及查看当前时间点和过往时间段两个时间坐标,用户自主选择后便可查看全国各地最受关注的10大菜品、最受关注的10大玩乐方式等,而在市级地图中,用户还可直接了解到当地最受关注的菜品和玩法以及对应的代表商户。

“年味地图”的背后,是大众点评基于自身12年来积累的海量数据而建立的大数据模型,以及数亿用户在春节期间产生的动态数据,大众点评在此基础上挖掘,梳理了吃喝玩乐搜索数据、浏览数据、交易数据以及评论数据(UGC)等数据维度后进行计算分析,最终采用可视化地图的方式呈现出全国人民吃喝玩乐的消费热图。

大众点评“年味地图”相关负责人表示,作为一项创新项目,“年味地图”希望能通过对大数据的创新应用于媒体以及全国百姓,更直观的体现出中国春节文化的鲜明特色,尤其是饮食、娱乐方面的风俗迥异。同时,也希望用数亿用户和千万商户提供的数据,从经济和文化角度展现出全国各地欢度春节的不同面貌。

吃喝玩乐是国人春节期间的旺盛刚需之一,大众点评本次推出的“年味地图”是业内甚至全球首次将春节期间的吃喝玩乐消费数据进行实时化、数据化的展现,不仅社会价值和创新能力巨大,同时也进一步体现了大众点评平台的大数据价值和能力,以及用户端和商户端强大的服务能力。(向阳)

## 360入围中国发明专利申请企业十强

2月11日,国家知识产权局发布2014年中国专利申请排名榜,360首次以发明专利申请量第10和国际专利申请量第7身份双双入榜,跻身中国互联网企业专利申请数量的领导军团。

360公司本次双双入榜,也是国内网络安全厂商首次进入专利申请的前十。在榜单中既有如国家电网、中石油、中石化等国资巨鳄,更有如华为、中兴等浸淫技术创新多年的科技巨头,360公司能够与之并肩凭借的正是公司一直以来对创新的重视和不断的投入。

互联网公司在排行中占比的增加,和今天互联网在我们生活中日渐重要的趋势暗合。中国目前有近7亿网民,为提供更出色的网络体验,互联网公司必须获得更新的技术支撑。据分析,专利技术与用户体验之间互为因果。因此对于互联网企业而言,一项好的发明意味着庞大的用户基数,从而滋生利润空间。

作为中国互联网创新的代表,360不仅开创了互联网“免费安全”的“中国模式”,同时在网络安全技术方面也一直保持国内外领先。截至2014年底,360公司申请专利已超四千件,其中发明专利占比超过94%,海外专利申请近四百件。

据悉,作为企业专利申请的后起之秀,作为中国互联网创新代表的360公司技术人员申请专利比例达2:1,其授权的发明专利已被多家国际著名IT公司的专利引证,其安全技术领域的专利布局在国内处于绝对领先地位。

同时,凭借独创的QVM第三代智能引擎、“白名单”机制和云查杀技术,360也是迄今国内唯一包揽AV-C、AV-TEST、VB100、CheckMark、ICSA、OPSWAT等各大国际评测“全满贯”的安全软件。(向阳)

## 一加手机海外ROM开发团队曝光

日前,一加手机创始人兼CEO刘作虎在官方论坛公布了一加手机海外ROM开发团队的核心成员,他们都是海外安卓开发界颇有声望的大神级人物,这是一加手机海外ROM团队首次曝光。刘作虎表示,OxygenOS的特点是简洁、操作流畅,一加手机期望通过OxygenOS为用户提供更好的服务、更及时的系统升级和更优秀的用户体验。同时一加手机还公布了Oxygen OS的Logo。

据了解,一加手机海外ROM开发团队目前约有60人,成员们来自加拿大、美国、印度、意大利等全球各地,是一支标准的国际化队伍。

一加手机的OxygenOS目前处于内部测试阶段,在完成各种认证、确保稳定性之后就提供下载,届时国内用户也可下载Oxygen OS使用,不过官方并未公布具体的公测时间。在2015年初,一加手机公布了自有ROM的名称,并称海外将采用两套不同的ROM,国内版命名为“氢OS”,海外版则命名为“OxygenOS”,未来或将合并。(陈杰)

## AA租车模式被广泛认可

□ 本报记者 陈杰

2月12日,春节已临近,当别家的年会都基本做完,AA租车这个成立近两年的专车品牌却选择在此时举办其首次媒体沟通会,第一次让媒体近距离全面了解这个异常低调的行业翘楚。

你或许听过“收进”百台特斯拉的AA租车,但却不了解他的这些过往:中国第一家B2C专车模式;中国第一家提供“标准化流程服务”的专车;中国第一家开创了“按需租用,分钟计费”的模式;中国第一家推出企业中心的专车品牌;全球第一家组建电动车车队的专车品牌。AA租车创立于2013年5月,没有一开场就遍布全国的局面,直到一年后,第二个城市“深圳”才开始运营。2014年,在各大专车品牌纷纷入局之时,仍然坚持低调前行,默默发展。

面对BAT巨头的人局和疯狂烧钱行为,AA租车并无担忧,良好的成长曲线说明了“竞争”更令其加速发展。“在2014年初,我们在介绍自己产品的时候,还需要从打车软件说起,从传统租车谈起,需要全面的介绍专车的诞生、专车特色……但现在不同了,经过近半年市场的疯狂教育,专车的普及度大幅提升,AA租车的市场发展也在加速上升。”AA租车副总经理李晓丹表示,不管市场环境如何,产品好服务好还是根本,我们只想做点儿走心的事儿……

2015年1月,交通运输部对专车模式予以肯定,而AA租车也成为最合规的专车品牌。而此前,AA租车独特的自营模式被认为“太重”,在得到政策认可后,专车品牌纷纷转战曾被看好的AA模式。作为基于移动互联网发展起来的专车品牌,AA租车有效整合了正规车辆和专业的司机,同样没有一辆车,但却对车辆和司机拥有更强的管控权,AA租车的“重”在于管理。“出行”无小事儿,出行所承载的不是货物而是生命。因此,不同于其他信息撮合平台,AA租车定位为专业的中高端出行服务商。

重在管理,而却“软”在服务,在整个社会推崇共享经济时,AA租车认为共享经济不仅仅是汽车房屋硬件的共享,更是专业人才和软性服务的共享,这是AA租车的软性共享理念。同样,标准化服务也不是硬邦邦的条款,而是建立行业的规范标准,是服务的基本要求。而实践中,服务由人来实现,标准之上,是软性的。因此,标准化与个性化的发展并不矛盾。

对于2015年的战略布局,AA租车公关经理刘静表示:“AA租车2015年将正式成立车联网事业中心,并大力发展新能源车型。AA租车的每台车不仅配备GPS定位系统,更早在半年前就陆续安装了OBD车载诊断系统。这两套硬件系统将帮助其完善‘智能调度系统’以及‘车辆资产管理系统’。2014年4月引入纯电动车品牌特斯拉,建立第一支电动车车队,也是AA租车车联网布局的一环。近一年的运营经验,AA租车已经找到了新能源车型在专车运营中的合理化方向。而未来,新能源车型的增加,新能源车队规模的扩大将是2015年AA租车又一重要目标。”(陈杰)