

# 全球首款健康心表 UME Watch 亮相

全球首款健康心表 UME Watch 在京亮相,这是一款专注于心脏健康的健康腕表,拥有4项发明专利,能随时随地检测血氧、心率和心电图等生理信号,及时了解心脏健康状况。

UME Watch 的品牌创始人,深圳市倍倍松科技股份有限公司董事长兼总经理马赫廷表示:“UME Watch 目前拥有的4项发明专利中,血液中血氧饱和度的测量方法及系统已经通过了美国 FDA 认证,在全球腕表类产品中是首家通过美国 FDA 认证的。”

目前市面上大多数智能穿戴设备产品的主攻方向是社交娱乐、运动记录、通信支持等,UME Watch 将关注焦点聚集在心脏健康上,通过轻触表面,便可以知道血氧、心率、心电图的实时状态,可测试心脏活力、心脏年龄,帮助佩戴者评估心脏风险,及早发现心脏隐患。

血氧饱和度、心率心电图数据是临床医疗上重要的基础数据,在血氧检测方面,UME Watch 独家内置的光电血氧检测模块,可准确地用数字展现血液中的氧含量,系统分析血氧含量对身体机能的影响。在心率心电图检测方面,UME Watch 独特的心电模块,可及时监测和发现心率失常和心肌梗塞,并通过存档心电图,帮助评估心脏风



险,及早发现心脏隐患。

众所周知,健康检测类穿戴消费电子产品,准确性是重要的难题。UME Watch 基于四大发明专利的解决方案,在血氧和心率的检测上做到了同步精准,算法上更为敏感的反应身体动态变化。

在检测速度上,UME Watch 可以在14秒内检

测血氧饱和度与心率值,连接手机 APP 后,100秒可以测算精神压力,100秒通过心电心率变异性来运算心脏活力指数,相比专业医疗设备,穿戴产品省事省时,能实现在保证采集专业需求基础上的快速检测。

基于对血氧、心率、心电图实时状态的检测,UME Watch 可以实现对精神压力、心脏活力、心脏年龄的系统量化评估。

在心脏健康管理方面,UME Watch 通过采集 HR(心率)和 HRV(心脏变异性)的两种科学原理进行分析,并结合睡眠质量及 SpO2(血氧含量)作为参考依据,根据独家算法评估心脏风险,可以用直观的数值体现心脏活力。

同时,由于每个人对心脏的爱护程度及健康状况的影响,心脏年龄与生理实际年龄并不完全一致。佩戴者只需打开 UMEAPP,填写个人资料,进入心脏模块,开启心脏检测,UME Watch 会用一种独特的运算方式,帮助计算出心脏的实际年龄。

在电池续航时间上,UME Watch 拥有超长续航时间,可以轻松实现20天超长待机,并可连续使用可达7天以上,且快速充电仅需2小时,续航时间在所有穿戴类产品中位居前列。(安吉)

## 《国家地理》登录腾讯两大平台

腾讯新闻和腾讯视频两大平台上线《国家地理》纪录片——点亮梦想篇:星际穿越。这意味着去年12月腾讯和美国福克斯国际电视网联合宣布的合作内容已经落地,而腾讯获得《国家地理》纪录片网络独播权不仅为腾讯增添了优质的视频资讯化内容,也将为腾讯带来大量的高端广告主及用户关注。

据悉,本次腾讯与《国家地理》的合作将从2015年4月中下旬持续到7月,期间的《国家地理》独家内容将会以七大主题为划分呈现给用户,涉及天文、科技、生物、自然、军事等多个领域,总计播放时间达300多小时,独家内容则超过100小时。

国家地理频道成立于1997年,透过持续不断创新的节目,荣获多项专业纪录片制作大奖,成为全球知名的纪录片栏目。每期趣味横生又不失专

业水准的故事内容,配以高端精妙的画面品质,为国家地理引来大批高品质的观众。目前国家地理以48种语言转播至全球171个国家及地区,超过4.4亿的家庭用户在观看。

近年来,网络带给纪录片更多传播与推广机会,新媒体俨然成为纪录片制播的主要力量。而腾讯此次买断《国家地理》100小时的网络独播权,正是为国内观众提供了一个更便捷的观看平台。而以前观看《国家地理》只能通过杂志和电视,其观看便捷程度远不及互联网。

具有独家播放权的腾讯纪录片频道,除了引入国家地理100小时纪录片之外,还将陆续上线包括国家地理频道 NGC、英国公共广播公司 BBC、韩国公共电视台 KBS 等全球各大纪录片频道,内容时长超过千小时,且绝大多数为国内首次引进。

而直接嵌入腾讯视频栏目内容的腾讯新闻,在本次与《国家地理》的合作中,也对其新闻整体的精品内容战略做到极大推动。腾讯新闻将视频资讯化提升到新的高度,开拓了腾讯新闻在细分频道的优势,并将其构建成一个更全面更优质的媒体平台。

据相关数据统计,观看腾讯纪录片的用户有37%月收入过万,男性比例达69%,加上老一代QQ用户的成长,腾讯移动平台目前拥有大量的高端用户群体,而本次与《国家地理》合作,率先进行商业化合作的则是如宝马、奔驰、通用电气、工商银行、万达广场等高端广告主。

当然,此次《国家地理》纪录片能在中国本土实现最大限度的曝光,其受益者不仅是腾讯及广告主等品牌,最直接的获益者则是《国家地理》纪录片的广大忠实用户。(杰闻)

## 互联网教育市场上演双雄争霸

当下的互联网教育行业经过几年沉淀发展整合,基于移动端 O2O 的互联网教育导购平台决胜网与找名师的教学服务平台跟谁学俨然已形成互联网教育平台领域双雄争霸的激烈格局,两家公司同属平台性质,却又在自己的特色领域各自大放异彩。2015年初,二者几乎于同一时间点爆发,接连宣布获得巨额融资。

决胜网与跟谁学同属互联网教育平台性质,一家为新东方极为看重数次背书,投资的决胜网,一家为创始人及大量团队成员来源于新东方的跟谁学。决胜网作为教育导购平台,平台上汇聚有14000余家中小型教育机构,其收入主要来源于网站商家的广告费用。而跟谁学作为聚集了73632位名师与300余名专家的名师电商平台,其收入主

要是收取老师或学生的佣金。

决胜网 CEO 戴政定义决胜网为,通过 O2O 方式解决商家和用户间的信息透明,搭建教育商家与用户平台,提供足够多的流量入口。通过标准化让消费者和商家实现对接。这一定义无疑决定了决胜网平台与教育机构密不可分、输赢与共的“伙伴”关系。教育的散装市场上百万,仅百度就有64万散装的开户机构。大量散装教育机构困扰于品牌传播与用户寻找,而决胜网作为一家大型平台为广大商家进行品牌背书,帮忙他们寻找潜在用户,同时根据消费者需求与反馈帮助他们提升口碑和质量,实行平台与商家的共赢。

而“找名师上跟谁学”,作为一家为名师背书,为名师争取利益最大化的电商平台,去机构中介

化必然是其为老师争取利益过程中的一项巨大任务。从新东方离职后,陈向东就开始思索,学习场景如何在移动互联网时代发生一个大的变化这个问题。直到后来,找到了一个方向:用互联网技术直接连接老师与学生,不必再经过传统中介。

互联网行业一直为人所诟病的就是信息的不透明与不对称。而决胜网在成立之初打出的口号就是帮助家长实现“产品的比较,信息的透明与智慧的决策”。戴政在采访中曾表示决胜网通过整合目前市场上现有教育资源,以及消费者需求,为用户提供培训、授课、信息咨询等实时导购的在线教育产品服务,进行供需双方的匹配和对接。简而言之,决胜网是在帮助中国广大具有教育选择综合症的家长们选择最适合他们孩子的好教育。(向阳)

## 中职教育体系尝试 O2O 课堂教学

宁波的物流业和电子商务居于全国领先地位,对高质量中职人才的需求巨大。4月20日至21日,宁波市举办物流、电子商务 O2O 课堂教学研讨会暨卓越工程培养教师汇报观摩活动,全市38所中职学校和各县市区职教教研室悉数参加。受主办方邀请,教学平台提供方华渔教育还为与会中职教师组织了两天三专场培训。

宁波市教育局职教教研室闵亨锋老师认为,目前国内中职教育信息化的推进需要信息化平台具备3个能力:一是能帮助教师了解和评估学生的学习能力和知识掌握水平,推动学生自主学习、选择性学习;二是能减少教师重复标准化的工作进而降低劳动强度;最重要的是,要考虑到中职教

育的很多课时需要在实训室或户外基地等场所完成,实现理论与实践的对式教学。

电子商务专业汇报课上,利用 O2O 课堂平台的“讨论”功能,以企业的实际案例为素材,全班同学被分成若干组,在 PAD 端(平板电脑)讨论学习。由于平台的互动功能强大,除了讨论、辩论,还有抢答记分等形式,使整个课程生动活泼、极富趣味性,学生的学习态度也从被动接受知识,转变为主动探求知识,打破了传统课堂的教师主导、学生被动接受的枯燥模式,很好地激发了学生主动学习的兴趣。

枯燥的传统课堂被翻转的背后,涉及到一整套 O2O 课堂解决方案。华渔教育采用线上线下互动学习的模式,贯穿整个课前、课中、课后的教

学过程,使教学内容能更好更直观的进行展现,教学形式更加生动且多样化。

基于 O2O 课堂平台,老师的讲台不再仅仅是一块黑板,而是由多媒体讲台、黑板和交互式平板电脑组成,学生每人都带有一个电子书包,系统化的设计可以让教学过程采用标准的教学方法进行。

通过 O2O 课堂解决方案,未来的课堂将更加立体化、网络化、更便捷,真正实现“教育无处不在,学习随时随地”。华渔教育创始人、网龙董事局主席刘德建先生认为,互联网大背景下,教育转型是业态的改变,如何让传统的学习搭上信息化的快车,实现智慧学习,需要我们通过创新的教育引擎,让学习者的学习方式得到转变,从而变得更加高效。(张瑞)

## 搜狐 Q1 收入达到 4.55 亿美元

4月27日,搜狐公司公布了2015年一季度未经审计的财务报告,总收入、品牌广告、搜狗业务收入均实现同比大幅增长,搜狐集团总收入达到4.55亿美元,较2014年同期增长25%。这其中,品牌广告收入1.34亿美元,较2014年同期增长了20%;搜狗收入1.16亿美元,较2014年同期增长66%;在线游戏收入1.85亿美元,较2014年同期增长13%。

“搜狐集团第一季度业绩表现稳健,总收入达4.55亿美元,同比增长25%,超过之前的指导性预期上限1500万美元。”搜狐公司董事长兼首席执行官张朝阳表示,搜狐的各主要业务线均表现出令人鼓舞的发展趋势。搜狐媒体平台积极扩展其广告客户群,通过移动端新闻产品,搜狐可以为品牌和中小广告主提供跨屏广告解决方案。主要受移动端收入快速增长的推动,搜狐视频广告收入同比增长57%。搜狗收入表现好于预期,移动搜索贡献提高,整体增长继续大幅领先于搜索行业的增速。(杰闻)

## 58到家 2.0 平台启动

4月21日,O2O 服务商 58 到家宣布启动 2.0 平台,正式迈入平台化一站式到家服务“整合者”的全新 2.0 时代。同时,58 到家还展示了其天鹅新 LOGO。

58 到家 CEO 陈小华表示:“58 到家将以开放的态度,欢迎分布在各个 O2O 细分领域的伙伴加入 58 到家的平台,通过标准化、专业化的一站式到家服务解决方案,真正改变用户的生活现状。”

据悉,58 到家平台的合作伙伴将以投资或开放合作的方式不断接入,最终将形成一站式到家服务的超级入口,将面向行业和 O2O 领域的小伙伴们发出善意的信号。陈小华表示,“58 到家的合作态势是全开放的,培训学校、资金等可能会帮助合作伙伴的资源我们都会开放,58 到家也会投资更多的细分领域。未来,我们每年还将投入超 5000 万美金支持接入平台的第三方服务。”58 到家已经对美到家、点到按摩、58 月嫂、呱呱洗车及 58 陪练进行投资,其中美到家、点到按摩、58 月嫂将首批接入平台。

目前,58 到家的平台中除已有的家政、美甲、速运三大服务类别外,新加入的按摩、美妆、月嫂、洗车等服务也将与用户陆续见面。与此同时 58 到家宣布,将在5月1日—5月9日启动懒人节大促(限品类全场5.8元),全力推动平台化到家服务的应用体验。(陈杰)

## Flipboard 第三代版本在豌豆荚首发

4月28日,Flipboard 终于进行了大版本更新。这一次,Flipboard 第三代 Android 版选择在豌豆荚“应用发布会”栏目进行独家首发。截至目前,这个移动端的“个性化阅读平台”在豌豆荚已经有了累计3215万的用户安装。

在 Flipboard 第三代版本中,内容发现的层级变少,能让用户更快的发现内容,并直接进行消费。相比之前的版本,Flipboard 去掉多层次的九宫格话题分类,首页直接被文章内容所取代,而顶部的导航架构,能让用户在不同的功能之间进行快速切换。(吴文)

## 平安口袋银行推“手势登录”功能

近日,平安口袋银行发布最新 2.2.6 版本,在业内首家将“手势登录”功能应用于手机银行,进一步丰富和完善口袋银行安全中心的安全防护工具,提升安全等级和风险控制。

据悉,手势登录功能普遍应用于第三方支付公司的 APP 中,平安银行是业内首家将“手势登录”功能应用于手机银行。用户通过登录口袋银行的安全中心设置“登录密码管理”,完成手机绑定并设置手势密码,即可开启手势登录,实现账户余额、交易明细、资产负债的快速查询,其他涉及资金交易的功能模块仍需“密码登录”才能开启。

平安口袋银行的“手势登录”和“密码登录”两种登录方式实现了兼容,用户可根据自身情况进行登录方式的设置。此外,平安口袋银行的“手势登录”采用了独创的设计,将手势密码保存于服务器,而不是常用的保存于本地模式,从而不易被破解。同时,平安银行对手势安全等级进行了限制,即通过对功能场景拆分,进一步加强对账户资金交易的安全防护。(王言)

## 首个网络犯罪数据报告发布

4月28日,在首都网络安全日的“网络安全博览会”上,北京市公安局网络安全保卫总队(以下简称北京网安)、北京网络安全反诈联盟联合 360 互联网安全中心共同发布了《2015 年第一季度网络犯罪数据研究报告》。

近年来,侵害网民财产和个人信息安全的网络犯罪行为日趋猖獗,2015 年 1—3 月,北京网络安全反诈联盟共接到网络诈骗报案 4920 例,报案总金额高达 1772.3 万元,人均损失 3602 元。其中,手机用户人均损失是 PC 用户的两倍。

网络诈骗案件频频发生的背后是互联网上日趋严重的病毒木马、钓鱼网站、网络攻击、骚扰电话和垃圾短信等恶意行为以及频繁发生的信息泄露等网络安全事件。《2015 年第一季度网络犯罪数据研究报告》,是首个基于安全大数据,对网络犯罪形势进行系统分析的报告。

报告显示,个人信息泄露是网络诈骗犯罪猖獗的重要原因。在此次博览会上,360 公司以“新互联网的裸奔时代,对个人信息泄露说‘不’”为主题,对互联网上涉及个人信息泄露的途径和方式以及防范个人信息泄露的措施和方案进行了全景展示,以帮助公众更好认识信息泄露的风险,提高防范意识。

2014 年,北京网安与 360 互联网安全中心联合发起成立了北京网络安全反诈联盟,任何企业、事业单位及社会组织均可通过联盟向北京网安和 360 互联网安全中心批量举报和推送诸如恶意网站、诈骗电话、诈骗 QQ 号码等网络诈骗信息。

目前,包括商务部、支付安全联盟(中国银联)、淘宝网、中国人民银行、中国建设银行、硕石咨询和 Ebay 等 32 家单位已经加入北京网络安全反诈联盟。(向阳)

## 高德发布 Q1 交通报告

高德发布的《2015 年第一季度中国主要城市交通分析报告》显示,一季度全国重点城市拥堵排名北京再居榜首,高峰拥堵延时指数高达 1.99,平均车速仅为每小时 24.02 公里。

本季度交通报告重点研究了城市重大交通基建、交通政策和交通事件等对城市交通的影响。报告首次尝试将城市机动车道公共出行数据纳入整体评价范围,力争使城市的拥堵评估体系更加完善。

以大连为例,与国内其他城市相比,大连公交发展接近国际水平。大连的公交专用道不只限于个别主干线路,而是在 2014 年底已经初步形成网络。截至 2014 年底,大连建成公交专用道 49 条,总里程 220.9 公里,总里程占比达到北京的 1/2,是武汉的 8 倍,日均受益人群 255 万人次,对市区内日乘坐公交出行人次的覆盖率达到 94%,超过北上广等大都市,成为国内当之无愧的“最幸福公交城”。

交通问题是整个社会的痛点,交通报告是基于大数据分析运用的典型案例,为相关政府部门的决策提供了科学依据。高德公司副总裁董振宁在接受科技日报采访时说:“高德的海量交通出行数据来自于高德交通行业浮动车和高德地图超过 3 亿用户出行数据的结合,多渠道的海量出行数据为报告的结果准确性奠定了基础。”

截至目前,高德已持续 5 个季度发布中国主要城市交通分析报告,涵盖国内 45 个城市,实时交通信息支持全国 114 个城市。

不久前,高德又联合北京、广州等 8 个城市的交通管理部门,以及北京交通台等权威媒体机构,共同推出“高德交通信息公共服务平台”。董振宁透露,高德未来将推出更多智能交通服务,比如节假日出行预测、分析出行需求与限行政策的影响,并量化不同政策治堵效果,为交通管理部门提供决策辅助。充分利用社会力量,实现真正意义上的智能交通。(刘燕)

## 超云发布自主可控四路服务器

近日,天地超云发布了新一代四路服务器系列产品,产品性能、功能、易用性较上一代产品大幅提升。新品可靠性高达 99.999%,拥有多项 RAS 特性及可媲美美国 RISC 小型机的可靠性功能,能够承载关键核心业务应用。

目前四路产品主要使用在数据分析、数据库、高负载虚拟化应用中。自 2011 年起,四路服务器高端新品少,技术进步缓慢,而用户业务却处于高速发展期,四路产品面临新的挑战。面对用户需要,超云推出的新四路产品进行了针对性解决,全系新品性能均大幅提升。

除了性能之外,服务器的可靠性同样是实现自主可控的关键指标。超云新四路产品从结构、硬件、核心层三个方面创新突破,打造高可靠的全国产四路产品,最大限度保障数据安全,并可减少计划外停机带来的损失。

超云本次共发布了三款四路服务器,中高端覆盖全面,产品布局更加具有应用针对性,可以精准的定位于不同用户的业务应用场景,从而让使用者真正获得量身打造、收放自如的体验。其中两款中高端产品分别为紧凑高效的 2U 四路服务器 R7210 G10 和简约易用的 4U 四路服务器 R7410 G10,以及一款高性能全扩展的高端 4U 四路服务器 R7415 G10。(砂岩)

## 京东推“白条+”打造消费金融生态

互联网+掀起了一股互联网与传统行业融合创新的浪潮,京东金融也顺势推出了“白条+”,将白条产品应用到租房、旅游等越来越多的场景生态当中。

在京东金融首页白条一栏当中,原先的“京东白条”和“校园白条”下方出现了“旅游白条”和“租房白条”。旅游白条的“十分之一”全新玩法,让用户选择与白条合作的旅游商户时,仅需支付 1/10 的价格即可轻松零分期出游。而 4 月 17 日上线的自如白条则是京东金融在地产金融方向的创新试水,与自如友家合作面向租房市场推出的分期信贷产品。自如白条零息月付的模式,改变了传统租房模式中用户需要一次性预付多个月的租金、资金占用压力大的痛点。

自如白条和旅游白条先后上线,意味着“白条+”生态体系开始外延构建,京东白条继续满足用户在京东购物的需求之后,与更多的线上线下消费领域交互连接,拓展出多种应用场景。京东金融方面还表示,在租房和旅游之后,未来“白条+”还会陆续服务更多消费场景。

去年,京东金融率先推出了业内第一款信用支付产品,紧接着又拓展了校园、农村等应用场景。而此次“白条+”突破到京东体系外的消费生态,迎合了用户的更多需求,京东金融开始引领消费金融行业新的生态升级。(杰闻)

## “吃货地图”实时呈现全球吃玩热点

临近五一,大众点评正式上线“吃货地图”,用户可以在大众点评上实时查询全球最火的吃喝玩乐信息。据悉,这是大众点评继“年味地图”后全新升级推出的又一数据可视化品牌力作,覆盖中国 34 个省、370 多个地级市以及海外 28 个热门旅游城市。

“大众点评吃货地图”实时数据(4月27日 10:00分)显示,该时间点海外热门旅游城市(含港澳台)最热门的菜品是年糕火锅、云吞面和奶茶,国内最受欢迎的菜品是三杯鸡、烤鸭、烤鸭和剁椒鱼头;而在海外热门旅游城市中(含港澳台),每餐人均消费价格最贵的 TOP3 城市是京都、伦敦和东京,分别是 795 元、522 元和 501 元,国内人均消费最贵的 TOP3 城市是香港、澳门和上海,分别是 164 元、160 元和 109 元,相比而言,国外餐饮消费均价远高于国内。

根据“大众点评吃货地图”实时数据反映,亚洲城市吉隆坡是“素食之城”,当地最火的五大菜

品依次为罗汉果龙眼冰糖炖冬瓜、福建面、肉骨茶、鸡翅和老鼠粉,其中三大最大火菜品均为素食;大洋洲城市悉尼则是“肉食之城”,当地最火的五大菜品全部为肉食,其中不乏生肉,依次为龙虾、牛杂、鲍鱼、生牛肉和天同生煎;而在欧洲伦敦,中国吃货最爱的五大菜品中有烤羊肉、牛腩拉面大包子 and 火锅自助,国人爱吃“国货”,正宗西餐反而遇冷;与此同时,作为澳大利亚第一家全聚德分店,全聚德墨尔本本店集万宠爱于一身,成为墨尔本最受欢迎的购物地标。

在功能上,“吃货地图”涵盖区域和时间两个维度,分为海外热门旅游城市、全国、省/直辖市和地级市四个区域层次,以及查看当前时间点和过往时间段两个时间坐标,用户自主选择后即可查看海外热门旅游城市及全国各地最受关注的菜品、最受关注的玩乐方式等,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。

大众点评“吃货地图”相关负责人介绍,“吃货地图”是大众点评通过挖掘自身在国内以及海外吃喝玩乐领域 12 年来积累的海量数据推出的一项数据可视化品牌。作为一项可视化创新项目,“吃货地图”希望能通过对大数据的创新应用服务于国人海外游,直观的体现出国人在国内以及出海外游过程中的吃喝玩乐特色,更好地帮助用户享受生活、聪明决策。

大众点评“吃货地图”可视化数据的背后,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国人在国内以及海外游中的吃喝玩乐消费热图。(向阳)