

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

华为冲击手机市场第一阵营

□ 本报记者 刘燕



场创造远超过其他品牌的市场增长速度。

抢在老对手三星Galaxy S6/S6 edge开售之前,4月15日,华为在英国伦敦发布年度旗舰手机P8及其大屏版P8 Max。与Mate7一样,华为P8配备“无边框”5.2英寸屏幕,拥有超窄边框,屏占比达到78%,几乎不浪费任何空间。

在延续P系列手机的优雅ID设计、出色拍摄能力等基因的同时,与前几代P系列产品相比,华为这两款手机在外观、设计、工艺、手感等方面,都有不少提升。P8在屏幕上运用了前沿的触控技术,通过指关节在屏幕上用任意一个手指的关节轻轻双击屏幕,即可截全屏;采用独特的声控技术,在用户找不到手机的时候,可通过预设的语音唤醒手机,手机将通过扬声器播放的语音和音乐,以便用户轻松找到手机所在处。而华为拥有的独特电池管理技术,可有效平衡轻薄机身与能耗性能,2600mAh电池,附加麒麟930 64bits八核芯片,比业界同等电池容量的手机功耗提升20%。

为保证相机质量在行业内最佳,三星和苹果的最新高端手机上也都做出了一些牺牲。P8金属机身只有6.4毫米厚,这么纤薄的相机模块是否会影响到画质?

华为P8后置摄像头为1300万像素,通过提升软件,算法在硬件上的实施,挑战业界“暗光”与“高对比度”两大手机拍照死亡区,通过自动场景识别和动态多帧降噪技术,捕捉低光、高光、高对比度等高难度拍摄场景的精彩画面。在保障更高拍摄画质的情况下,能为消费者提供多种创意拍摄玩法,实现写意及创意专业级拍摄效果,从而打造最佳光影拍照手机。

“鉴于华为P系列手机在全球市场上的卓越表现,我们相信,华为P8将成为2015年最受全球消费者青睐的智能手机之一。”余承东对于P8如此评价。对于P8的销售目标,余承东并没有直接给出数据,只

是表示要“超越P7”。对此,张晓云称:“P7在全球有超过600万台的销量。P8我们希望它是上千万台的规模。”

源于共同根基面向两个市场

华为在高端机上的节节胜出得益于其双品牌策略的比肩增长,华为品牌定位中高端,荣耀品牌定位互联网。同时兼任荣耀CMO的张晓云相信,华为的根基和品质让两个品牌同时受益。

在2015GMI全球移动互联网大会上,华为荣耀总裁赵明说:“笨鸟不等风,勇敢往前飞”,强调不管外界如何变化,都要坚持企业最核心的东西。这种坚持不断的把10%的收入投入到研发领域,这10%里又有10%投在研究领域,以此不断构建基础能力和核心技术能力,确保可持续消费者带来真正的价值。

“对终端来说,今年或未来,我们面临的挑战是以什么样的品牌面貌站在世界级品牌的殿堂上。”张晓云说,“华为不是一个喧嚣的企业,我们需要用更好的方式与大家交流和沟通,讲我们认同的价值观和故事。这是一个阿甘的故事,也是一个始终在路上的快乐故事。”

与华为手机销售额逐月上升相对应的是,华为手机的品牌影响力在全球及中国市场上快速上升。据益普索在全球32个国家开展的消费者调研,2014年华为品牌知名度从52%提升至65%。与此同时,华为品牌净推荐值上升至43%,标志着43%的华为手机用户都曾经向周围人推荐华为手机。

百亿线上商品将实现“身份登记”

阿里巴巴集团试运行半年的满天星计划已经拥有总计25亿个商品“身份码”,涵盖快销品、美妆、酒类、农产品等多个品种,以及恒大冰泉、联合利华等数百个品牌。今年底,商品“身份码”量有望翻两番扩至100亿个。

满天星计划是指通过二维码形式为每个商品设置的唯一身份码,利用手机淘宝扫码功能,即可为亿万商品与亿万消费者建立起连接,是传统企业实行在线化、数据化升级的“利器”,也是阿里巴巴“码上淘”战略的重要环节。阿里巴巴集团副总裁王曦若表示:“满天星计划将依托阿里巴巴集团大数据和云计算,进一步扩展服务范围,构建流通领域全场景,让传统企业充分了解自己每一个商品从工厂到消费者的全过程,完成从IT到DT时代的升级。消费者可以清晰了解掌握商品流通的各个环节。”

据悉,满天星采用目前国际最先进的二维码技术,通过个人秘钥数字签名加密,与线下离线SDK数据验证相结合等方式,确保每个商品对应二维码独一无二。如果有不良品牌商复制个别二维码造假售假,厂家可借助阿里巴巴大数据的扫码次数分析,以及打假雷达自动追踪扫码地理位置,迅速排查出假冒产品售假地址,从而截断线上线下售假行为。通过满天星独一无二二维码,商家可享受产品溯源、防伪以及会员营销等多种功能。

作为全球最大的购物平台,阿里巴巴依托独一无二的生态体系,以及在二维码领域长期的深耕搭建,率先打通了商品生产、销售与消费全链路,消费者有望享受更加先进、便捷的购物体验。

TencentOS受关注

从公布的2015年腾讯第一季度财报来看,操作系統领域的最新布局成为腾讯业务增长之外的另一大关注点。财报显示,腾讯2015年第一季度总收入为人民币223.99亿元,比去年同期增长22%;净利润68.83亿元,比去年同期增长7%。在业务增长之外,腾讯刚刚推出的“TOS+”智能硬件开放平台战略成为业内关注的焦点。

据了解,TencentOS操作系统以Android为基础,提供一系列服务。与Android深度整合后,可以应用于不同的硬件,除了手机外,还包括手表、游戏机、虚拟现实眼镜等设备。同时,TencentOS系统还将提供腾讯广泛使用的应用程序编程接口。TencentOS操作系统将解决目前智能硬件系统稳定性不高,不同智能硬件之间服务体验不一致的问题。同时随着广泛使用的应用程序编程接口不断开放,智能硬件的内容和服务将得到极大丰富。

虽然TencentOS仍处于初期,但集合了腾讯多年来研发的技术,目前行业评价也非常积极,其对智能硬件行业的影响力也逐渐加大。

设计师众筹市场受追捧

今年的京东众筹BIGGER大会吸引了数百产品设计师到场助阵。目前,京东众筹的权益众筹领域,已经形成以智能硬件、流行文化、生活美学、公益四大板块为主的整体布局。这次BIGGER大会,主要呈现设计师在生活美学方面的创作之美,并让更多的生活美学设计师了解、加入京东众筹平台。

据了解,京东众筹正在着手推进“产品+”计划,这个计划旨在改变市场劣币驱逐良币的现状,让设计师能够专心将产品做到极致,对设计师的帮扶,也是“产品+”计划的一部分。在这次京东众筹BIGGER大会上,主办方现场鼓励设计师参与众筹,并提供了3个百万级资源位,让优秀项目可优先登录京东众筹平台,到场设计师还可获得知名创业导师现场辅导机会。京东将会以资金、供应链、品牌营销、大数据、渠道等在在内的整个创业生态圈扶持设计师的创意项目,让更多设计师通过京东众筹将产品落地,实现自我价值和投资价值。接下来京东众筹将投入上亿价值资源,打造“100+”个设计品牌,孵化“1000+”个设计产品。

随着众筹市场竞争的日趋激烈,设计师也成为各平台争夺的对象。

随着安卓将市场准入门槛拉低,随着互联网营销的风生水起,各色企业带着各色概念讲着各自的故事蜂拥而入手机市场,但在这个浮躁的市场里,真正脱颖而出的唯有华为。并且,从两年前P6开始,华为撕掉中低端标签,向中高端市场迈进。

高端市场节节胜出

在过去几年时间里,华为手机整体销售节节攀升,去年达到7500万,按照华为消费者业务CEO余承东的说法,今年的目标销售额是一亿。华为消费者业务手机产品线总裁何刚对此目标很有信心并强调:“向1亿台努力的同时,高端产品的比例上还要继续提升。”

全球知名市场研究公司之一GfK集团公布的2015年3月中国手机的零售监测数据显示,2015年3月华为手机以13.75%的占有率成为中国市场销量第一,这是华为手机在中国市场首次在销量上超过苹果等跨国品牌。由于GfK数据更侧重零售渠道销售统计,而非出货量核算,它的排名在业界非常具说服力。

得益于Mate7、P7、荣耀6 Plus等高端旗舰拉动市场份额持续提升,在中高端产品市场,华为在中国的影响力或份额比例越来越高,华为Mate7更成为国产手机中少有的“溢价销售”案例,自2014年9月发布后便供不应求,打破了3000—4000元这个被苹果和三星主导的市场。手机业务对华为业绩的拉动十分明显。2014年华为消费者业务收入达121亿美元,同比2013年增长32.6%,成为当年华为增速最快的业务模块。

国内市场稳固的同时,海外市场仍是华为未来布局的重点。2014年,华为智能手机有52%的销售收入来自海外,这也是华为终端业务海外收入首次超过内地市场,2015年,华为计划把海外销售收入比例提升至60%。

目前华为终端份额比较大的区域是中东,在欧盟,西班牙、意大利、荷兰、比利时等,整个华为品牌份额已经超过了10%,然而,美国市场状况不同,该市场是华为去年唯一下滑的重要市场。“我觉得大举把美国市场神化了。”华为消费者业务全球CMO张晓云以日本市场为例,“这个市场曾经也被认为是难以攻克,但现在日本变成我们非常重要的粮仓了。美国市场对华为来说不是一城一池的得失,就像敲开所有其他国家的门一样,需要战略性的规划,而不是去拿一款产品撞大运。”

P8有望创造增长新速度

随着P8的发布和上市,华为将在中国及全球市

智能硬件应重视老龄刚需市场

□ 陈杰

2014年被业内公认为是“智能硬件元年”,智能硬件领域也正在成为各大互联网巨头争相押注的新市场。京东、百度、阿里、360、小米、乐视等互联网公司已经进入智能硬件市场,并先后推出了众多智能硬件产品。巨头的纷纷涌入几乎让智能硬件这片海还未蓝便已开始呈现红色,而数量更多的智能硬件创业团队、初创公司未来的命运不免让人有些悲观。

iiMedia Research(艾媒咨询)最新的数据显示,2014年,全球智能硬件装机量达到60亿台,预计2017年将超过140亿台。京东日前也发布了《中国智能硬件趋势分析报告》,称2015年中国智能硬件产品市场将有300亿元“蛋糕”。

“去年只能算是业内人士以及极客们的智能硬件元年,从更贴近普通大众生活的角度来看,今年才会是智能硬件的爆发年。”这是在采访北京松鼠互娱科技有限公司CEO杜雪霖时他留给记者印象最深刻的一句话,他认为智能硬件领域除了巨头纷纷发

力的年轻人主力市场外,更为垂直的细分市场对于初创企业而言还是大有可为,松鼠目前主要的产品是一款专门针对老年人的智能相框。杜雪霖强调他的产品虽然叫智能相框,但从软件应用到硬件架构来看其实是一款适合老年人的平板电脑,而他和他的团队看好国内老龄智能硬件这一刚需市场,同时这一市场更大的突破口在远程医疗、健康管理等领域。

难道说涌入智能硬件市场的互联网巨头们不看好老年人市场吗?未必,只是大佬们正忙着划分年轻人这一主力市场,暂时还没有精力顾及这些垂直领域。而杜雪霖则对做老年人市场更需要专注,只有更专业的团队才能了解老年人对智能产品接受程度慢和难的特点,开发出更简单、更符合老年人使用习惯的产品,而只有提前在这些技术上准确卡位,中小团队以及初创企业才能有可能在巨头林立的智能硬件领域站住脚。在松鼠互

十多年的产品研发团队中,超过三十人是基于更适合老人使用的智能硬件操作系统ROM的研发。“我们的硬件是不赚钱的,未来我们的商业模式是基于这套适合老人使用的系统而打造的服务,不久我们的产品将与一体机智能血压仪、血糖仪设备结合来提供基础的健康医疗服务,同时还会有更多针对老人服务的APP上线,而所有这一切都是为将来我们做更专业的老人智能手机所做的铺垫。”

杜雪霖的想法并不难理解,有了更适合老年人使用的智能相框或是智能手机作为各种智能硬件的接入和计算平台,也就掌握了未来还在不断增长的老年人用户这一互联网入口,未来松鼠要做的是开放平台让更多的智能终端设备接入进来,其老龄智能家庭的生态链也就逐渐形成了。

■IT江湖

“互联网+劳模”折射国家主流价值选择

驱动B”商业模式。在这种社会模式的重构中,富有创新精神的“互联网+”人才将是最关键的因素!

这是王小川等人当选为北京市劳模的重要意义所在,“互联网+劳模”是一种新的社会价值导向,从互联网人当选两会代表到今年当选为社会劳模,互联网人愈来愈受到主流价值肯定的背后,是中国互联网人得到了全社会的认可,不仅仅折射出社会观念的转变,更折射出国家对“互联网+人才”体现出“中国式创新”精神的肯定。

在创新技术和创新模式的强力作用下,互联网已经颠覆了许多传统行业,相信随着“互联网+产业”的逐步推进,中国的互联网行业将走向一个前所未有的高度。而这背后,则是一代代中国互联网人所付出的努力和汗水。

以搜狗的王小川为例,这位有着十六年互联网从业经历的互联网人,从一名初级的技术人员,一步步成长为搜狗公司首席执行官,王小川带领搜狗以技术创新为驱动,不断推动行业的创新和发展。王小川主导的搜狗搜索,打破搜索行业的垄断格局,让数亿网民在网上有了更多样的选择,而王小川领导开发的搜狗输入法,通过不断地优化和创新,极大地提升了国人的打字速度和输入体验,让信息输入更简

单,因而搜狗输入法又有“国民输入法”的美誉。

目前,中国已经成为全球互联网经济最发达的地区之一。截止到2014年底,全球接入互联网的移动设备超过70亿台,中国互联网用户6.49亿。其中手机网民规模达5.57亿,渗透率达到85.8%,高于全球58%的渗透率。中国电子商务交易规模名列全球之首,相关数据显示,2014年中国跨境电商交易规模4.2万亿,同比增长33.3%,网民跨境网购的渗透率达到了10%。因此,从某种意义上,中国的“互联网+”战略比美国的“信息高速公路”和“工业互联网”、德国的“工业4.0”有着更丰富而深刻的内涵,它将为中国的产业和商业发展塑造了一个新的生态环境,互联网作为一种生态,将促使所有的产业、商业乃至政府服务产生裂变。

但中国“互联网+”战略要真正落到实处,需要千千万万的中国互联网人,以前所未有的创新姿态投入在这一浪潮中,同时更需要千千万万像王小川这样的互联网劳模。而大量“互联网+劳模”的出现,也将极大丰富新时代劳模精神的内涵,这也从一个国家主流价值观的高度,对中国互联网人的创新精神给予了极大的肯定,而这一切,必将极大促进中国“互联网+”国家战略的快速推进。(安吉)

校园分期成互联网金融行业新蓝海

□ 本报记者 陈杰

随着P2P平台数量的爆炸式增长及竞争的加剧,互联网金融行业的目光越来越多的投向更为垂直的领域,大学生分期便是非常受青睐的细分市场。99分期是这一市场的佼佼者,其业务一经推出便吸引了大规模的学生用户尝鲜。据99分期提供的数据显示,自2014年3月18日上线至今,99分期已经拥有超过30万的注册用户,实际达成交易的用户超过3万人。

“大学生消费水平的持续高涨,正推动学生消费分期成为P2P新的蓝海。”99分期创始人杨宇智在接受记者采访时表示,自2009年开始,银行就叫停了根据年龄段向大学生发放信用卡的业务,而大学生每个月的消费主要依赖于父母给予的零花钱,这往往不能满足自己追求新鲜事物的需求。除此之外,大学生的视野也越来越开阔,他们的资金不仅仅花费在吃、喝、玩、乐、购上,还花费在培训、驾校等自我能力的提升方面,而这些费用都是一笔不小的开销。在传统金融无法解决这些需求的情况下,更接地气的互联网金融应该抓住这一机会。

身为90后的杨宇智原为拉手网高级渠道部总经理,在拉手网期间曾负责全国校园渠道,带领过数千人的校园大使团队,具备丰富的地推及校园渠道管理经验。当他在2013年底看到了互联网金融的高速崛起以及大学生分期付款市场的空白后,带领团队创办了99分期。

杨宇智表示:“99分期主打3C数码产品的分期付款,主要针对高校大学生群体,99分期的出现,一定程度上填补了大学生缺少信用记录、难办信用卡的空白。目前,99分期已经在全国30多个城市的高校开展业务,日流水过百万,并且还在高速增长中。”据悉,99分期去年收购了大学生校园分期市场的鼻祖——鼎力分期,鼎力分期的主要竞争力在线下,99分期侧重线上,目前公司是两个品牌并行。

相较于当前主流的P2P行业市场,大学生分期市场更为单纯,其坏账率和风险更容易控制。杨宇智强调,已拿到A轮融资3000万人民币的99分期将会投入更多的资金用在后台数据库、风控系统的建设及行业并购上。在业务模式上,99分期将采取在上线对接一些其他平台的商品货源和P2P融资平台,下游则进行大规模地推活动的方式,让学生分期变得更“接地气”。除了分期付款业务外,99分期还会给大学生提供实习、兼职等工作机会,一方面是可以进一步增加对学生用户的黏性,另一方面也在一定程度上降低风控难度。

杨宇智表示,过去一年他们的着力点主要集中在二三线城市,未来99分期将逐步进入一线城市,并在资本布局上有更多动作,明年即将登陆新三板。

360发起手机“支付安全+”行动

5月19日,360公司联合中国支付清算协会、20余家国内O2O厂商、电商、支付厂商,以及60余家国内主流媒体,共同发起“支付安全+”行动,为彻底解决中国手机支付的安全问题共同发力。

中国手机反骚扰反欺诈联盟发起单位、360公司总裁齐向东介绍,当前,我国移动支付产业快速增长,移动支付新技术、新服务、新业态不断涌现,但是针对移动支付安全的威胁也越来越多。360互联网安全中心统计,2015年第一季度移动支付及购物类恶意程序多达上千种。

为确保每一个中国手机用户都能在健康、安全的支付环境中体验优质的移动支付服务,中国手机反骚扰反欺诈联盟携手电商、O2O厂商发起“支付安全+”行动。提出“四务必,一保障”的倡议:

1.务必建立健全应用服务自查机制,确保手机APP支付接口安全,360将为成员提供专业技术支持。2.务必履行对用户基本信息资料和账户信息保密义务,不利用用户信息从事超出法律许可和客户授权的活动。3.务必采取措施坚决抵制欺诈行为,洗钱、套现等违法犯罪活动。4.务必接受联盟媒体成员和网友监督。保障用户遭遇手机支付风险具备及时、完备的赔偿机制。

360将在移动端采取“8+1”的全闭环保护方案,360手机卫士产品经理高玮伟介绍,360手机卫士通过识别盗版软件、拦截木马病毒、拦截诈骗短信、拦截诈骗电话、保护交易短信、拦截钓鱼网站、提供WiFi安全检测,并推出360手机先赔新举措。(向阳)

娱乐宝打造“大经纪人”平台

日前,阿里巴巴集团旗下娱乐宝宣布和邓紫棋达成战略合作,共同打造专属“梦想合伙人”。娱乐宝作为C2B互联网投融资平台,全球首家粉丝增值服务平台,将会助力邓紫棋成为亚洲新一代巨星,同时,帮助粉丝获得更多与明星互动机会。在此次活动上,公布了首个合作项目:邓紫棋联合娱乐宝,推出“童年的节奏”公益活动,通过淘宝众筹所得款项将全部捐给“壹基金·壹乐园”公益计划,为乡村儿童筹建音乐教室、儿童游乐场运动汇。

阿里巴巴数字娱乐事业群总裁刘春宁表示,此次与邓紫棋的合作将会是娱乐宝发展一个新的里程碑,它再一次拓宽了娱乐宝的娱乐版图,通过与邓紫棋的合作,娱乐宝会进一步将艺人优势内容与娱乐宝数字娱乐产业、电子商务平台、互联网金融、在线营销、数据积累、用户体验等方面的优势结合,积极开展内容传播新渠道,在与娱乐宝战略合作过程中,会支持明星在国内及海外的演艺计划落地,制造明星的全球影响力,提高华人艺人的实力和影响力。

在未来,娱乐宝还将寻求更多与优秀偶像的合作机会,阿里巴巴将以娱乐宝作为核心,协同阿里巴巴数娱旗下优势资源,如阿里音乐、天猫魔盒,一同为艺人打造互联网娱乐营销平台,它将与数字娱乐产业、电子商务平台、互联网金融独家结合,获得独家内容传播与商业收益的双赢,帮助粉丝实现梦想落地和偶像成为超级明星的愿望。(陈杰)