

4G 迈向 5G 要走融合演进之路

□ 本报记者 陈和利



及以后实现“智连万物,无限可能”的愿景。

4G 提速升级:作为连接 4G 和 5G 的桥梁, TDD+通过采用更多天线的 3D-MIMO、更多载波的载波聚合、更灵活的双连接、更高阶的调制等技术,可实现 TD-LTE 技术的平滑可持续演进,进一步提升 4G 速率 5 倍以上。预计 TDD+将在 2016 年—2020 年间投入商用,届时中国移动网络客户峰值速率可达 5Gbps。期间,中国移动将按照“质量优先、分区商用、分阶段推广”的原则加快 VoLTE 商用步伐,预计今年 12 月全网将具备商用条件,在各大城市将陆续启动商用,为客户提供更高质量和更低价格的通话服务。今年将推出约 20 款 VoLTE 手机供客户选择。

5G 是 4G 的演进而不是革命

面向新市场,开展 5G 研究:目前,5G 已逐渐成为全球产业关注焦点,ITU 此前已确认 5G 愿景和时间表并命名为“IMT-2020”,中国也已成立 IMT-2020 推进组对 5G 开展系统研究。本次 GTI 上海峰会吸引了超过 400 位来自政府、全球一流运营商、国际行业组织嘉宾充分交流 LTE 产业实践和行业应用情况,深入探讨全球合作案例模式,共同展望 5G 发展前景。

爱立信亚太区 CTO Magnus Ewerbring 在 2015 世界移动大会期间接受采访时在谈到 2020 年即将正式商用的 5G 发展,Magnus 指出,对于运营商来说,每次技术的升级都需要投入巨大的资金,之前的 4G 也是如此,因此他们希望能够在现有投资的基础上向下一代技术演进,因此爱立信更愿意将 5G 称为是 4G 的演进,而不是一种革命。

未来将是一个万物互联的时代,这一观点已经基本上得到了业界的普遍认同。而万物互联时代,包括自动驾驶技术在内的车联网等业务也对网络提出了更高的要求,如更快的网速、更低的时延和更大的网络容量。基于此,人们普遍希望 5G 能出现一种革命性的技术来更好地满足这些业务需求。不过在 Magnus 看来,革命性的技术更多的是企业宣传所需。

Magnus 指出,5G 是一个大的标准体系,其中包括许多技术,其中有一部分需要基于当前技术的演进,这些技术可以完全向 4G 等前一代技术兼容,这样运营商就可以充分利用现有的投资,并在此基础上得到长期的增长;此外,5G 也确实需要一部分相对更加革命性的技术,而这两部分应该是相辅相成的,从而实现一个无缝的升级,顺利地迈向 2020 年及更远的未来过渡。

中国物联网工作委员会成立

7月21日,中国物联网发展高峰论坛在北京国际会议中心召开。由互联网领军企业百度、中国互联网协会等发起的“中国物联网工作委员会”在大会上宣布正式成立,百度公司总裁张亚勤当选委员会主任委员。

随着物联网工作委员会的成立,中国物联网工作完成发展升级,从自行发展的无序状态进入到有组织、有目标、有规划的新阶段,这是响应中央号召,加速推进经济产业向互联网化、智能化转型的举措。未来,物联网工作委员会将集合政府、行业协会、科技企业三方之力,释放产业红利,让中国物联网产业健康有序地快速发展,让民众从中得实惠。

“无论是谋求转型的传统企业、大众创业者,互联网等科技企业,还是对于当前正在积极推动万众创新理念的国家而言,物联网都意味着不容错过的机遇。”百度总裁张亚勤认为,物联网并非凭空出现,而是互联网及传统行业发展到一定阶段后的必然结果,随着智能终端数量的不断增多,最终将会出现“有电的场景就会有计算,有计算的场景就会有智能,有智能的场景就会有互联”的物联网未来。

由于物联网能够起到改变传统经济发展模式、提升中国社会运行效率的作用,中国互联网协会以及工信部的相关领导等也都在现场表示,将为中国物联网的发展提供尽可能的扶持。

“物联网牵涉行业众多,产业生态更为复杂多样,在国家标准研究、基础设施建设、全产业链协作等方面需要多方参与贡献力量。”百度物联网研究中心负责人梁泉表示,物联网委员会的成立,将成为中国物联网产业的“中枢神经”,有望结束中国物联网产业生态中多头主导、无序混战的现状,以权威组织协调统一各方力量,最终帮助中国物联网产业迈入围绕核心技术的提升、加速向消费端普及的发展快车道。(向阳)

智慧北京促进联盟成立

近日,“智慧北京促进联盟”在京成立。该联盟是北京第一个以促进和推广智慧城市为宗旨的联盟,由太极计算机、神州数码等 20 余家致力于智慧城市建设与发展的企业联合发起。目前,联盟首批会员已达 30 余家,会员单位业务范围涵盖系统集成、电信运营等多个与智慧城市建设相关的产业领域和细分专业领域,智慧城市建设与服务支撑能力体系初步形成。

拥有 2000 多万人口的北京面临诸多城市难题,北京市也一直在积极推进智慧城市的建设。北京市经信委副主任董鹏飞说,智慧北京已经在基础设施、资源整合和服务创新等维度取得了大量成果。但依然面临很多挑战,所以迫切需要政府部门带领全社会力量进行联合创新来破解北京市发展所遇到的难题。

至于联盟为什么突出“促进”两字,联盟第一届理事长、太极股份总裁刘淮松表示,智慧北京建设需要大家一起来破题,联盟的使命就是要促进,要促进产业技术变革,还要促进新的商业模式发展。

刘淮松表示,今后联盟将从四个方面推动智慧北京建设与发展:成立 CIO 专委会,从城市管理者角度了解城市智慧发展需求,并为智慧城市发展出谋划策;成立技术专委会,投资基金、标准工作组等,建立智慧城市优质资源库;设立智慧园区、智慧社区、智慧交通、智慧医疗等专项领域解决方案工作组,承接智慧城市工程项目,支撑智慧城市建设;建立智慧城市开放平台,携手其他联盟、协会等社会组织,共同促进智慧北京发展。(杰闻)

传播易助推广告销售模式变革

网络营销模式逐步呈现出分散化、细致化、层次化的特点,国内首家广告平台传播易却反其道而行,将广告资源规模化、产业化、规划化运营,极大地冲击了传统的广告投放市场,引发了众多业界人士的关注。

早在传播易成立之初,广告专家对其经营模式就进行过热烈讨论,支持者认为广告投放一站式采购,能够促进广告投放进入规范化,改善国内对广告投放效果营销不好、价格贵的现状,而反对者则称,广告公司中介采购和广告投放是最没有技术含量,是跟成百上千万同行抢饭碗,这是一件不可能完成的事。

传播易在短短一年时间,已经有包括自媒体在内的 6 万多家媒体入驻,2 万多广告主在其平台注册,满足了各类企业的不同需求,有业内人士分析,传播易这种集团化广告销售模式与传统分散的广告投放销售模式的激烈碰撞下,广告行业新的媒介采购模式正在形成,一站式广告投放也许会成为未来广告业经营模式的主流。(杰闻)

7月15日,2015年世界移动大会在上海正式拉开帷幕。中国移动以“和 4G,合心意”为主题参展,向全球产业界展示了 4G 技术与终端的最新进展、完备的行业信息化解决方案以及丰富的数字化业务。本次移动大会揭示了从 4G 到 5G 移动通信技术的发展演进之路,即融合演进。

4G 应用聚焦互动新体验

中国移动的展示区域共分为 4G 技术与业务、4G 最新终端、行业信息化与物联网、数字化业务四大板块。在行业信息化与物联网展示区域,通过丰富的体验环境与互动手段,为观众展示了中国移动的“和”商业品牌在政务、金融、车联网、大数据等不同领域的解决方案。例如,在车联网领域,展示了中国移动推出的多款基于 4G 的、云管端一体化的多功能智能车载终端,并在场馆内外分别提供了模拟驾驶舱、真车供参观者驾驶体验。客户可通过车载终端及内置的丰富应用,在车内就可以获得信息娱乐、智能导航、高速上网等一系列创新服务体验,让驾驶变得更加安全和富有乐趣。同时,中国移动还展示了在物联网领域从芯片到平台再到应用的一系列研发成果,包括物联网专网运营管理平台、物联网通讯模组及相关应用等。

在数字化内容展示区域,中国移动展示内容包括咪咕视听、咪咕音乐、咪咕动漫一系列创新应用。其中,“魔百和”是中国移动面向家庭和集团用户推出的重要产品,它汇聚国内七大牌照方海量优质的视频资源和各类丰富应用,通过电视机等大屏幕终端,为客户提供全方位的视听盛宴。本次展示的是“魔百和”带增值运营能力的跨屏协同功能,将手机作为“魔百和”增值业务能力的延伸,客户通过“摇一摇”功能,将手机与电视关联起来,可以实现购物、获取音乐、设置彩铃等功能。

多载波聚合成为 4G 近期升级选择

在上海世界移动大会召开期间,中国移动公布了最新的 4G 商用成果,并首次发布面向“互联网+”时代的中国移动技术愿景 2020+白皮书。

中国移动在技术愿景 2020+白皮书中提出,公司将提供数字化服务,打造无所不在的可靠网络,提供无所不能的支撑能力为目标,立足“4G 提速增效”“网络转型,更灵活高效”“面向新市场,开展 5G 研究”三大举措,与行业各方一起在 2020 年

中国电信发布“天翼安全”系列产品

7月16日,中国电信集团公司在京发布“天翼安全”系列产品,同时宣布与腾讯合作,共同推出合作产品,并携手共建安全生态圈。

随着“互联网+”时代到来,以及移动互联网新业务和新技术的快速发展,信息安全防护的要求越来越高。构建安全生态圈需要监管部门、金融机构、电信运营商、互联网企业、安全厂商等,以开放联合的姿态进行协作,构建真正互联互通的安全开放平台。

此次发布会上,中国电信正式发布了三款自有安全产品:1.DDoS 防护产品“云堤”。该产品利用中国电信丰富的骨干网带宽资源、运营级的清洗能力、顶级的安全团队和完善的维护体制,为政府和企业客户提供“管家式”安全防护。“云堤”具有 T 级超高处理能力、秒级生效的防护响应时间,便捷丰富的客户自助服务内容,以及近源清

洗、攻击溯源能力等行业独特优势。2.安全办公产品。该产品基于互联网及移动安全技术,为党政军、企业以及金融客户提供云、管、端全方位安全融合型办公及移动管理服务。该产品在企业综合办公、移动设备及应用管理等功能基础上,实现了企业应用与用户个人数据隔离,强化了安全密码键盘、防截屏、应用启动安全检测等安全运行环境,同时运营商所特有的虚拟专用拨号网安全数据通道、基于硬件的安全身份验证等安全机制,在更高的层级为客户的移动办公安全保驾护航。3.支付安全产品“天翼 U 盾”。该产品专注于解决金融行业的移动支付安全问题,在中国电信的手机 UIM 卡中加载数字证书及密钥的安全产品,具备数据的保密性、真实性、完整性和不可抵赖性等特征。天翼 U 盾产品的数字证书保存在手机 UIM 卡硬件中,不可读取和复制,签名具有法律效力。

所有受“天翼 U 盾”保护的支付只能在装有证书的 UIM 卡设备中完成,黑客即使截获了支付密码也不能完成交易,为支付安全提供“芯”级防护。

发布会上,中国电信与腾讯强强联合开发的安全 APP 产品“安全中心”问世。该产品是一款面向公众用户的手机安全工具,主要针对个人隐私、手机财产、防话费、防骚扰、防盗等手机安全问题进行重点防护。该产品依托中国电信强大的网络优势及特色功能,将实现多项独特的产品功能:对手机安全威胁的“网络预警功能”,能够在您面临潜在的不安全上网风险时及时发出预警;将中国电信的 WiFi 热点进行安全的管理,实现“电信 WiFi 一键安全登录”,让您安心便捷上网;实时准确查询套餐流量、话费功能;全新特色业务“一卡双号”,让用户无需更换原有电话号码,增加使用虚拟小号,有效避免骚扰。(陈和利)

三星发布金属机身手机 Galaxy A8

7月15日,三星电子在上海发布 Galaxy A 系列全新力作 Galaxy A8。三星电子大中华区总裁朴载淳在现场揭开了 Galaxy A8 的“神秘面纱”,并对 Galaxy A8 充满信心,表示:“A8 专为追求时尚、品质的年轻人设计,拥有 5.9 英寸的纤薄一体金属机身,独特的超窄边框设计,是三星史上最薄的智能手机。”

Galaxy A8 的广角自拍、触控式指纹识别、强力续航等功能让现场的体验者频频称赞。Galaxy A8 拥有 5.7 英寸全高清大屏,在设计上拥有更大的屏占比和更舒适的持握感。在 Galaxy A8 纤薄的机身下,却容纳了 3050mAh 大容量电池。

Galaxy A8 配备了 1600 万像素后置摄像头、500 万像素前置摄像头,再加上 F1.9 大光圈拍摄、

HDR 功能,超快对焦、高达 120° 的广角自拍等功能,还可以配合三星云无限存储空间使用。Galaxy A8 还有“触控式指纹识别”“4G 双卡全网通”两项中高端手机少有的绝技。

现场同步上线的 Galaxy 用户专属在线社区不仅能抢先获得 Galaxy 最新产品信息和产品体验的机会,还可以得到与分享 Galaxy 的众多使用技巧,在使用盖乐世手机中遇到问题,众多手机“大神”和热心网友在这等着帮忙。盖乐世社区的另一大功能,就是可以聆听到用户的声音。在大量用户调研的基础上,针对用户最渴望实际的需要打造贴心服务。三星 A8 上加入的全新的 UX 服务,就通过盖乐世社区,让用户抢先进行体验。随后,



三星还会持续通过盖乐世社区,发布三星最新的 UX 服务,用户也可提出希望改进的内容和方向,与三星互动。(沪闻)

大众点评成交额增速行业第一

7月16日,易观智库发布《中国生活服务 O2O 市场专题研究报告》,报告显示,2015 年上半年中国生活服务 O2O 平台成交额达 895.8 亿元,全年成交额有望接近 2500 亿。其中,大众点评增速迅猛,成交额增速连续 6 个月居行业第一。而在团购方面,大众点评市场份额达 29.5%,较去年同期上涨 8.5 个百分点,而美团 51.9% 的市场份额则较去年同期下降 4.1 个百分点。

据易观统计数据,2014 年中国生活服务 O2O 市场规模达 2480.1 亿元人民币,同比增长 78.4%,预计 2015 年中国生活服务 O2O 市场规模将超过 4000 亿元人民币。

2015 年上半年,本地生活服务 O2O 平台成交额呈稳步上升趋势,6 月成交额达 183.3 亿元,上半年成交额达 895.8 亿元。预计下半年全平台收入增速还将加快,全年成交额有望接近 2500 亿元人民币。

各平台收入较历史同期均有较大增幅。其中,大众点评增速明显加快,连续 6 个月成交额增速行业第一,单月同比增速最高值接近 300%,远超第二、第三位。报告分析认为,结婚、亲子、家装等细分品类的重点发力,以及点评内部销售业务线的重新梳理,是带动大众点评今年业务收入大幅增长的主要原因。

2011 年,团购交易模式横空出世,整个生活服务 O2O 的价值得以实现。作为生活服务 O2O 的主要方式,团购已然成为本地生活最成熟的交易模式之一。据统计,2015 年上半年中国团购市场成交额达 770.1 亿元,同比去年的 287.7 亿元增长 167.7%。易观分析认为,团购新一轮的高速增长主要源于尚未饱和的三四线城市的业务拉动,各大团购平台对三四线城市的集中发力必将带动团购市场能量的进一步释放。

从竞争格局来看,2015 年上半年,美团以 51.9% 的团购交易份额继续保持领先优势,但较去年同期下降了 4.1 个百分点,大众点评以 29.5% 的团购交易份额居于第二位,较去年同期上涨 8.5 个百分点。两者合计贡献团购市场超过八成的成交额。

报告分析,在过去的几年内,团购仍然是支持本地生活 O2O 市场的最核心业务。团购的低价折扣并未实现商户、平台、用户三方价值的最大化,单一的团购模式也无法支撑平台的长远发展。后团购时代,以大众点评为首的本地生活服务 O2O 平台,开始切入电影、结婚婚庆、到家等垂直、细分的一些领域,向一站式生活服务平台转型,纵深化发展将成为本地生活 O2O 的未来趋势。其中,大众点评凭借对结婚婚庆业务领域的深耕,已占据 63.5% 的交易份额。(向阳)

中国互联网营销产品发展论坛召开

日前,由 360 聚效广告平台主办的第三届中国互联网营销产品发展论坛在京举办,包括艾瑞咨询、京东、风行在线、利欧数字营销、AdMaster、中国传媒大学、蜻蜓 FM、唱吧等在内的数百位互联网营销行业领袖、营销精英、战略伙伴及主流媒体在会上一起分享行业热点,围绕大数据、程序化营销、开放平台、移动原生广告、互联网资本化、互联网思维等话题展开高峰对话,交流成功营销经验,探讨产品定位、如何推动移动互联网技术以及未来互联网营销的转变,成为中国互联网营销产品更强劲的驱动力。

论坛采用“会+展”相结合的方式,在会场外部特设互联网营销产品主题展区,汇聚全网最先进的移动营销产品,展示 360 聚效的营销生态布局,促进广告主、媒介、营销机构等各方的跨界交流与合作,为与会者提供听觉、视觉、触觉到思维的全方位、立体式互联网产品盛宴。

如今,依托亿级用户数据积累,海量跨屏流量资源、精准的目标客户、一站式的投放管理等优势,聚效广告平台倾力打造的以移动原生广告为代表的营销产品航母正式浮出水面。聚合 360 手机浏览器、360 影视大全、360 新闻、360 免费 Wi-Fi 等明星 APP 以及包括风行、暴风、PPTV、蜻蜓 FM、喜马拉雅、新浪快讯等头部 APP 所形成的全网移动富媒体品牌联播平台已可实现每日超强规模的品牌连映,形成对互联网网民的全面覆盖和传播力。在未来,360 聚效将在程序化营销领域为广告主、开发者创造出越来越多的价值,真正实现“不仅营销,更要实效”。(向阳)

一线城市热招职位求职者供给过剩

赶集网近日发布北京、上海、广州、深圳等一线城市 2015 年 6 月份中基层劳动力市场状况数据。数据显示,在一线城市招聘需求最大的前五个热招职位(销售及房产中介外),求职者扎堆应聘,出现严重供给过剩。北上广深劳动力市场整体上均面临着劳动力过剩和用工荒的双重矛盾,深圳矛盾最为突出。

从数据中可以看出,北京 6 月份企业招聘需求人数最多的职位依次为销售、技工/工人、行政/后勤、服务员、客服等;上海和北京热招职位相同,但对客服的需求量多于服务员;广州 6 月份销售、技工/工人、行政/后勤、营业员/店员、客服等五大类位居企业招聘需求之首;深圳 6 月份企业用工需求与广州除房地产中介/经纪职位占据企业招聘需求数量第三名之外,其余职位和广州相同。

根据赶集网数据,北京 6 月份教育行业招生/课程顾问用工缺口较大;上海及深圳洗衣工用工需求较大,深圳洗衣工职位的供求比高达 21.95,表示该类职位企业用工需求缺口极大。以职位来看,招生/课程顾问、客户主管/专员、房地产中介、月嫂/育婴、保险业务员等四大类职位在北上广深四大城市均处于“用工荒”困境。深圳的月嫂/育婴岗位供求比达 10.26,这意味着 10 个需求仅有 1 个能得到满足,市场供给缺口较大;广州保险业务员需求缺口较大,供求比达 4.33。网站编辑在北京、上海、广州三个城市人力供给严重小于市场需求。

总体上看,北上广深均面临着劳动力过剩和用工荒的双重矛盾;四大城市“用工荒”程度横向比较发现深圳整体上最为严重,进而深圳劳动力过剩与用工荒并存矛盾最为突出。(向阳)

滴滴巴士将有效缓解城市出行压力

1 分钱就可以坐巴士上下班!7 月 16 日,滴滴快的旗下巴士业务“滴滴巴士”将在北京和深圳两地上线,滴滴巴士定位于连接社会闲置大巴资源和需求用户的智能出行平台,其通过大数据精准计算帮助每个需求用户匹配到所需线路。用户可以关注“滴滴巴士”微信公众号,上线首周,两地所有用户都能够享受 1 分钱坐巴士上班的福利。

目前滴滴巴士已在其官方微信平台进行内测,用户可以通过“滴滴巴士”官方微信查询已覆盖的区域线路。据官方微信内容显示,滴滴巴士在北京覆盖区域包括:中关村、上地、亦庄、CBD、通州、天通苑、北七家等;深圳覆盖区域包括:科技园、会展中心、车公庙、宝安、布吉、白石洲、上下沙等地区。用户可以关注“滴滴巴士”微信公众号,并直接在微信公众号中选择线路购票乘车。目前滴滴巴士已在北京开通 33 条线路,深圳上线 10 条线路,预计到 7 月底将在北京和深圳增开到数百条线路。

滴滴巴士事业部总经理李锦飞表示,滴滴巴士是针对现有公共交通线的补充,满足现有公共交通体系无法满足的出行需求。在定价方面,滴滴巴士整体价格在 7 元到 13 元不等,是目前城市公交价格的 3—5 倍。未来滴滴巴士的愿景是为数亿人解决出行问题,为用户提供更好的服务,专车直达。在车辆方面,滴滴巴士主要是与有经营资质的旅游公司和有合法资质的租赁企业合作,结合线下闲置大巴资源进行数据匹配,搭建平台完成用户找车需求。

作为滴滴快的“全球最大一站式出行平台”的重要一环,滴滴巴士业务在过去的一段时间里,一直备受业内外关注。业内人士分析认为,滴滴巴士的上线,将加速滴滴快的涵盖出租车、商务专车、代驾、合乘拼车和城市物流等综合性的城市交通服务平台的构建。作为一款公交型产品,滴滴巴士能够最大程度化利用好车辆资源,提高整个城市交通运行效率。(陈杰)

圣洲易购借力互联网+布局 O2O 养老市场

7月19日,经过近3个月全国100家实体店试运营,并取得开店首月盈利的良好业绩后,圣洲易购正式在京发布上市。这意味着 O2O 新电商圣洲易购正式推向全国,开始布局 O2O 养老市场,专为中老年服务。

圣洲易购以液体海参——东方神参为核心产品,借助互联网,打造专为中老年服务的社区 O2O。从 4 月 28 日正式落地运营至今,全国开设 100 多家圣洲易购社区店,实现了首月盈利的运营目标。

从 2004 年诞生至今,东方神参已为我国液体海参开创者发展成液体海参领导品牌,成功解决了活海参难消化、干海参营养流失严重的难题,开创了高效科学食用海参的新时代。

圣洲易购 100 家社区店运营以来,新商业模式优势得到充分体现。开店经营成本低,单店盈利能力强,100 家社区店运营首月盈利也预示着一个新的商业航母的到来。(鲁彤)