

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

第五届TD-LTE技术与频谱研讨会在匈牙利召开

□ 本报记者 刘燕



今年是ITU成立150周年,10月12日,第15届ITU(国际电信联盟)世界电信展在匈牙利布达佩斯开幕,超过100个国家的4000多名政要、企业高管和产业领袖聚于此。当天下午,中国移动联合ITU、GTI(TD-LTE全球发展倡议)和TDIA(TD-LTE产业联盟)举办了第五届TD-LTE技术与频谱研讨会。

本次会议旨在进一步推动全球各国高效利用已经规划给移动宽带的频谱资源,特别是通过TD-LTE技术使得已规划但尚未投入的大量TDD频谱得到充分利用,并形成全球统一划分;同时在2015年世界无线电通信大会即将召开之际,推动全球管制机构争取更多的频谱资源,特别是TDD技术能够更高效发挥作用的C波段,以满足流量爆炸式增长以及未来移动宽带5G发展的需求。

据ITU预估,2020年全球频谱需求量大致为

1340—1960MHz,约为2010年频谱需求的5倍。未来,获取更多频谱资源,并使有限的频谱资源高效利用成为全球移动通信产业发展的关键。在这样的背景下,TDD频谱的非对称特性、TDD系统灵活的上下行时隙配比以及TDD技术能够更加高效地采用连续大带宽频谱实现超高速率等优势和价值凸显。因此,除了2.3G/2.6G已经得到广泛应用的TDD频谱外,与会者们重点讨论了3.5GHz黄金频段在全球的规划及应用,认为使用TDD、连续大带宽的规划方式将能够更有效地利用这段频谱。目前包括加拿大、英国、日本等多个国家均已完成该频段牌照发放,全球约50%的TDD牌照为3.5GHz,在该频段部署TD-LTE已成为全球热潮,截至2015年第二季度,已有11张3.5GHz TD-LTE商用牌照,峰值速率可达1Gbps。

与会者们建议全球管制机构在未来的频谱规划中,一方面,充分利用TD-LTE技术优势,使已规划但尚未投入的大量TDD频谱得到充分利用,另一方面,在2015年世界无线电通信大会即将召开之际,推动各国管制机构争取更多的频谱资源,特别是以连续大带宽的形式分配尽可能多的TDD频谱,并推动全球形成统一的TDD频谱规划方案,以共享规模效应。

在GTI以及全球产业的共同推动下,截至2015年上半年,全球已有36个国家共开通63张TD-LTE

商用网,全球TD-LTE基站数超过120万,发展用户超过3亿,此外还有60个国家共计91张商用网在计划部署中。

频谱是国家经济发展的发动机。更多的频谱不仅可以加快个人和家庭宽带的普及,还可以支撑物联网(IoT)产业和智慧城市的发展,从而推动整个社会的ICT创新。经过评估,未来5年移动宽带建设至少需要2GHz的频谱。

华为运营商BG总裁邹志磊表示,对于WRC-07(World Radiocommunication Conference 2007)和WRC-12规划的频谱,产业链早已成熟,建议尽快发放;在即将召开的WRC-15上,则需要全球产业链的共同努力,推动Sub-700MHz、L-Band和C-Band的发放,为IoT和4.5G/5G创新铺路。同时,我们也呼吁通过加大频谱供应,来调节合理的频谱费用,政府与运营商共同推动MBB产业规模成长,共享和ICT数字化经济发展成果。

自2011年以来,中国移动联合ITU、GTI和TDIA已连续成功举办了四届TD-LTE技术与频谱研讨会,均取得深远影响。在往届会议上,工业和信息化部代表中国政府向各国管制机构和产业界多次宣布我国各频段的频谱规划策略,如在2012年迪拜举办的第二届TD-LTE技术与频谱研讨会上,工业和信息化部宣布了我2.6GHz 190M全TDD的分配方案;在2013年泰国举办的第三届TD-LTE技术与频谱研讨会上,工业和信息化部进一步宣布了三家运营商的2.6GHz频谱分配方案等,极大提振了全球产业和市场对TD-LTE发展的信心。同时,也对将要规划和分配移动宽带频率资源的国家起到有力的指引作用,为TDD技术在全球发展赢得更广阔空间。

人工智能IQ相当于四岁儿童

人工智能的水平已经到了一个什么水平?近日美国伊利诺伊大学的研究团队对当前顶尖的人工智能系统进行测试,发现它们的智商相当于4岁儿童的水平,大概是学步小孩的状态。

由麻省理工学院研发的“Concept-Net”参与了此次测试,它在词汇方面得分很高,信息方面则表现一般,而词汇推理理解上则得分很差。

当然,IQ测试只是检测智能的其中一种方法,因为有很多方面计算机是远远超过人类的,比如计算能力。而IQ测试主要检测的是系统性认识世界的的能力,而在“自我意识”的领域,人工智能依然处于落后水平。

四岁熊孩子的智商,想想也是满可怕的,相信在不久的将来,它会更“懂事”。

支付宝回应实名认证漏洞

近日,一则关于支付宝实名认证出现漏洞的消息闹得沸沸扬扬,有网友表示自己的实名认证信息多出5个未知账户。用户所担心的是在同一实名认证之下,这5个未知账户是否会以其名义贷款,并让其偿还。

随后支付宝回应称,如果发现支付宝实名认证账户下出现其他关联账户,是因为账户持有人存在身份证等个人信息泄露的情况,导致被关联认证。支付宝表示被绑定在用户账户下的这些子账户,无法借用户身份发起蚂蚁花呗等贷款服务。因为针对蚂蚁花呗等业务的开通,不仅会对更全面的用户信息、对用户的历史消费数据进行参照外,还有额外的风控手段进行把控。此外,支付宝为用户提供会员保障服务,如账户被盗产生了资金损失,支付宝所合作的保险公司将对用户进行赔付,最高可赔100万,从保险的角度充分保障用户权益。

显然,这一漏洞源于个人信息泄露,支付宝存在用户身份验证不完全即可绑定账号的潜在风险,而用户方也必然存在某种疏忽,比如个人信息泄露,或者账号密码或邮箱泄露等。

顺风车等服务或将成历史

10月10日,交通运输部对外发布了《关于深化改革进一步推进出租汽车行业健康发展的指导意见(征求意见稿)》(以下称《指导意见》)和《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法(征求意见稿)》(以下称《管理办法》),进行为期一个月的公开征求意见。

《管理办法》明确,网络预约出租汽车经营服务,是指以互联网技术为依托构建服务平台,接入符合条件的车辆和驾驶员,通过整合供需信息,提供非巡游的预约出租汽车服务的经营活动。并要求网约车车辆应为7座以下乘用车,使用性质登记为出租客运,取得出租汽车类别的《道路运输证》。驾驶人若想成为网约车驾驶员,应取得相应准驾车型机动车驾驶证并具有3年以上驾驶经历,符合相关安全驾驶条件。符合条件的驾驶员并经考核合格的,取得预约出租汽车驾驶员类别的从业资格。《管理办法》还规定,任何企业和个人不得为乘客和未取得合法资质的车辆、驾驶员提供信息对接开展运营服务。

看来,私人小客车以合乘或拼车、顺风车等名义提供的运营服务将成为历史。

电商开始抢人才备战双十一

一年一度的双十一电商盛典在即,电商人才招聘平台电猴网的数据显示,已超过上千家知名电商企业开启了2015年双十一之抢人大战,欲开史上最抢眼电商人才抢夺战。

据了解,这场抢人大战由传统企业电商、平台电商、网店、O2O及微商、跨境电商的五大企业级战区;由电商运营、推广策划、客服仓储、设计美工、技术开发的五支人才编队;并为中高端电商资深人才提供的专属秘密通道,直接与企业BOSS对话。

今年的双十一盛典又将再现怎样惊人的交易记录还不得而知,但在电商人才缺口巨大的情况下,双十一纪录屡屡被刷新背后,电商人才之战肯定将异常激烈。

美大合并只是O2O激战的开始

□ 陈杰

近两年来,国内IT行业的大事件,特别是合并事件似乎都盯上了节假日。

今年这个国庆节也一样,几乎被美团与大众点评的消息刷屏了,节前各种传言、爆料、消息已开始全面轰炸,经过七天假期的酝酿终于在10月8日被公布于众。大众点评网与美团网联合声明宣布达成战略合作,双方共同成立一家新公司,新公司将成为中国O2O领域的领先平台,此次战略合作得到了阿里巴巴、腾讯、红杉等双方股东的支持。

虽然只是传言被毫无例外的证实,但这一合并案在业界还是掀起了不小的波澜,但总体来说,融资失败、抱团取暖等唱衰言论占据了主导地位,似乎业界并不看好美团、大众点评分别以团购市场占51.9%和29.5%的份额,在合并后对当前国内本地生活服务O2O市场所产生的影响。

当然,美团融资困难的因素肯定是有的,因为资本方已经不再看好这种纯粹烧钱流量式的残酷竞争,特别是对于已从前几年“千团大战”走过来的并

成为行业老大和二老的美团和大众点评而言,过度烧钱只会让整个行业快速失血,呈现一种不健康的虚假繁荣。

在双方都无力干掉对方之时,合并似乎是最好的选择。新的公司实施联席CEO制度,两家公司在人员架构上保持不变,并保留各自的品牌和业务独立运营,双方加强优势互补,强强联手,以期推动行业升级。这一模式好处已在滴滴快的、58赶集的合并案中得以完美体现。唯一不完美的似乎是基本上全盘复制之前的模式,难以给业界以惊艳之感罢了。

也许,站在双方创始人王兴和张涛角度而言,这种合并有些许的无奈,曾经,他们一起以竞争的方式推动了生活服务领域的变革,但对决还没有产生双方理想的结果。而当前,在资本以及产业健康发展的角度,他们用一种合作的方式将带来一个更健康的产业环境,双方的这一决定还是让人敬佩的。

正如易观智库分析师孙梦宇所言,就目前市场格局来讲,美团大众点评的合并确实能够产生生活

服务市场当中名副其实的巨无霸。对于品类的扩展、商户的教育及改造都能具备更强的话语权。双方的合并在企业本身也能够产生更多的利好效应,减少在竞争当中不必要的资源浪费。同时也能够整合双方的优势资源,产生叠加效应。

原本,生活服务市场具有较强的地域性以及不同品类升级改造的复杂性,这也是生活服务市场自身的门槛和壁垒。而根据以往不同市场双寡合并之后的经验可以推知,美团与大众点评的牵手也标志着生活服务市场的发展进入新阶段。

不要过度唱衰美团与大众点评的合并,除了是一个估值超过150亿美元公司的诞生外,这也将对当前BAT们布局O2O领域的战略产生巨大影响。百度之糯米、美团背后的阿里巴巴以及其新口碑网、腾讯之大众点评,一场上升到BAT之间的O2O终极大战即将上演,而火索才刚刚被点燃!

IT江湖

BAT角力移动搜索 阿里神马推出全新搜索交互

□ 本报记者 刘燕

10月13日,阿里巴巴旗下移动搜索品牌神马搜索宣布推出全新的移动搜索交互产品“蓝光模式”。与诞生于PC时代框计算相比,蓝光模式希望用更移动的体感,更突破的技术和更丰富的数据,推进新一轮的移动搜索产品创新。

让搜索告别单调

“移动互联网一个重要的产品变化就是APP的出现,虽然目前移动搜索主要形态依然是网页,但搜索结果呈现可以做到接近APP体验。”神马搜索产品总经理曾洪雷表示,“蓝光模式”就是一套移动搜索交互理念,一方面让用户告别传统搜索的网页链接,呈现“APP化”移动搜索交互,另一端利用大数据和知识图谱,对用户需求和场景的人工智能识别,准确匹配信息和服务。

蓝光是在可见光中,人眼感知最敏感的一种。曾洪雷表示,取这个产品名的寓意,就是希望用户在看到用蓝光模式重组后的搜索结果,能够“眼前一亮”。“高颜值、全聚合和场景化”就是蓝光模式的三大特征。

在视觉和交互形式的升级背后,神马对全网高质量的内容加以聚合,实现内容组织化精准展现,让用户告别网页。同时针对各种移动场景,对用户的搜索需求进行意图判断,并从信息延展到服务,在教育、医疗、家政等垂直搜索上,选择与“跟谁学”、“赶集”这样的服务平台深度合作。曾洪雷表示,未来还将充分挖掘阿里集团在服务领域的资源,包括联合支付宝这种核心资产,打通O2O的闭环。

在电影、旅游、高考、NBA等热点搜索上,神马搜索的结果呈现已不再是传统的链接排列,而是重新设计的交互界面,体验越来越趋近独立APP。

据了解,很多垂直搜索类上线“蓝光模式”后,总搜索次数和人均搜索次数都有显著提升,视频搜索整体播放量上升了30%,旅游搜索中景点页面点击量增长60%,而高考搜索PV(页面浏览量),与去年同比

增长更是高达152%。

三大突破超越“框计算”

2009年,百度提出“框计算”概念,通过对搜索框中用户输入进行需求识别,为该需求匹配最优的内容或应用,实现即搜即得。这一理念的提出,推动了搜索行业的整体创新。但在移动互联网时代,框计算已不足以涵盖搜索的发展方向。

据曾洪雷介绍,与诞生于PC时代框计算相比,首先蓝光模式提供了比框计算更移动的体感,实现了交互APP化,让搜索告别网页。比如通过在搜索结果中加入“模式浮层”、“轻交互”和“信息流加载”,神马在NBA、旅游等搜索类目上的交互体验已经非常接近一款独立APP。

其次,在技术突破上,虽然相比PC,手机的屏幕要小得多,但创新的空间却要更大得多。“框计算”概念的提出已经近十年,这十年中,知识图谱和深度学习等技术可谓日新月异,很多在PC时代不可能完成的创新,都有机会在移动互联网上实现,比如通过精准的多意图分析,让搜索实现推荐化、个性化。

移动端搜索会和应用场景发生强关联,同时搜索的覆盖范围已非常广泛,不只是简单的信息领域,还会渗透到用户生活的方方面面。对蓝光模式来说,丰富的数据是其提供优质服务的必要条件,背靠阿里巴巴,神马在数据上拥有天然优势,有淘系的商品数据,UC浏览器的阅读数据,高德的位置数据,优酷的视频数据以及微博的社交数据等等,其中很多数据都是独家的。

神马会不会像百度一样,在数据选择上更多倾向百度贴吧、去哪儿、爱奇艺这样的自家业务呢?对此,曾洪雷明确给出了否定答案,他表示神马搜索的定位是做信息和服务的“交换机”。一方面,不断增加数据和服务整合的能力,另一方面把神马这种服务整合的技术能力拿出来,让手机厂商和应用开放商一起参与到新的移动搜索场景构建中来。比如,神

马已覆盖蓝光模式的旅游搜索,就采用了来自携程、途牛、蚂蜂窝等十余家数据源。

BAT角力移动搜索

10月9日,谷歌搜索业务主管艾米特·辛格透露,今年夏天,谷歌来自移动设备的搜索量已首次超过了PC搜索。移动已经成为搜索引擎发展的关键词。在中国,移动搜索领域已形成了BAT三巨头角力的局面。

2014年4月,UC视讯宣布旗下潜行四年的移动搜索业务,在整合阿里巴巴“一搜”团队后,以神马为新品牌正式发布,UC视讯联合创始人兼CTO梁捷出任神马总裁。6月,UC与阿里巴巴全面融合,成立阿里巴巴移动事业群,神马搜索就此成为阿里巴巴的全资品牌。依托UC浏览器和阿里系的资源优势,神马搜索过去一年快速增长,据国内权威流量统计机构CNZZ数据中心数据显示,2015年3月,神马移动搜索份额达13.35%,紧随百度其后稳居第二,此前已被腾讯入股的搜狗列第三位,市场份额为5.8%。

而在过去的一年中,虽然百度、搜狗都针对移动搜索推出了一些创新型产品,但移动搜索还没有出现真正的颠覆式创新。

梁捷指出,搜索引擎的发展经过以传统网页搜索技术为代表的1.0时代和以框计算为代表的2.0时代,今天进入了以移动互联网为中心的搜索3.0时代。移动搜索3.0提出了一系列新的要求:场景化、高质量、时效性和个性化。

今年8月,UC浏览器推出全新个性化推荐版本,推出了信息流呈现方式的全新首页,根据用户的兴趣标签进行信息和服务推送,实现了千人千面。新版上线后,UC浏览器的资讯日浏览量增长了25%,日使用时长增长了8%,新版本日活跃用户已突破1500万。而神马搜索推出的蓝光模式则是阿里移动事业群在移动搜索的创新上的又一项突破。

爱立信强调中国市场地位更加举足轻重

□ 本报记者 刘燕



爱立信东北亚区总裁柯瑞东(Chris Houghton)在接受科技日报记者采访时表示,东北亚区是爱立信最大的业务运营地区之一,中国市场地位更是举足轻重。柯瑞东强调:“我们不会满足现有的成绩,再次提升中国市场业绩是我来这里的目的。”

柯瑞东自加入爱立信的27年间,在全球多个国家积累了广泛的管理经验。作为爱立信集团全球领导团队的一员,自2015年8月1日就任爱立信东北亚区总裁。在此之前,柯瑞东担任爱立信印度区总裁,在印度的两年任期内,成功在该地区开展运营业务,推动其成为爱立信全球最大的员工基地。

据爱立信今年的半年报显示,去年爱立信中国市场销售收入占爱立信整体6%,中国已经成为爱立信仅次于美国的第二大市场,在中国市场的表现对于爱立信而言至关重要。

为此,爱立信的管理层从CEO到董事会对中国市场都高度重视,在资源配置和技术支持等方面给予了中国市场优先权。

爱立信每年投入50亿美元用于技术研发,专利储备的数量也在不断创新高。作为爱立信的第二大市场,柯瑞东表示会继续对中国做出投资、专注于中国客户,因为这不仅是基于爱立信在中国的业务,同时在中国的投入对爱立信在全球的业务都非常重要。据了解,与市场占比一样,爱立信在中国的研发投入也居爱立信在全球投入的第二位。自2002年成立爱立信中国研发总院以来,爱立信在中国的研发资源得到了有效的优化整合。目前,爱立信每年的研发投入超过20亿人民币,近5万名员工分布在北京、上海、广州、南京、成都和深圳等地专职研发,范围涉及爱立信全线产品组合。如今,中国已经成为除瑞典外爱立信全球最大的研发基地。据了解,2015年爱立信将在北京新落成一个研发中心。

在过去的近两年中,三大运营商迅速布局4G市场,网络的渐趋完善意味着运营商大笔的投资已基本告一段落。在2020年5G到来之前,包括爱立信在内的设备厂商在4G领域可获得的合同收入或将减少,这也给各大设备厂商的中国区业绩带来巨大压力。不过柯瑞东认为虽然从表面上来看各家的4G网络部署已经接近完成,但实际上在4G领域还有很多可以跟进的工作要做,比如进一步扩大和加强网络覆盖,尤其是室内覆盖,同时,运营商们也在推进向5G的演进。

据介绍,在5G领域,爱立信在中国的客户端与中国的标准化组织机构、行业智库大学,都围绕5G在开展密切合作。在全球范围之内,爱立信也和有关方面签署了多个5G的合作协议。柯瑞东认为,在朝向5G的演进之路上,爱立信处于优势,但他也强调,虽然目前5G的声音很多,也有了商用时间表,但现阶段4G的深度覆盖还有很多需要完善。柯瑞东表示,爱立信将在擅长的网络基础设施和服务方面去提升,尤其是提高网络频谱的利用率,提升室内等盲点覆盖,并加大在工业、云和IP等方面的建设。

在未来的发展上,柯瑞东指出,虽然当前爱立信在中国的主要收入仍然来自于网络基础设施和服务,但爱立信也在瞄准BSS、IP以及工业社会应用等领域,希望让网络能够支撑更多行业,尤其是在未来万物互联的时代。据爱立信此前的预测,到2020年,全球将会产生500亿的链接。

除了大环境上的压力之外,爱立信还面临着来自中国竞争对手强有力的挑战。柯瑞东坦言在过去一段时间内,爱立信在中国市场碰到了一些困难。他指出,中国的消费者期望很高,市场竞争也很激烈,爱立信面临着挑战:“但是我们喜欢迎接这样的挑战,因为迎接这样的挑战也能够使我们变得更强、做得更好。我们尊重对手但不惧怕对手,只要把注意力放在做好自己、专注于满足客户的需求,我们就会得到回报。”

面对中国市场掀起的“互联网+”的热潮,柯瑞东说:“爱立信必须成为其中的一员,我正在和团队密切地学习和研究互联网+战略。我认为这当中有非常大的机会,我们会非常感兴趣并专注于互联网+带来的机会”。

高德半年完成全年任务指标

阿里巴巴移动事业群总裁兼高德总裁俞永福向高德全体员工发布内部信,宣布十一期间高德多项数据创新高,并公布公司后续战略。俞永福透露,高德仅用了半年的时间就完成了今年全年的任务目标(财年自4月1日至次年3月31日)。

俞永福透露,高德正在进行“下一代一体化引擎”的研发,是公司史上投入最大的项目。

俞永福表示,“战功文化”是公司文化的核心,为了庆祝提前半年完成今年指标,高德将提前为员工发放“战功红包”;而针对取得特别战功的员工,宝马、奥迪这些豪车已经等在路上。(安吉)