

■资讯走廊

赶集职有成国内流量最大兼职O2O平台

近日,58赶集独立孵化的兼职O2O平台——赶集职有,产品8月下旬上线,上线后一个月在北京即成为兼职流量最大平台,在上线两个月后已经成长为国内最大的O2O兼职平台,10月已完成和58职达(兼职创新项目)团队的整合。截至10月底,业务覆盖全国十大城市。

面对兼职O2O创新业务的快速发展,58赶集集团联席CEO杨浩涌曾表示集团会给予流量和现金资源的大力支持,从投资圈了解到目前有多位专业投资人在接触赶集职有,已有多家投资机构谋求入股赶集职有,同时赶集职有已经启动独立分拆。

业内人士认为,投资人之所以频频向58赶集集团的兼职O2O创新业务抛出橄榄枝,除了看好兼职市场的潜力以及上线近两个月便拥有靓丽的用户数据外,更是对其高管团队十分看重。该创新业务高管团队由58赶集集团高级副总裁赵世勇担任项目负责人,以及在技术、产品、运营及线下推广等领域具有丰富经验积累的5名资深总监构成;这些高管在加入58赶集前,分别来自BAT等知名互联网公司。

赵世勇接受采访时表示,兼职招聘作为招聘万亿市场的重要组成部分具有极大的潜力是投资人考虑的大前提,而作为兼职平台立体的核心首先需要保证用户量,即用户的日活数据至少达到百万级别,这样才能匹配不同地区和各类企业临时用工需求和兼职求职者。他还表示58赶集集团旗下兼职O2O创新业务能够依托大平台优势构建起兼职O2O闭环,包括人工实地审核招聘信息、设立先行赔付等多种创新举措提升用户的使用体验和留存,从而从根本上促进兼职市场的效率提升。(向阳)

皇品文化4.0战略发布

10月30日,皇品文化在京发布4.0模式战略,作为在中国首家登陆“新三板”的微电影公司,皇品首创文化4.0概念,展示文化产业探索互联网+资本时代下的成功新模式,并将以微电影全产业链一体化的运营模式构建文创领域新的商业模式。

据了解,皇品文化的4.0模式战略,即文化+互联网+产业+资本。皇品将通过文化4.0模式打造“内容+平台+产业”的可持续循环盈利,是展示文化产业探索互联网+资本时代下的成功新模式。4.0时代的企业将回归商业本质,进入合理的可持续循环盈利,不断推动行业向前发展。

皇品文化创始人黄灿明表示,曾经的文化1.0时代,只有文化,没有产业,文化成了无本之木;而文化2.0时代,文化+产业,是进步,但价值体现依然遥远,犹如水中望月;到了文化3.0时代,互联网的加入让一切变得近在咫尺,只欠东风就可以一飞冲天;今天的文化4.0时代,资本要素走近人们视线,犹如扑面春风,这便是创业者憧憬的“面朝大海,春暖花开”的美好时代。

同时,皇品与福星集团、旅行之家、金鸡体育、魔调声科、亚洲模特协会、中国农业电影电视协会(CCTV7农业频道)、天莱恩斯摄影、东方水墨、东方荣耀、纸匠文化、泉工股份、中国情茶、玩美时光儿童、青岛玩偶大师、北大青鸟博雅教育、家有儿女传媒等企业及品牌达成战略合作,并进行现场签约。(陈杰)

海尔智水推新款智能净水龙头

10月27日,海尔智水在京发布新款智能净水龙头海尔智水,该产品搭载智能互联模块,可根据不同水质情况自定义组合滤芯搭配使用,同时启动该品牌的京东众筹平台,众筹价格99元起。

据了解,海尔智水是装在水龙头上的净水器,通过配合App使用,可实时监测家庭的水质情况,并根据水质情况的不同自定义个性化组合滤芯的搭配。海尔智水CEO谢军介绍,该智能监测功能的设计初衷是为了让用户在不依赖专业检测机构的情况下,实现对家庭水质的实时监控。

“海尔智水就是要人人喝得起净水,人人喝得上净水。”海尔智水CEO谢军说道,“对于普通大众来说,安装简单、价格低、体积小、净水器才是大家真正需要的。今天发布的这款智能水龙头就是要把好健康最后一厘米,从水龙头就帮用户优化水质,避免二次污染。”

目前,市面上的净水器品牌接近260余家,但从数据上看,接下来很可能面临着行业整合,未来的净水器产品会向着简便、高质量、低价格演变。产品还需要持续创新,优化生产成本,降低价格门槛,让用户有能力接触和使用净水器,并逐渐让消费者建立起来对水健康的认识,让优质净水器变成大众消费的常态,才能更好地拓宽市场。

“我们要从水龙头开始,还百姓纯净饮用水。”谢军表示,此次推出的智能净水龙头能够测水质,根据水质个性化定制滤芯,是装在水龙头上的净水器,这将掀起一次对传统饮水机的颠覆。(陈杰)

中科曙光与VMware成立合资公司

10月30日,全球云基础架构和移动商务领导厂商VMware与中科曙光在北京联合宣布达成战略合作协议,将共同组建合资公司,面向快速发展的中国云计算市场合作开发创新解决方案。

这是VMware在中国成立的首个合资公司,中科曙光将成为控股股东,负责合资公司的日常运营和业务开展。

根据合作协议,合资公司将充分利用双方的先进技术,携手打造安全可靠、技术领先并充分满足中国用户需求的本土化创新云计算解决方案,共同推动中国云计算产业的蓬勃发展。

合资公司基于VMware虚拟化解决方案和曙光云计算解决方案,联合开发并推广适合中国用户的云计算产品及解决方案,新产品将在性能、稳定性和兼容性等方面得到很大的增强,为中国云计算用户带来更好的应用体验。

中科曙光总裁陈国治说:“我们很高兴与VMware达成战略合作协议。作为业界公认的虚拟化和云基础架构技术领导者,VMware的虚拟化解决方案在市场上具有明显的竞争优势。此次合作将成为双方面向中国、合作开发世界级云计算平台产品的助推剂。中科曙光凭借对云计算技术的深刻理解和日益领先的解决方案优势,正在实现从‘设备提供商’向‘服务提供商’的迈进。”

VMware全球首席执行官帕特·基辛格表示:“2014年,VMware宣布了未来五年内总额10亿美元的投资计划,用于发展在华业务。对于成为中国技术创新的前沿力量,并与像曙光这样的领军企业合作,共同为中国云计算市场开发创新解决方案,我们感到十分自豪。”

在中国,VMware致力于通过与本土合作伙伴的战略合作,不断推动中国云计算市场的发展和进步。通过此次与中科曙光成立合资公



VMware全球首席执行官帕特·基辛格、VMware全球副总裁、大中华区总裁宋家瑜陪同中科曙光董事长李国杰、总裁陈国治出席签约仪式。

司,VMware将继续与本土生态系统合作,为中国用户提供安全的世界级云计算技术。

VMware全球副总裁、大中华区总裁宋家瑜表示:“作为全球云基础架构和移动商务领导厂商,VMware十分重视中国市场。未来我们将继续携手像曙光这样优秀的本土合作伙伴,共同开发在移动云时代充分满足本土客户需求云计算技术和解决方案,支持客户通过IT变革顺利实现业务转型和可持续发展。”

VMware是全球云基础架构和移动商务领导厂商,通过采用基于其自身需求的变革方式,VMware帮助客户改变其建立、交付和消费IT资源的方式。2014年,VMware年收入达到60亿美元,拥有逾50万用户。作为国内云计算领域的领导厂商,曙光已经掌握了包括云基础设施建设、云管理、云安全、云存储等一系列云计算核心技术,并在中国城市云、政务云等市场拥有领先份额。(安吉)

CNNIC发布“十二五”中国互联网发展十大亮点

“十二五”期间,是中国互联网蓬勃发展、硕果累累的五年。CNNIC(中国互联网络信息中心)日前正式发布“十二五”中国互联网发展十大亮点。

互联网基础环境全面优化

“十二五”期间,我国已初步建成快速便捷的网络环境。网络覆盖更广,中国固定宽带接入端口数达4.07亿个,覆盖到全国所有城市、乡镇和93.5%的行政村。固定宽带用户数超过2亿户,同比增长33.7%,宽带用户规模居全球首位。网络速度更快,8M以上接入速率宽带用户占比达到53.4%,20M及以上接入速率用户占比达到19.6%。国际通信更强,国际出口带宽已达4118.663Mbps,同比增长22.75%。

网络基础资源更加丰富,资源质量明显提升。下一代互联网地址资源平稳过渡,IPv4地址数量3.3亿,总数全球第二;IPv6地址数量达到19338块/32,同比增长47.2倍。域名资源达2232.5万个,同比增长157.8%;CN国家域名注册数量达到了1225.1万个,同比增长200%,在全球国家顶级域名中排名第二。中文顶级域成功实现入根和全球解析。网站总数357万,同比增长86.9%。

移动互联网时代全面开启

“十二五”期间,移动互联网飞速发展,引领中国互联网络发展“第三波浪潮”。移动宽带(3G/4G)用户累计达到6.74亿户,公共及家庭Wi-Fi无线网络环境日益普及,WLAN公共运营接入点(AP)总数达到604.5万个。

“十二五”期间,移动互联网应用跨越式发展,手机超越电脑成为中国网民第一大上网终端。我国手机网民规模达5.94亿,同比增长86.8%,使用手机上网比率相比PC多20.5%。手机应用软件(APP)爆发式增长,主要应用商店规模超过400万个,更多网民选择在手机端使用新闻、搜索、社交、消费、订票、娱乐等应用。

网络空间日渐清明

“十二五”期间,正能量信息占据了网上主流。全网正面信息大幅增长,有力巩固了主流思想舆论。时政要闻24小时占据网站首页和移动端首屏头条。微博粉丝达千万级的媒体法人达到6家,媒体融合发展成效显著,90%的传统新闻机构形成“一站两微一端”的立体格局,并通过采编转型与流程再造实现了在不同平台的内容产出。

网络上不良信息大幅减少。网上暴恐音视频、淫秽色情、网络暴力、网络欺凌、网络诈骗等违法、不良内容的蔓延得到有效遏制,网上造谣传谣现象得到遏制,网络整体环境明显改观,人民群众网络安全意识明显增强。相比“十一五”,80.1%网民认为网络舆论环境明显好转,78%的网民认为网络文明水平发生改观,85.6%的网民认为网络正能量信息日渐增加,90.6%的网民对我国网络健康发展充满信心。

互联网成为国家经济发展的重要驱动力

“十二五”期间,中国互联网对经济增长的贡献率明显提升,位居全球前列。互联网经济在GDP中的占比持续攀升,2014年达到7%,占比

超过美国。

“十二五”期间,网络零售交易额规模跃居全球第一。中国网络购物用户规模达到3.61亿,网购在网民中的渗透率达到了55.7%;网络零售交易额规模达到27898亿元,同比增长2.6倍,超过美国成为全球最大的网络零售市场。互联网对扩大内需发挥积极促进作用,国家统计局《2015中国网购用户调查报告》数据显示,22%的新增需求因网络购物产生,53.7%的网购用户增加了消费支出,48.4%的网购用户将进一步提升网络购物消费支出比重。

“十二五”期间,互联网带动电子信息相关产业市场高速增长。中国智能手机累计出货量超过10亿部,销售规模超2万亿元。移动数据及互联网业务收入达到2707.2亿元,年均增速达53.9%。互联网行业促进了数据中心市场的繁荣,中国IT投资规模达到1万亿元,带动服务器、存储和基础设施等相关市场的增长。

互联网企业突飞猛进,进入世界前列

“十二五”期间,中国互联网企业市值规模迅速扩大。互联网相关上市企业328家,其中在美国上市61家,沪深上市209家,香港上市55家,市值规模达7.85万亿元,相当于中国股市市值的25.6%。目前,阿里巴巴、腾讯、百度、京东4家上市公司进入全球互联网公司10强;华为、蚂蚁金服、小米等非上市公司也可进入全球前20强。

互联网发展惠及百姓生活

“十二五”期间,互联网的发展给百姓衣食住行带来极大便利。互联网金融方面,网上银行用户数达3.07亿人,同比增长120%;网上支付用户数达3.59亿人,同比增长162%。餐饮预订方面,团购用户数达1.76亿,同比增长8.4倍。旅游出行方面,网上预订机票、酒店、火车票或度假产品用户达2.3亿人,同比增长5.3倍,主流订假软件日订单量峰值超千万。网络理财产品给网民带来收益超千亿元,线上线下融合服务提升了用户体验,改善了消费质量。

“十二五”期间,互联网发展简化了公共服务流程,促进了资源均等化。微信“城市服务”已接入全国27个城市,覆盖超1.5亿用户,提供包括交管、交通、公安、户政、出入境、缴费、教育、公积金等16项民生在线服务。公共服务的网络化一定程度上解决了办事难、窗口难、出行难的问题,将互联网的透明化、均等化在服务领域惠及更多群体。

网络文化全面繁荣

“十二五”期间,网络产品种类丰富,数量攀升,屡创历史新高。网络视频、网络音乐、网络文学、网络游戏等用户规模达4.81亿,同比增加1亿人,其中,网络视频用户达4.6亿,同比增长60%;网络音乐用户达4.79亿,同比增长33%;网络文学用户规模达2.8亿,同比增长50%;网络游戏用户达3.8亿,同比增长26%。网络文化产业规模达1500亿元,同比增长200%,其中,网络文学市场规模达88亿,同比增长13倍,网络原创文学作品超过当代文学纸质媒体发表作品50年的总和;网络音乐市场规模达98亿,同比增长2.5倍;网络视频市场规模达240亿,同比增长3.3倍,累计播放超千亿次;网络游戏市场规模达1108亿,同比增长

1.4倍,特别是自主研发网络游戏走出国门,收入达到200亿元,同比增长近10倍。

互联网助力国家治理体系和治理能力现代化

“十二五”期间,互联网加快了“阳光政府”建设。互联网成为政府信息公开的重要平台,政府信息公开上网度78.1%,同比增长32.4%。移动政务客户端发展迅猛,运用即时通信工具、社交媒体等开展政务信息服务,推动经济社会发展,政务微博账号近28万,政务微信公号已逾10万,“两微一端”成为政务公开的新模式。

“十二五”期间,互联网推动“服务型政府”建设。96%的政务网站提供了网上在线办事服务,基本实现个人和企业用户服务需求的全覆盖,政务事项网上全程办事率73.3%,同比增长40.7%。“十二五”期间,互联网促进“法治政府”建设。92%的政务网站开设“政策法规”栏目,广泛宣传普及法律知识,政策法规解读力度明显加大。2014年,通过中国政府法制信息网,完成了7部法律草案、15部行政法规草案和108部部门规章草案的公开征求意见工作,网民提交意见12万多条。

网络空间法治化快速推进

“十二五”期间,网络立法进程明显提速。制定出台互联网相关法律法规,规范性文件共76部,同比增长262%。特别是在中央网络安全和信息化领导小组成立以来,颁布实施47部互联网相关法律法规,占“十二五”期间立法总量的62%,网络立法速度明显加快。

“十二五”期间,网络内容管理执法卓有成效。从2014年开始,先后开展了“净网2014”、“剑网2014”、“打击伪基站”、“铲除网上暴恐音视频”、“整治网络弹窗”、移动即时通信工具治理等20余项专项行动,协同整治网络乱象,网络行为更加规范有序。

积极引导网民尊法守法,自觉做有高度安全意识、有文明网络素养、有守法行为习惯、有必备防护技能的“中国好网民”。

互联网国际交流合作日益深化

“十二五”期间,中国大力加强互联网领域的国际交流与合作,积极参与全球互联网治理,首次提出“中国主张”,我国际话语权和影响力明显提升。

2014年7月,习近平主席在巴西国会演讲时第一次提出“共同构建和平、安全、开放、合作的网络空间,建立多边、民主、透明的国际互联网治理体系”,得到国际社会广泛认同。充分用好中美、中英、中韩等双边互联网交流平台,加强沟通合作,推进互信合作。发挥主场优势,积极搭建互联网领域国际交流的中国平台,首次召开“世界互联网大会”、“中国-东盟网络空间论坛”和“中国-阿拉伯国家博览会上丝绸之路论坛”、“服务‘一带一路’建设等国家战略。积极参与互联网国际组织,提升中国规则制定中的话语权,赵厚麟当选国际电信联盟秘书长,马云等当选全球互联网治理联盟主席,此外,中方积极参与全球互联网名称与地址分配机构(ICANN)等国际组织,为国际互联网治理做出中国贡献。(安吉)

插座是家庭火灾新隐患

秋冬季节,寒冷、干燥的气候让不少家庭开始使用电暖气、电热毯、空气加湿器等大功率电器,虽然这些电器可以有效改善室内环境,但同时也带来了极大的火灾隐患。

数据显示,目前引发家庭火灾事故最集中的原因就是插座(也称插线板,后文都称为插线板),也就是插座质量不过关以及使用不当,因此选择一款安全的插座对每个家庭而言都显得尤为重要。

目前市面上的插线板品牌可谓相当众多,价格也从20元到上百元不等,通过走访调查发现,多数居民对于插线板的使用及安全状况缺乏必要的常识。不少家庭的插线板长期未曾更换,且经常插满各种各样的电器,使之处于高度过载的工作状态,又由于自身的小巧而易被忽视,因此如今便成为了引发家庭火灾的头号“元凶”。

除了缺乏必要的使用常识外,市面上一些插线板本身就存有严重的安全漏洞。“那种价格非常便宜的插线板一般都是用极细的仿制铜丝来做电线的”,一位北京的电器行老板向记者透露过那些低价插线板背后的“玄机”。而如若使用的电线过细,一旦接入大功率的电器插线板便可在短时间内产生巨大热量,烧断电路,造成火灾隐患。

央视《每周质量报告》节目也曾对当前市售的插线板安全问题进行过报道,发现有不少电器生产商存在偷工减料的情况。现行的国家标准对插线板连接电部件塑料材料的阻燃性能有着明确的标准和要求,然而有些厂家为了降低成本,采用非阻燃材料制造插线板,这种产品对电流没有任何的保护,用户在不知情的情况下使用,一旦受热老化便极易引起火灾。

360公司近期推出的新产品360安全插线板便将“安全”作为核心技术,对插线板采用6重保护措施,将家庭安全提升到了一个新的高度。据了解,这6重保护包括防雷技术、防浪涌技术、阻燃材料、过载保护、过载限流以及儿童安全门。

针对当前诸多的插线板负荷过大问题,360公司为产品特别加装了过载保护系统。当出现电线过热或用电负荷超标的情况时,即使使用者不知情,插线板也可以依靠一个松动的灵活开关实时自动切断电源,避免引发更严重的后果,等到故障排除后再次按下开关便可恢复正常工作。

在过载保护功能的基础上,360安全插线板还可实现过载限流,随时确保通过插线板的电流不超过额定电流的上限。每一个独立的插口都装有限流保护,当有超过2.8A的较大电流通过时,该插口的电源会自动切断,既保护用电器的正常使用,也避免产生安全隐患。如需重新启动时再次插入插头即能恢复。

除此之外,360安全插线板还具有15000A以下防浪涌设计以及SPD防雷技术,在遭遇雷暴或市电电压波动等突发情况下也能够保证安全使用,而先进的紫铜阻燃材料则可经受750°高温的炙烤而不变形、不漏电。专门为儿童设计的75牛顿阻力安全门可以保证挡住孩子们好奇的手指,同时也不影响正常的使用,避免出现孩子触碰电源这样危险的意外事故。(向阳)

美菱启用全新LOGO

10月29日,美菱在合肥举行“变出精彩 IN未来”——美菱新LOGO发布暨美菱1000万台变频产品下线发布会,继年初率先发起的“全民换变频”,再次刮起变频冰箱普及风潮。全新的美菱LOGO中“meiling”将字母中的“in”做了个性化的设计,凸显了美菱“insist”(坚持)、“innovation”(创新)、“intelligent”(智能化)以及international(国际化)的品牌使命和形象。

随着新LOGO的面世和品牌主张的推出,美菱将继续坚持智能变频双核驱动,发力高端冰箱市场。据美菱副总裁钟明博士介绍,变频冰箱即将进入迭代升级阶段,变频也成为冰箱标配。

伴随着产品战全面升级,美菱品牌战正式开启。“随着冰箱市场的结构性调整,品牌升级和产品升级将成为持续拓展市场,增强企业盈利能力的双重驱动”,见证美菱1000万台变频产品带着新LOGO成功下线。

美菱变频冰箱国庆战果明显,普及力度加大,新标举措新起航,美菱将成变频冰箱领跑者。“今年变频冰箱市场持续火爆,美菱的变频占有率逆势增长。目前,在变频冰箱领域,美菱已经走在在外资企业的前面,取得行业第二的成绩”,美菱市场部相关负责人表示。

在今年3月份率先发起“全民换变频”风暴,发出“全面淘汰定频冰箱”的宣言后,变频冰箱已经成为消费者日益青睐的选择。美菱总裁李伟透露,“国庆期间,美菱变频冰箱销售量占比从去年的28%上升至43%,同比增长15%”。

奥维云网(AVC)董事长喻亮星表示,当前冰箱市场量降销售却微增,反映出线下市场结构升级明显,冰箱市场的拓展需要依靠十字对开、大容量、智能、变频冰箱等高端产品带动。(萧何)

林内决胜国庆热水器市场

日前,中怡康对外公布其对全国线下972城市4628家门店,以及线上对全淘(天猫+淘宝)、京东商城、苏宁易购、国美在线、卓越亚马逊、当当网、1号店、新蛋等平台零售监测的新数据。

从中怡康最新显示数据看,燃气热水器国庆期间零售额28亿元,同比增长11.4%;电热水器零售额27亿元,同比仅增长1.4%。纵观2015年,电热市场线上零售额处于增长趋势,线下已经下滑,而电热市场线上、线下同步增长。林内领跑电热市场,线上零售额增长高达147%,线下增长18.9%,零售额线下排名第二,增幅方面无论线上、线下,在被调查的市场主流品牌中,林内均排名第一。

据了解,林内燃气热水器,在全球市场都占据着重要地位,尤其在中国和韩国市场的增长速度非常快。燃热在全球市场的高覆盖率是大势所趋。

消费者对于沐浴舒适度和安全性的需求,决定了只有那些真正解决消费者需求的产品才能持续畅销。正因为沐浴的舒适度和节能方面的优势,燃热逐渐领先电热,形成了目前的热热水器的激烈竞争格局。

据上海林内有限公司营销部王延红介绍:这两个系列产品是基于林内96年的技术积累和一贯秉持的创新理念,着力解决多年困扰用户的难题的基础上研发和生产的。安享系列热水器采用双层烟管设计,燃烧所需的氧气和产生的废气都在室外,更加安全,而且完全不受大风影响;而即享系列热水器则可实现零冷水,解决了家里出热水前需要长时间放掉冷水,等待较长时间的行业难题,让用户在冬季能很快用上热水,节水节能。(何丹婵)