

行业观察

文·本报记者 马爱平

日前,谷歌在美国旧金山举办了秋季新品发布会。面对谷歌此次发布的包括手机、路由器、VR头盔、音箱版的 Google Home 等一系列以硬件主打的新品,有评论认为,谷歌此次发布意义重大,预示着谷歌将从之前单纯的软件向打造软硬件一体生态系统战略的转变。但也有媒体指出,谷歌的新品并没有让人感到惊艳,缺乏诚意,难免失败结果。

此次系列硬件发布的重磅产品 Pixel 手机。除了搭载最新的原生 Android 系统,骁龙 821 处理器、金属机身、充电 15 分钟续航 7 小时、或 4GB RAM 等硬件配置与 Android 阵营的其他旗舰手机相比,基本没有什么创新和亮点。联想到不久前谷歌将其自有品牌 Nexus 系列手机更名为 Pixel 而遭业内所指的是“换汤不换药”的评价并非没有道理。

“换汤不换药”,谷歌新品诚意寥寥

众所周知,在智能手机和硬件领域,谷歌的 Nexus 自推出以来,市场表现平平。按照谷歌的最初设想,该公司计划打造出系列 Nexus 品牌的设备,希望能给全球的 Android 手机和平板电脑厂商,设立一个可供学习和借鉴的标杆。然而在智能手机激烈竞争的市场背景下,谷歌并没有能够提领先行行业的设计和创新,也就是 Nexus 作为 Android 手机标杆的作用早已失去。

此外,由于 Nexus 手机在销售上采用谷歌官网、脱离运营商的销售方式,也在某种程度上影响了其销量。更为不可思议的是,更名后的 Pixel 手机无论是从产品本身还是营销方式上依然在重复着 Nexus 的老路。

而谷歌路由器 Google WiFi 虽然是第一次发布,但被指是一个“落后的产品”。智能路由器是华为、小米、360 等国内厂商较早进入并寄予厚望的领域,但目前路由器至今仍未成为智能家居的中心,这一品类甚至有衰落的迹象。此前被华为、小米等频频提及的核心智能硬件,智能路由器的销量也并没有期待中的高。而谷歌路由器售价 129 美元和 299 美元,同样不够亲民,至少跟国内比起来,仍是有点小贵。

面对业内关注和热炒的 VR,谷歌此前发布了业内第一个 VR 平台——Daydream,但到目前为止,似乎 Android 阵营厂商还没有任何一家厂商推出支持此平台的手机和 VR 设备。因此,谷歌此次发布自己的 Daydream View 也颇有些无奈的成分。

从 Daydream View 产品本身看,其性能与体验与目前手机 VR 产品的老大三星的 GearVR 比较接近,且价格略低。但随之而来的问题是,三星之所以 VR 产品销量可观,与其手机的销量密切相关。这种相关性体现在三星具有庞大的手机用户基数,以及三星时常会采用“买手机送 VR”的营销方式。

相比之下,谷歌 Daydream View 并不具备上述条件,而在 VR 处在普及阶段的初期,上述三星具备的优势对于促进 VR 的销售至关重要,甚至是决定性的。更为关键的是,其性能和体验与三星 GearVR 相差无几,谷歌并未体现出自家 Daydream 平台和基于该平台 VR 硬件上的优势,更不用说去和 Facebook 的 Oculus Rift 和 HTC 的 HTC Vive 相比了。

IT 辣评

点评人:本报记者 王小龙

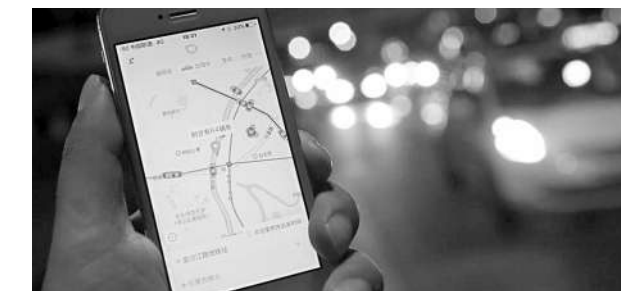
有恃无恐,必尝恶果 Note 7 的教训不限于技术



10月11日,中国三星电子通过微博、官网等渠道发布最新声明,宣布在中国大陆地区停止销售 Note 7,并公布了具体的召回计划。推翻了其此前坚称的“国行版 Note 7 不存在安全隐患的说法”。声明表示,对近期 Note 7 燃损事件给消费者带来的不安和困扰表示歉意。此前,据韩联社报道,三星电子已经暂停了 Note 7 的生产。

点评:一连串的爆炸和自燃事件后,三星终于做出了停产 Note 7 的决定。从新机发布到最终停产,将近两个月的时间里,Note 7 几乎一直占着 IT 新闻的头条。对 iPhone 7 而言,其角色从“最强有力的竞争对手”逐渐变成“最有价值的助攻手”,让人唏嘘不已。何以至此?除品控和电池等技术问题外,最大的失误是草率的调查和傲慢、固执的态度,而这一点在中国市场表现地尤为明显。从爆炸到不召回,再到被小范围召回,三星始终没有耐心做足测试,而是想法设法把责任推向友商和消费者,甚至不惜以诉讼相威胁。待愈演愈烈,被执法部门约谈调查后才提出停产、停售、全部回收,颜面无存,信誉尽失。做企业如同做人,亡羊补牢,犹未晚;有恃无恐,必遭谴。

新政出台,史上最严管理应以民众利益为重



10月8日,北京、上海、广州、深圳四地在同一天出台了网约车实施细则。10月9日,天津、杭州、重庆也宣布了各自的方案。各地对平台、车辆、司机做出了详细规范。细则一经公布就在社会上迅速成为舆论热点。

点评:自由和名分总是有代价的。孙悟空在被唐僧从五行山下救出获得自由和工作后,很快被套上了紧箍咒。7月,在网约车刚刚获得“名分”时,就有人断言,限制措施会随之而来。国庆长假刚一结束,就在人们坐着滴滴、优步、易到从机场、火车站回到家中,返回工作岗位的时候。这顶紧箍咒终于落地!现在看来,各地相继出台的实施细则就是套在网约车头上的“紧箍咒”。孙猴子生性不羁,我行我素。有个金箍管着总是好的,但紧箍咒也不能乱念,必须是猴子要渡需要管教的时候。网约车也是如此,制定和实施新政的最终目的应是合理利用资源,满足个性化的出行需求,规范网约车行为,更应为民众服务。我们既要避免放任自流也要警惕限制过多。人民群众满不满意、方不方便应是衡量改革成功与否的黄金标准。

一直被模仿,逐渐被超越 苹果的步骤还是慢了点



10月12日至18日,2016年全国大众创业万众创新活动周在深圳举行,第二届深圳国际创客周也同期开幕。苹果 CEO 蒂姆·库克来到深圳,并在深圳益田假日广场 Apple Store 零售店发表演讲,宣布要在深圳设立研发中心。

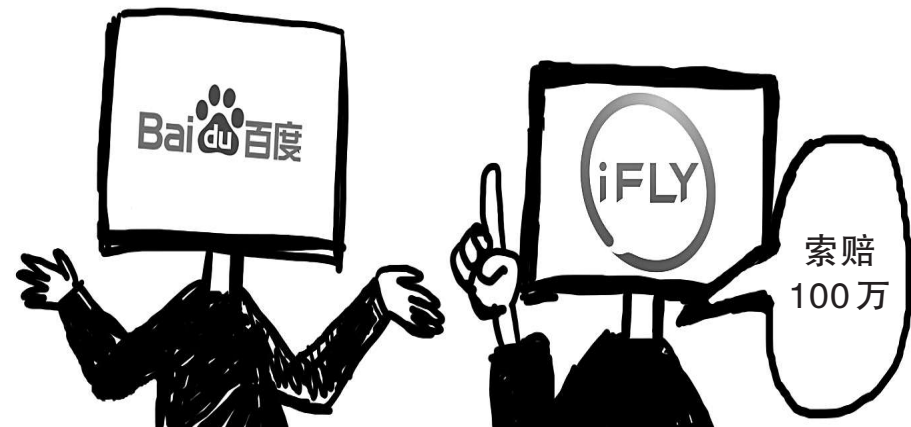
点评:9月底,苹果在中国直接投资的首家研发中心——苹果研发(北京)有限公司落户中关村。该公司注册资本1亿元人民币,投资总额3亿元人民币,共有员工约500人。如今第二家研发中心落户深圳,如此短暂的时间里,如此高频度的投资足以说明中国市场对苹果的价值。这还不包括此前对滴滴的战略投资以及众多新店的开张。之前人们形容苹果经常说“一直被模仿,从未被超越”,然而如今情况已经发生了变化,来自中国的华为、vivo、OPPO 异军突起,它们在中国第二季度的手机销量排名中名列前三,而苹果则落到了第五位。随着全球市场增幅减缓,中国对苹果的增长前景正在变得日益重要。赢得中国政府的好感,更多的本地化运营正在成为苹果在中国的全新战略。对苹果而言,这个东方古国,是一片希望之地,但它的脚步还是稍微慢了点。(图片来源于网络)

科大讯飞诉百度商标侵权及不正当竞争 索赔仅百万 两家输入法公司争的是啥

文·本报记者 刘艳 许茜

麻烦年年有,百度今年有点多。近日,科大讯飞旗下的讯飞输入法在其官方微博发布说明,讯飞输入法诉百度商标侵权及不正当竞争,要求其停止侵权及不正当竞争行为、赔礼道歉、消除影响并赔偿经济损失100万元。10月8日,相关管辖法院已受理此案。

自“讯飞输入法”2010年率先推出语音输入功能后,截至今年6月已累计发展3.6亿用户,活跃用户数过亿。“百度输入法”作为同类型的输入软件,无论是产品形态、服务内容、下载渠道等均与“讯飞输入法”形成直接竞争关系。而这样的正面交锋,实际上争夺的是智能语音入口。



CFP供图

商标侵权认定存争议

科大讯飞方在其官方微博列出的证据指出,当用户通过百度搜索“讯飞输入法”时,在出现的搜索结果中,排在最前面的是“讯飞输入法”字样的百度推广链接,点击该链接地址之后直接进入“百度输入法”的官方网站。

讯飞输入法认为,百度侵犯“讯飞输入法”的注册商标并利用“讯飞输入法”的知名度推广“百度输入法”,构成商标侵权和不正当竞争。

讯飞输入法起诉的这两条理由是否成立呢?讯飞方面提出,“讯飞输入法”获得了国家版权局注册颁发的计算机软件著作权登记证书;“讯飞”不仅是在相关产品和服务上获准注册的商标和实际使用在输入法这一产品上的商标,同时,“讯飞输入法”还是输入法软件产品的知名商品特有名称。因此,“讯飞”和“讯飞输入法”分别受到《商标法》和《反不正当竞争法》的保护。但专家对此却有不同看法。“商标侵权认定

方面可能存在难度。”中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧在接受科技日报记者采访时表示,商标侵权的争议点在于“讯飞输入法”是否已经申请商标注册并获得核准。否则,认定构成商标侵权可能存在一定的难度。“商标局网站(中国商标网)查询结果显示,截至目前,科大讯飞股份有限公司持有“讯飞”文字注册商标,但并未持有“讯飞输入法”文字注册商标。”

就本案所指的不正当竞争行为,相关专家的观点则比较一致。“由于‘讯飞输入法’和‘百度输入法’属于同业竞争者,设置对方产品名称作为搜索关键词进行推广,可能涉嫌构成不正当竞争。”李俊慧说。

中国政法大学知识产权中心研究员赵占领也认为,就商标侵权而言,案件的内容可能存在争议,就不正当竞争行为而言,可能对百度更不利一些。具体的结论需要法院作出判断。

万元;随后搜狗起诉百度输入法侵权,索赔8000万元。

某机构近日发布的《2016年第2季度中国第三方手机输入法市场研究报告》显示,2016年第2季度中国手机输入法市场份额中,搜狗输入法70.4%占有率居第一,而百度和讯飞分别以11.7%和8.8%位列其后。

在关于输入法市场占有率的问题上,仅从这个数据看,搜狗具有较大优势,但百度和讯

飞之间的差距却并不明显。

中国互联网协会“互联网+”研究咨询中心副主任李易在接受媒体采访时表示,讯飞输入法现在看来市场份额虽然没有搜狗那么大,但是依托在语音识别领域的技术优势,其核心竞争力还是很明显的。

在讯飞输入法起诉书微博曝光后,百度已撤销了涉嫌侵权的推广,但截至记者发稿时尚未有官方说明和回应。

智能语音或将成重要流量入口

这次诉讼虽不足以影响业界竞争格局,但语音作为未来人工智能应用重要入口的战略地位已充分显现。

斯坦福大学计算机科学专业教授 James Landay 表示:“过去十年,语音识别技术被寄予厚望,但实际表现却不尽如人意。近两年,受益于大数据和深度学习技术的不断发展,语音识别技术突飞猛进,速度和准确性都有了长足进步。除了打字发邮件或短信外,我们还在将语音用于更多方面。比如语音启动和图形触控操作相结合的交互界面等。”

随着人工智能的热度持续上升,许多公司纷纷贴上了人工智能的概念,估值也水涨船高。作为国内最早一批布局人工智能领域的公司,科大讯飞在语音识别领域的技术实力有目共睹,而智能入口的巨大想象空间,让专注于语音技术的科大讯飞姿态鲜明地加入这一角逐,“语音和语言是我们的核心人工智能技术。”科

大讯飞轮值总裁、讯飞研究院院长胡郁说。如今,曾经在语音搜索方面与科大讯飞有过合作关系的百度,语音技术已是其人工智能实力的直接体现。

近日,百度、斯坦福大学和华盛顿大学共同完成了一项有关智能手机输入方式对比的研究,该研究利用百度深度语音识别技术 Deep Speech 2 与 32 名测试者进行“人机对战”。研究结果表明,智能手机利用语音输入的速度比键盘输入快 3 倍,且输入准确率更高。

2014 年底,百度首席科学家吴恩达及其团队便发布了第一代深度语音识别系统 Deep Speech,2015 年 11 月,Deep Speech 2 被美国权威杂志《麻省理工科技评论》列为 2016 年人类十大突破技术之一。

当巨头们依托研发和平台的力量切入自己的“地盘”,对科大讯飞是个挑战。

诉讼是商业诉求的反映

通过搜索引流,对关键词的劫持,让搜索内容转入其他网站,针对百度的“名链各异”纠纷,由来已久。

早在 2013 年,因在百度上搜索关键词“海文考研”,搜索结果中的首选推广网站打开后实际是新东方在线网站。“海文考研”因此起诉百度公司。2014 年 12 月,因为同样方式推广“百度杀毒”,奇虎 360 曾起诉百度利用搜索引擎“流氓推广”,引发了奇虎和百度日后旷日持久的诉讼纠纷。今年 1 月,在线搜题工具“学霸君”以相同理由起诉百度不正当竞争,指出当用户搜索“学霸君”却进了百度旗下“作业

帮”的官网。在李俊慧看来,这些诉讼有的是希望获得侵权赔偿,有的则是出于获得市场知名度提升、争夺市场等原因。

科大讯飞方在接受媒体采访时透露,早在今年 3 月就发现了这一问题。百度这一做法使得用户对搜索结果产生混淆和误认,导致讯飞输入法流失大量用户。

输入法作为重要的流量入口,各方均是虎视眈眈,战火硝烟早已燃起,一年前百度与搜狗间“你来我往”的较量热闹非凡,先是百度起诉搜狗诱导搜索用户弃百度用搜狗,索赔 120

IT 江湖

文·本报记者 刘艳

卖楼、瘦身 联想核心业务继续盘整

继去年裁减摩托罗拉 500 名员工后,联想集团(以下简称联想)9月27日再次宣布裁员计划,摩托罗拉剩余 1200 名员工中又将有 700 多人被裁掉;9月30日晚,联想母公司联想控股发布了一份股份转让协议,北京联想研究院大厦将被出售,出售所得款项净额约 16.96 亿元人民币,为联想集团核心业务提供资金。

裁员、卖楼、核心业务表现不振,总是处在风口浪尖的联想在持续的业务盘整中真心不易。

移动业务仍待突破

摩托罗拉早就辉煌不再,联想也已退出手机市场第一阵营,通过大品牌联合,重现当初收购 IBM 笔记本业务成为全球领先厂商的场景预期,目前尚未实现。

联想移动集团联席总裁陈旭东在今年 9 月对媒体坦言,“我们在过去的一两年里,手机业务确实做得不够好。”

据市场研究机构赛迪日前发布的 2016 年上半年国内智能手机品牌销量排行,联想在国内销量仅 580 万台,跌出前十。在全球市场,无论是 IDC 还是 Canalsy 的数据,今年第二季度的出货量排名中,联想均被列入“其他”,未进前五。

尽管如此,移动业务在联想的地位不容动摇。这从联想集团屡次调整移动业务,并将之置于战略层面可见一斑。今年 3 月 18 日,联想集团发布业务重组公告,形成新的四大业务集团,包括个人电脑与智能设备集团、移动业务集团、数据中心业务集团和联想创投集团。杨元庆在谈及重组的内部信中强调,联想移动业务“必须赢得中国市场,在新兴市场加速增长,在成熟市场取得突破。”

与此同时,去年以来,联想移动开始向中高端转型。

ZUK 作为在联想内部孵化后独立运作的互联网品牌,今年 4 月回归联想移动,承担起联想手机中高端产品的布局。

在中端市场,今年 9 月 6 日,被联想称为“划时代”产品 MOTO Z 系列模块化手机在国内发布,“从模块化手机确实可以看到联想的创新,但未来联想能否凭借 MOTO 实现增长,乃至重振移动部门,仍需市场和用户检验。”知名科技博客作者孙永杰表示。

在通信行业分析师付亮看来,除了产品创新上稍显迟滞,摩托罗拉和联想在文化、品牌等方面的融合也做得不够好,二者在大众的印象

中,仍然是两家公司。

一方面是摩托罗拉移动欠佳的表现,另一方面,联想当前的移动业务也不尽如人意。而整个智能手机行业增长日渐趋缓,业内玩家数量却居高不下,行业已趋于饱和,而联想手机缺乏亮点机型。

PC 和平板业务遭遇瓶颈

市场调研公司 IDC 和 Gartner 最新发布的全球 PC 市场第三季度出货报告显示,这已是 PC 市场连续第 8 个季度出现下滑,创造了最长下滑时间。

联想集团高级副总裁、中国区总裁兼夫尧在 9 月 21 日联想发布新的二合一平板电脑 YOGA BOOK 后曾表示:“我们认为 PC 市场依然是一个非常有潜力的大市场,我们能做的就是将市场细分,在其中不断找到用户的不同诉求点。”

具体到细分产品,联想目前拥有比较成熟的品牌划分,比如 ThinkPad 定位高端商务市场,拯救者系列针对游戏笔记本市场,小新则主打年轻消费者,YOGA 定位为消费类高端产品。PC 业务受到智能手机业务的挤压是全球

性问题,联想依旧保持着 PC 市场老大的位置,通过并购继续扩大市场版图仍是联想重要的手段。

日前,联想集团完成对日本第二大电脑生产商富士通的并购,将接管富士通公司的 PC 业务。2015 年联想集团曾与日本 NEC 公司合作成立联想 NEC 公司,控制了日本 26.3% 的电脑市场。通过此次与富士通的合作,联想将占有日本 40% 的电脑市场份额。

独立 IT 分析师唐欣表示,这个收购是 PC 没落背景下,两个过去竞争对手面对萎缩市场进行兼并整合以应对行业趋势的举措。

尽管 PC 行业面临下滑,但个人电脑仍是联想的核心业务,通过多年的品质与技术提升,已经拥有高粘度的粉丝群体,尤其是在中国市场仍旧有着不可撼动的地位。

虽然“全球 PC 出货量连续 8 年下滑”,但 PC 仍旧是一块可分的大蛋糕。美国市场研究机构 Gartner 曾发布报告显示,2015 年全球 PC 出货量为 2.887 亿台,鉴于 PC 品类单价较高,PC 市场仍然是一个规模高达万亿元的市场。

只是,PC 业务多了包括华为在内的不少强劲对手。