

行业观察

文·本报记者 许茜

22点网民最嗨,他们在聊什么

每天,你会在手机或电脑上输入多少字?何时最爱打字?最高频的网络称谓是什么?近日出炉的《中国网民的信息生产及情感价值结构演变报告(2012—2016)》给出了答案...

字数。同时,报告还对输入法的活跃时间进行了统计,一天中晚间22点睡前阶段,是网民全天打字最活跃的时段。

在内容层面,女性比较热衷于使用表情符号,关注八卦与感情;而男性更倾向于政治和色情。五年间网民提及度最高的三大网络行为依次是直播、发红包和刷屏...

报告中总结出的行为与内容层面的偏好,也反映出社会问题的热度和趋势。据统计,近五年中国网民提及度最高的三个“社会问题”依次是:教育问题(41.64%)、劳动就业问题(15.81%)、食品安全问题(12.28%)...

记者了解到,该报告数据主要来自搜狗输入法,按照不同输入场景分为社交、购物、娱乐和工作等,其中以社交平台数据作为核心进行选取...

如何有效处理海量数据呢?主要分两步:第一步是对数据进行分类与编码。按照社会问题、私人问题等方面,对数据来源中的前5000个高频词进行人工分类...

IT辣评

点评人:本报记者 王小龙

苹果第一,华为第二 新名次或许并不值得骄傲



11月24日,市场研究公司Strategy Analytics发布了新一季度全球手机利润排名。这一季度,智能手机的总营业利润为94亿美元。苹果的营业利润高达85亿美元,高居榜首...

点评:长期位居第二的三星一下跌到了第九,中国公司则一举包揽了第二到第四。单从名次上看,中国企业的表现相当给力,值得庆贺。但看过具体数字后,你会发现这块蛋糕几乎是被苹果“独吞”...

遭杜比起诉 OPPO、vivo继小米后陷专利风波

印度为何成专利纠纷高发区

文·本报记者 刘艳

继金立、小米在印度陷入专利纠纷后,日前OPPO和vivo又被杜比AB国际公司(以下简称杜比)在印度告上法庭,卷入专利诉讼之中。

遭遇专利诉讼官司之时,正值OPPO、vivo等厂商复制国内成功路线,把印度市场变成海外主场。然而,专利纠纷一直是国产手机厂商绕不过去的坎儿。

虽然提升专利储备的发展模式投入巨大且见效周期长,但如果国内企业无法构建自己的专利壁垒,要走向海外市场还将面临更多的壁垒。这个短板,国内厂商必须要补回来。

据了解,虽然国产手机品牌众多,但与杜比达成专利许可合作的厂商寥寥。在杜比和OPPO此前有专利许可合作的背景下,此番杜比在印度起诉OPPO和vivo,显然重点或压力恐怕不在OPPO身上,而是那些尚未与杜比达成过专利许可合作的国产手机厂商,包括vivo、金立、魅族等等...

海外专利诉讼扎堆印度

印度市场,已成为欧美市场之外智能手机专利诉讼的新战场。

在OPPO和vivo之前,中国的小米、金立、一加等,以及印度本土智能手机厂商Micromax、Intex等,都曾卷入智能手机专利侵权诉讼中。

2014年12月11日,因涉嫌侵犯爱立信所拥有的ARM、EDGE、3G等相关技术等8项专利,小米在印度被爱立信诉至印度德里高等法院。此时,小米刚刚宣称,在印度仅用6个月时间,就实现出货量突破100万。

事实上,在此之前,金立已卷入与爱立信的专利诉讼纠纷之中。据称,2014年金立在印度市场出货量接近400万台,是其所有中国手机厂商在印度市场的销售总和。

时隔两年之后,OPPO和vivo也在印度卷入专利侵权纠纷。此时,OPPO和vivo近期的市场表现也非常抢眼,已经连续多个季度位列全球智能手机市场份额前列。

据中国政法大学知识产权研究中心特约研

究员李俊慧介绍,金立和小米被爱立信起诉,诉讼焦点在于通信专利,而OPPO和vivo被杜比起诉,诉讼关键在于音频专利许可。与金立、小米被诉侵权案件类似的是,OPPO和vivo在印度被诉也涉及标准必要专利。

据李俊慧介绍,在印度申请“销售禁令”较为便利,恐怕是爱立信、杜比等公司纷纷将专利战场选择在印度的关键原因之一。与小米类似,此番OPPO和vivo也及时向法院提出按照“每台设备34卢比(3.44元)的保证金”,使手机暂时免于在印度被“禁售”。

小米、金立与爱立信在印度的专利诉讼,与魅族等其他品牌在印度的专利诉讼,在性质上有所不同。魅族等其他品牌在印度的专利诉讼,主要是围绕其自主研发的专利展开,而小米、金立与爱立信的专利诉讼,则是围绕标准必要专利展开的。



CFP供图

官司缠身倒逼企业研发提速

OPPO、vivo等国产手机厂商近年的成功,很大程度上依赖于大手笔的广告营销和线下渠道拓展,但在技术层面上相对薄弱,能够持续缴纳巨额专利费的厂商凤毛麟角,因此,熟悉知识产权的游戏规则,加强研发和专利储备是中国企业的必经之路。

手机中国联盟秘书长王艳辉表示:“中国手机厂商被起诉不是坏事,在价格合理范围内缴纳专利费也是应该的,诉讼不应成为出海障碍。”

华为、中兴通讯从不讳言早年在海外市场吃了不少知识产权方面的亏,得益于近些年不断加大研发投入,在全球专利市场上取得了不俗的成绩。

从华为官方公布数据看,截至2015年,华为全球累计专利授权50377件,PCT(专利合作条约)申请数量连续两年位居榜首,目前华为与业界主要厂商和专利权人签署了数十份知识产权交叉许可协议。据中兴通讯官方资料显示,截至2015年底,中兴通讯拥有6.6万余件全球专利资产,已授权专利超过2.4万件。

在海外市场扩张,要与国外巨头面对面展开竞争,尤其是在欧美等主流市场,专利是绕不过去的坎儿。美国智能手机市场诉讼率很高,是因为智能手机市场利润丰厚,为了保障自己的利益,每个厂商都会找机会向对手发起侵权诉讼,没有专利难以前行。美国专利产权咨询公司LexInnova负责人Aditya Awasthi曾如此评论。

但是,这并不意味着“专利大户”在专利问题上味利是图。爱立信(中国)通信有限公司总裁赵钧陶在接受科技日报记者采访时说:“我们拥有专利,但并不限制产业发展。我们在公平、合理、非歧视原则(FRAND)下,欢迎竞争者与我们共享专利,因为我们知道,只有做大规模、降低成本,才能使消费者受益。如今,我们同合作伙伴已达成100多个专利使用许可协议。”

据了解,爱立信在2008年4月与阿尔卡特-朗讯、NEC、诺基亚等呼吁构建IPR许可框架,号召对LTE收取的专利许可费不超过手机售价的10%。

特朗普获胜,硅谷服软 生意面前没有不可调和的矛盾



美国当地时间11月22日,道琼斯指数收盘创下历史新高,上涨67点,涨幅约0.4%,达到19023点,这是120年来道琼斯指数首次突破19000点大关。除道琼斯指数之外,标准普尔、纳斯达克、罗素2000三大股指收盘时也均上涨。标准普尔上涨0.2%,达到2202点;纳斯达克上涨0.3%,达到5386点;罗素2000上涨0.9%,达到1334点。1999年12月以来四大股指首次出现全线上扬。

点评:先前还被普遍看好的美国候任总统特朗普很快就俘获了华尔街的信任,四大股指全线上扬,一改前几日的颓势。在特朗普当选后哭鼻子、耍脾气,甚至要闹独立的硅谷IT精英和投资人,一改当初的立场,“相逢一笑泯恩仇”。微软第一个对特朗普表示祝贺;谷歌、亚马逊、苹果的大佬们都致电特朗普,表示支持。微软甚至做出反思,认为应该通过创新来推动经济发展,让每个人都能受益。硅谷终究是硅谷,生意终究还是生意,在它面前没有什么不可调和的矛盾。

逻辑思维、papi酱“分手” 网红“长青”之路并不平坦



11月23日下午,papi酱的经纪人兼公司法定代表人杨铭在微信朋友圈确认,逻辑思维正式退出papi酱这一项目,之前投资的金额悉数原价退还。工商资料显示,逻辑思维早在今年8月就已经正式从papi酱公司的股东名单中删除。另有传闻称,逻辑思维退出之后形成的空缺,将由徐小平的真格基金接盘。但该消息目前并未得到证实。

点评:如果不是这件事,很多人都已经忘记了papi酱的存在。从1200万的投资、1.2亿元的估值,到2200万元的天价贴片广告,再到热度的急速下降和逻辑思维的撤资,7个多月的时间里,papi酱像是坐了一次过山车,红得快,也过气得快。这个“现象级”的人物,为“内容付费”和“内容创业”增添了无限的想象空间。以至于让“网红”成了2016年中国互联网领域一个无法被忽略的关键词。但网红总有其局限性,昙花一现易,历久弥新难。要想长久只能稳扎稳打,探索靠谱的节目样式和变现手段。

(图片来源于网络)

IT江湖

文·本报记者 马爱平

都网购了,线下零售业何去何从

据美国《华尔街日报》11月22日报道,电商巨头阿里巴巴集团收购中资超市运营商三江购物俱乐部股份有限公司不超过32%的股份。日前,三江购物复盘即涨停。

这是阿里今年第六次加码实体商业,距马云在“云栖大会”上宣布“新零售”战略仅一个月。可以预测,在电商与实体店之间的竞赛中,上半场是手握流量和用户的电商咄咄逼人,到了下半场,下盘更稳的实体商家价值开始提升。

三江购物是起家于宁波的传统商超,在宁波几乎家喻户晓,是许多人家柴米油盐的主要购买渠道。三江购物主要业态为社区平价超市,截至2016年上半年在浙江省内拥有门店164家,年销售规模达45亿元。

18日晚间,A股三江购物发布公告称,阿里巴巴集团子公司杭州阿里巴巴泽泰信息技术有限公司(简称“阿里巴巴泽泰”)收购三江购物股份,总投资额约为21.5亿元。公告表示,公司的零售业务在浙江省内广泛

布局,门店主要位于重要商圈和住宅小区的便利位置。本次非公开发行募集资金投资项目立足于公司现有实体业务,以改造和提升公司现有门店经营能力为核心,通过整合内外资源,加强信息化建设,通过对仓储物流基地的升级改造,提升仓储能力、配送能力,构建基于全渠道的“新零售”模式,打造互联网时代的社区平价超市。

阿里巴巴则表示,三江购物拥有广泛的门店网络、扎实的供应链体系和丰富的运营经验。阿里战略投资后,双方将共享各自供应链优势,全面打通商品、支付、会员、数据和服务体系,双方有望把阿里的数字商业基础设施和三江购物的线下实体、供应链优势和配送能力结合,驱动三江购物实现全渠道发展,推动实体零售的转型升级。

一系列信息透露,三江的这164家门店或将将是阿里征战“新零售”的重要一步。曾经颠覆了无数线下门店的电商巨头,正在大刀阔斧地回归线下。近年来,阿里一直在寻求此类合作,促进线

上与线下融合。比如2014年3月,阿里巴巴入股聚泰商业,并在后来成为单一最大股东;2015年8月,阿里283亿元战略投资苏宁,成第二大股东。而此次交易中的阿里巴巴泽泰于2016年11月15日刚刚成立,被外界猜测是为此次交易而特意成立。

而此次合作也被指出,阿里正满足了三江转型的诉求。

三江超市原总裁陈念慈,坚持20年深耕线下,坚持做社区平价超市,曾经被看作是业界异类。而就在去年,三江购物20周年答谢庆典上,陈念慈宣布卸任三江购物总裁,接力棒交给了互联网出身的80后新总裁王露。据公告显示,新总裁王露1980年9月出生,曾任国美在线副总裁,后又曾先后任职三江购物高级顾问、三江购物副总裁。

去年7月,王露进入三江购物公司担任电商业务部负责人。这之后,三江原电商业务部改名为全渠道发展中心。王露曾说:“实体门店和电

商渠道应该是传统零售业奔跑的两条腿,传统企业要想跑得快一点、稳一点,就不能掣肘其中“一条腿”,而是要加强线上线下的联动发展。”

今年“双11”,阿里巴巴再次创造了1207亿元的销售纪录,马云却说他“对‘双11’的销售没有要求,未来新零售最大的机会和挑战,将是线上、线下的结合,传统公司、互联网公司的结合。”

分析人士指出,在服饰、鞋帽等领域,电商的地位已经稳定,与实体店的合作意愿并不强烈;在商超领域,双方有更多的理由,可以坐下来好好谈一谈。这种新的合作业态,也许就像阿里与三江的合作。双方将设立合资公司,共享各自供应链优势,三江购物对接阿里巴巴集团的电商资源,如“淘宝到家”及“淘便利”等业务,同时展开会员和支付等系统的打通升级。此外,双方将合作展开门店的设立、优化和创新,实现零售业务转型升级。