

IT 辣评

点评人:本报记者 王小龙

新出的“苹果红”并非“中国红” 为慈善也为消耗配件库存



苹果官网日前正式发布了期待已久的 iPhone 7 和 iPhone 7 Plus 红色特别版,还有内存升级的 iPhone SE。当天有关红色 iPhone 的话题立即被推到了热门,各种开箱、测评、换壳的文章和视频也随之而来。

点评:此前有消息称,苹果之所以推出红色特别版,源于中国人对红色的特殊喜好和中国市场对苹果的特殊意义。说这话的人要是真的无知,要么就是自我感觉太过良好。iPhone 7 红色特别版,实质上属于一项慈善计划,手机销售的部分利润会直接汇入特定的慈善基金。除慈善外,苹果此时推出新的 iPhone 配色自然还有其他打算。在十周年 iPhone 8 上市之前,再拉动一次销量并捎带着消耗一部分配件库存,或许就是目的之一。至于买不买账就要看消费者了。

优步“无人车”遭遇车祸 这其实该成为自动驾驶的广告



据《连线》杂志网站报道,3月24日,一辆 Uber 自动驾驶汽车在美国亚利桑那州遭遇高速撞车事故。这辆自动驾驶车在路试时与另一辆 SUV 发生碰撞,导致 Uber 自动驾驶车当场侧翻,还有一辆银灰色小轿车侧边车身发生凹陷。警察表示,这起事故中没有人员受伤,事故的责任方并非 Uber,另外一辆汽车没有按照规定让行才导致车祸发生。

点评:一起普通的刮蹭事故,一旦与自动驾驶汽车联系起来就立即能在全球成为新闻。如果一辆自动驾驶汽车不但遭遇了车祸,还“侧翻”着横在马路中间,那受关注程度还能再翻一番。这次事故后,不少人借机唱衰自动驾驶,说这事还远得很。辣评君可不这么认为。与机器相比,人有情绪、会疲劳、会分心。有统计显示90%的事故都与人为操作失误有关。即便现在的技术不成熟,汽车还不能完全交给机器掌控,但与之相关的技术的应用也能免去很多本可避免的事故。美国国家公路交通安全管理局的数据就很有说服力:由于自动驾驶技术的引入,特斯拉车型的整车车祸率降低了40%。自动驾驶车辆测试中产生的大多数事故都是轻微刮蹭,主要责任大都是有人驾驶车辆。从这个角度看,自动驾驶汽车应该是更安全的。因此,我们不妨多一点耐心,给自动驾驶技术一些时间。

资本市场无雅俗高下之分 再获融资的快手自有独到之处



3月23日,快手宣布完成新一轮3.5亿美元的融资,由腾讯领投。快手方面表示,新一轮的融资将用于持续提升产品体验和技术研发,除了资本层面,快手也将在产品、技术和服务等多方面,与腾讯和百度进行更深入的合作,促进用户体验上的全面升级,进一步巩固快手在生活分享领域的领先地位。

点评:我们叫快手短视频直播平台,快手自称“生活分享平台”。因为短视频起家并火起来的快手一直有一个社交梦。这个此前在一线城市和中产阶级中几乎毫无知名度的品牌一夜之间爆红。而引爆点是一篇刷爆朋友圈的文章——《残酷底层物语,一个视频软件的中国农村》。虽然这篇文章有妖魔化中国城乡差异的嫌疑,但它的确点明了快手快速聚集起大量用户并获得关注的秘诀。那就是走“农村包围城市”的道路,不靠大V不靠网红脸,给最普通最底层的民众“出镜”的机会。快手数量惊人的高活跃年轻用户和大量三线及以下城市的用户,目前看来消费能力并不强,但却蕴藏着无限的潜力和巨大的发展空间,而腾讯深知用户数量和覆盖面的价值。

(本栏图片来源于网络)



行官杨杰则表示,正在关注国际电信大会对5G的标准制定进展,目前已经做好准备,只要技术及市场成熟就开始建设工作,不排除与其他运营商合作进行5G建设。

在5G之外,三大运营商都在努力拓展新业务,虽与战略级相差甚远,但新兴业务权重日渐上升。中国移动积极拓展数字化服务,建成全球最大的物联网专用核心网络,物联网连接数超过1亿。中国电信聚焦4G、光宽两大基础业务以及天

降费惠及大众 传统业务空间还将被压缩

“10月1日全面实施取消长途和漫游费”的消息一出,运营商只有“含泪”表态,将积极支持国家要求继续提速降费的举措,在拓展业务的同时,走薄利多销的路线,将影响减少到最小。

据中国信息通信研究院专家测算,全面取消手机国内长途和漫游费,预计将惠及我国5.4亿移动客户,每年降费总额可达280亿元,平均每客户每年将节约52元。

据了解,近两年来,三大电信运营商积极落实政府要求,实施了固定宽带提速不提价,移动流量当月不清零、免费赠送流量,取消京津冀手机长途和漫游费,取消成渝城市群内手机长途和漫游费,推出全国性资费优惠方案和地方性优惠套餐等措施。

数据显示,2015年以来,全国固定宽带平均资费水平降幅达86.2%,全国移动宽带流量平均资费水平降幅达64.7%。综合测算,网络提速降费2015年和2016年惠及客户分别超过10亿人次和13亿人次。

据了解,中国电信整体流量资费在2015年下降33%的基础上又下降了37%,两年下降了57.4%,每兆流量价格降至5分钱。中国移动的财报显示,2016年流量资费同比下降36%。中国联通在提速降费方面也有类似表现。

翼高清、翼支付、物联网、云和大数据、互联网+五大新兴领域,新兴业务收入占比超过40%。中国联通董事长王晓初将创新业务作为中国联通扭转局面的突破口,聚焦产业互联网和平台类业务。

孙某石说:“从趋势上看,运营商的传统业务正在瓦解,数据业务虽然保持快速增长,虽然运营商一直在寻找新兴业务,更多时候扮演的还是管道的角色,基于流量等的新型业务还不是运营商的主战场。转型,依然是运营商的挑战。”

在显而易见的市场失衡中,三家电信运营商需要面对的困境是:用户新增乏力,电信行业的天花板越来越近。在服务理念比较和价格竞争肉搏中,5G和新兴业务成为它们的普遍期待。

市场依旧失衡 三大运营商加速转型

本报记者 刘艳

日前,悉数出炉的我国三大电信运营商2016年业绩显示,虽然中国联通尚未挣脱困境,但中国移动和中国电信交出了不错的成绩单,营收和利润双双上升。与此同时,三家电信运营商的流量业务收入和通信服务收入占比越来越高,表明我国电信运营商的转型值得期待。

毫无悬念的是,2016年中国移动在盈利能力

力、4G用户、基站数量等方面依然拥有碾压性优势。通信服务收入增幅创五年来新高,净利润依然保持在千亿元水平,无线上网业务收入首次超过传统语音短信业务,有线宽带业务超越联通。

在显而易见的市场失衡中,三家电信运营商需要面对的困境是:用户新增乏力,电信行业的天花板越来越近。在服务理念比较和价格竞争肉搏中,5G和新兴业务成为它们的普遍期待。

中国移动依然一家独大 宽带市场逆天增长

中国移动依然是最赚钱的运营商,它的营收是另两家总和的1.1倍,在净利润率上更将他们远远甩在身后,中国移动员工孙某石说:“中国移动净利润为中国电信净利润六倍已是多年惯例。”

中国移动通信研究院陈志刚说:“以赚钱的能力而言,可以与中国移动比肩而行的国企并不多,只有中国工商银行让中国移动难以望其项背。”

令中国移动员工内心五味杂陈的是,2016年,中国移动无线上网收入年度首次超过语音和短信收入之和,成为公司第一大收入来源;五年来,中国移动的营收第一次回到高点,标志着中国移动借由4G“大跃进”走出了历史困境。

自2008年3G牌照发放后,中国移动进入历史发展的艰难阶段,2013年营收更首次出现负增长。但在4G牌照发放后,基于TD-LTE这一具有自主知识产权的制式,中国移动迅速建设了全球最大的4G网络。财报显示,中国移动已拥有4G基站151万个,三年时间完成了过去20

年的量。

陈志刚说:“从2012年到2016年,短短4年时间,一个U型的反转曲线。这一段历史,应该被中国移动人铭记,记住这个U型背后的故事。”与此同时,虽然中国移动出口带宽与服务器资源十分匮乏,并且因政策的原因,中国移动进军固网宽带市场较晚,但凭借8亿手机用户被捆绑套牢的天然优势,家庭市场成为中国移动增长的新动能,主导优势向固网宽带和集团客户市场延伸。

自2016年春天开始,中国移动几乎以每月净增宽带用户300万户左右的速度在拓展宽带市场。如今,中国移动已超过中国联通,拥有8000万户宽带用户,并计划在2017年新增2000万用户。

孙某石说:“中国电信全体干部员工拼到鞠躬尽瘁,每月宽带用户净增也就几十万用户。如果他们再不想些办法,只要两年左右,中国电信宽带老大的位子就会被中国移动夺走,中国移动将成为宽带市场的大哥级玩家。”

大规模网络建设高潮降温 布局5G等新业务

在年报中,三大运营商均提到了将继续缩减资本开支,对资本开支进行优化调整。随着4G覆盖越来越广,大规模网络建设高潮已开始逐渐降温,在4G投资进入平稳期时,运营商针对5G和新业务增加投入。

在投资规模上,中国移动的4G投资将从2016年的830亿下降到2017年的742亿,降幅为10.6%。但在中国移动的资本开支结构中,不仅针对数据中心、大数据平台、IT资源池、CDN等上的资本开支预算不降反升,2017年针对传输网(不含接入)的资本支出调高4.8%,被行业解读为面向5G蓄力。

根据工信部、中国IMT-2020(5G)推进组的工作部署以及三大运营商的5G商用计划,我国将于2017年展开5G网络第二阶段测试,2018年进行大规模试验组网,并在此基础上于2019年启动5G网络建设,最快2020年正式商用5G网络。

尽管三家都在提前布局,但中国移动在5G方面最为积极,中国移动总裁李跃表示,2017年开展较大规模的5G外场实验,期望在2018年达成5G的试商用,预计2020年实现全国范围的5G商用。

中国联通董事长王晓初说:“在5G上,不能再犯4G时代的错误。”中国电信董事长兼首席执行官

收购大麦网,阿里的高起点创业

IT 江湖

本报记者 刘艳

3月22日,阿里巴巴集团宣布完成对中国最大演出票务平台大麦网的收购,进一步完善了它的线下基础服务环节和更加丰富的用户触及渠道,借助精准数据营销和VR(虚拟现实)等新技术,阿里大文娱板块开始启动多层次、多形态文娱新产业。

抢占资源是首要任务

没人会认为阿里收购大麦网仅是为了“卖票”。此次收购完成后,阿里不仅在电子票务系统难逢对手,它的大文娱板块也将进一步深入到线下场景,并引发相关业务升级。

以演唱会票务起家的大麦网,是当前中国最大的覆盖现场演出、体育赛事等领域的演出票务平台,也是该领域最大的系统服务提供商。大麦网拥有的演出推广、营销等成熟管理团队和各个层级的网点不仅将补足阿里在大娱乐布局中的欠缺,它精准且巨大的数据库,更可以联动阿里整体业态的其他版块,成百上千倍地发挥作用。

按照阿里的规划,作为阿里大文娱版块重要组成部分的阿里音乐将借机实现业务升级,首先与大麦网实现业务打通。这种用户及商务数据打通所带来的价值在于,将形成大平台上孵化IP、以粉丝、艺人、平台三方联动的“线上+线下”的新音乐营销模式。

互联网独立观察者陈磊说:“目前还难预测阿里的这次布局能为阿里音乐扩大用户规模带来多大的作用,但对一直未找到良好商业模式的阿里音乐业务来说肯定是重整旗鼓的良机,或许也为整个互联网音乐找到了一条新路。”

并且,和阿里正在积极推动的内容培育和硬件孵化的VR战略相契合,被认为将颠覆线下演出行业的VR技术也将因此收购获得新应用场景。

阿里认为,VR技术将成为未来颠覆线下演出行业的关键,作为“第二现场”的VR演唱会,其市场前景不可估量,无限想象。

事实上,在被阿里收购前,大麦网不仅拥有一整套创新型完备场馆系统,它的DamaiVR业务,已为百余名明星艺人提供演唱会、舞台剧、纪录片等内容的VR拍摄、制作和推广服务。VR选座、演出现场体验VR、观赏VR产品等服务已在

推出日程。

文化娱乐成阿里新主营业务

在阿里巴巴文化娱乐集团董事长兼CEO俞永福眼里,进入文娱产业是阿里的一次“高起点创业”。如今,文化娱乐已成为继电商、云计算之后阿里的新主营业务和核心收入来源。

2017财年阿里季度财报显示,由UCWeb、阿里音乐、优酷土豆等组成的阿里巴巴大娱乐版块,正在成为继电商业务、云计算之后的新主营业务和核心收入来源。截至2016年12月31日,数娱业务收入达到40.63亿元人民币,同比增长273%。

按照俞永福的规划和推进,通过淘宝平台孵化及收购,由UCWeb、阿里音乐、优酷土豆等组成的阿里巴巴大娱乐版块成员已达30余家,赛事直播、游戏、电影、小说、平台分发……最热门最有前途的文化娱乐元素均被阿里收入囊中,形成了相对完善的生态链,将盛大、腾讯、百度远远甩在身后。

但中国电子商务研究中心主任曹磊表示,仅靠资本堆砌无法形成优秀内容生产能力,尤其是文化娱乐产业。包括内容生产、网红IP、各类版

权、海量用户及公共基础设施等在内的资源整合能力才是核心竞争力。

针对阿里这一起最新的收购,陈磊认为,眼下阿里最大的挑战在于,如何让大麦网融入阿里生态,让业务真正实现协同并尽量减少内耗。

俞永福说:“这是一场持续三年的认认真真的恋爱,也是一场实实在在的水到渠成的婚礼。”

业内人士认为,俞永福这句话值得玩味之处在于,阿里此次收购不会重蹈当年收购文化中国的尴尬。2014年3月,阿里收购文化中国,并将其更名为阿里影业,在整合过程中,被并购团队与阿里空降团队出现摩擦,导致被并购团队“出走”,使阿里影业耗费多时才步入正轨。

相比此前“突击”收购文化中国,阿里在2014年7月即以D轮融资人身份进入大麦,持有大麦网32.44%股份,用俞永福的话说:“此时,我们的大文娱战略还在雏形期”,流露出对收购前已有业务合作的大麦网融入阿里系统的信心。

陈磊说:“融合是每起并购都要面对的挑战,但对文娱创业者们来说,在这个被巨头统治的时代,单打独斗并不轻松,被收购是一种普遍的渴望,强烈到甚至都不会去想收购后团队的融合。”