

# 浪潮补足中国大数据产业应用短板

□ 本报记者 刘燕

11月27日，浪潮集团发布国内首套采用全新技术架构的大数据处理平台产品“云海大数据一体机”。该产品是涵盖数据存储、数据处理、数据展现等全环节、一体化的数据处理方案型产品，采用新型技术体系架构，打破了传统产品存在的扩展瓶颈，在性能、可用性等相关技术指标上领先于业界水平，对我国发展自主的大数据产业、推进大数据技术的应用奠定了坚实基础。

## 行业是中国大数据产业应用发展的主体

互联网、云计算、社交网络等新兴IT技术的广泛应用，带来了海量数据的爆发式增长，这些迅速积累的海量数据蕴含着巨大的商业价值和社会价值，数据逐步与石油、粮食一样成为国家的战略资源，大数据技术将深刻影响人类的决策模式和社会经济的运行模式。

据权威研究报告显示，在行业应用的强力推动下，中国大数据市场规模将从2011年的7760万美元增长到2016年的6.17亿美元，未来5年的复合增长率达51.4%，市场规模增长近7倍。

大数据这个词，其实并不新鲜，早在上世纪90年代，业内就已经开展了围绕数据管理和挖掘的研究工作，也有企业推出了一些解决方案和产品，然而大数据被广泛提及和认知，还是近年来的事情。

浪潮集团高级副总裁王恩东说：“在我国以百度、淘宝等为代表的互联网大数据运营商已具规模，但是发展大数据产业不应仅仅关注互联网领域，更应该关注行业领域。行业客户规模不大，但是数量多，整体规模远数倍于互联网，行业才是中国大数据产业应用发展的主体。”

用发展的主体。”

大数据的行业应用不同于互联网，会面临许多新的技术挑战。行业数据关联性强，行业用户大数据应用需求交叉性复杂、跨度更大，跨部门、甚至跨行业的需求不断出现，并且行业用户数据处理的准确性、响应的及时性也远高于互联网领域，互联网行业的各类模糊处理技术难以满足精确处理要求。

大数据已逐渐发展成为一个极具潜力的新兴产业，大数据产业有望成为解决中国经济社会发展转型挑战的重要手段。同时，中国的大数据产业要发展壮大，必须要掌握大数据时代的关键技术，依靠自己的核心装备为推动大数据的应用奠定坚实的技术基础。

科技部高新司杨威武副司长表示，企业之间的竞争已经演变为不同技术生态系统的竞争。浪潮大数据一体机的面市为中国大数据产业的发展奠定了重要的技术基础。以浪潮为代表的中国信息企业要加强产业合作，共同完善中国的大数据战略布局，使得中国大数据产业在全球范围内取得竞争优势。

## 行业客户部署大数据的条件基本成熟

目前大数据产业已成为全球高科技产业竞争的前沿领域，以美、日、欧为代表的全球发达国家已经开展了以大数据为核心的新一轮信息战略。在大数据需求日趋迫切的今天，应用问题是制约中国大数据产业发展的主要瓶颈。

“解决大数据应用瓶颈，一定要认清我国大数据技术应用的主体”，王恩东在接受科技日报记者采访时指出：“行业客户是中国大数据产业应用的主体，推动大数据在行业应用是发展中国大数据产业核心的问题。”

浪潮集团系统软件总监、云计算产品部总经理张东介绍，大数据处理架构是一种全新的技术架构，虽然浪潮技术已经完备，但彼此兼容不兼容，整个技术生态链有待进一步成熟。对于用户，不仅业务需要进行移植和二次开发，而且缺乏新架构下的应用经验，在部署、业务开发和运维等环节都存在很多问题，浪潮不仅向用户提供软硬一体化的云海大数据一体机产品，也能够提供业务开发、咨询和培训等技术服务，帮助用户跨越应用门槛。

据济南市公安局信通处处长张强介绍，济南市公安局与浪潮集团建成了全国第一个投入使用的“警务云计算中心”。目前正在利用大数据技术实现人像模型、指纹、十字路口的行车图片、监控视频等数据的融合处理和比对，从而为整个公安系统提供决策支持，一些试点系统已经投入应用，下一步双方将共同构建基于全新架构的大数据平台，为各个部门提供全面的数据分析和挖掘服务。

王恩东强调：“大数据技术在行业领域具有广阔的应用前景，推动大数据在行业中的应用是发展中国大数据产业的关键。”

# 三星电子发布年度贺岁手机 W2013

11月23日，中国电信与三星电子在京联合推出中国电信深度定制贺岁手机——三星“心系天下”W2013。

“心系天下”是中国电信联合三星电子推出的深度定制高端旗舰手机品牌。历经时光砥砺，中国电信与三星电子联合出品的“心系天下”系列手机已经完成 W699、W799、W899 和 W999 的四代更迭，市场销量超过100万台，成为超高端手机领域的传奇。

作为国有企业，中国电信历来重视履行社会责任。一方面，中国电信始终坚持“恪守承诺，为客户提供卓越服务”，将建设完善基础网络、发展电信普遍服务、推进自主创新和促进产业发展作为企业重要的责任。近年来中国电信业务发展迅猛，已基本实现由基础网络运营商向综合信息服务提供商的成功转型。截至今年10月，中国电信移动用户超过1.55亿户，其中3G用户数相比去年同期翻了一番，突破6300万户。今年上半年，中国电信移动业务、宽带业务和信息化应用等三大核心业务规模化发展取得新的突破，经营收入1380.21亿元，同比增长14.8%，不仅高于行业平均水平，收入增长更是迎来了历史上最好的时期，并获专业投资者评选为“亚洲最受尊崇企业”之一。另一方面，中国电信始终坚持“回报社会，做有责任心的企业公民”，积极履行环境保护和公益责任，开展扶贫帮困与公益捐赠工作。

支持20张“急速连拍”功能的800万像素摄像头及“Smart stay智能休眠”、“体感拨号”、WiFi直连和AllShareCast快速分享等人性化功能。三星“心系天下”W2013支持GSM和CDMA2000双网双待语音双通道以及EVD和WiFi/WA-Pi互联网双通道，实现了全球5频漫游，中国电信天翼189邮箱、天翼空间、天翼视讯、号码百事通等海量3G特色业务及应用的内置其中。

中国电信深度定制的每一代“心系天下”手机的上市也都是对扶危助困公益行动的践行：W799上市时曾援助“希望工程”；W899发布时为西部“母亲水管”工程捐款；W999的推出则通过“爱之光”白内障患者康复行动将大爱带到神州各地。本次三星“心系天下”W2013的发布，则通过“重建家园”计划捐助云南昭通地震灾区。

三星“心系天下”W2013采用了双3.7英寸Super AMOLED炫屏，带来生动、明艳与逼真的视觉效果；1.4G四核处理器配合全面优化的Android 4.0操作系统，操作流畅顺滑。三星“心系天下”W2013还支持20张“急速连拍”功能的800万像素摄像头及“Smart stay智能休眠”、“体感拨号”、WiFi直连和AllShareCast快速分享等人性化功能。

三星“心系天下”W2013支持GSM和CDMA2000双网双待语音双通道以及EVD和WiFi/WA-Pi互联网双通道，实现了全球5频漫游，中国电信天翼189邮箱、天翼空间、天翼视讯、号码百事通等海量3G特色业务及应用的内置其中。



(思妍)

## 宁波首个数字化智能变电站投入运行

近日，220千伏武胜变电站投入运行，该变电站作为宁波地区首个智能化变电站，本期投运的48万变电容量将搭建起一条电力大动脉，大大缓解滨海新区发展大旱“渴电”的局面。

据悉，220千伏武胜变电站位于余姚市泗门镇海南村，是国家电网公司智能变电站的试点项目之一，也是浙江省2012年度电力建设的重点工程。该变电站在全市领先应用了智能化概念，采用光纤代替了绝大多

# 三星社会责任排名大幅度提升

11月21日，中国社会科学院发布了“2012年《企业社会责任蓝皮书》”(以下称蓝皮书)，对国有企业100强、民营企业100强和外资企业100强的社会责任履行情况进行了详细的分析和评价。

该蓝皮书显示，与去年相比，中国三星的社会责任排名大幅度提高。在外资企业100强中，中国三星位列第5名；在包括国企、民企和外企300家在内的全体排名中，中国三星排名第55位。而去年，相对应的数字是第25位和第99位。此外，中国三星还作为唯

一的外资企业入选到蓝皮书的4个优秀企业案例中，其他三个分别是南方电网、广百集团和民生银行。该案例涵盖了三星的经营理念、CSR体制、绿色经营活动，以及三星电机、苏州三星半导体等优秀事例，共20页2万多字。

“三星排名大幅度提高，是与三星在绿色经营、社会公益和环境保护方面突出表现分不开的。”社科院企业社会责任研究中心主任钟宏武在蓝皮书的发布会上表示。

# 联想“乐疯跑”让科技与体育融合

11月25日，约有3万人参与的2012北京马拉松赛在天安门广场鸣枪开幕。在参赛者的大军中，有化装成各种可爱动物形象的，有纹身裸身跑者，有盲人跑者，有数百名企业员工组团参赛的，也有互相之间互相拍照合影的……这些平民化、娱乐化的场景，如今越来越多地出现在马拉松赛道上。而科技与体育的融合，正加剧着马拉松从竞技体育向娱乐项目的转变。

与以往不同的是，2012北京马拉松不仅刷新了历届赛事的最低温度，还在于它所拥有的科技元素正让它变得更加亲民。在赛道上，不管是风华正茂的年轻人，还是白发苍苍的老人，很多人都手拿一部手机，边跑边拍照。挑战极限运动的跑者为什么要负重前行呢？

原来，他们手中拿的是联想推出的潮流智能娱乐手机乐Phone S890，这款手机内置的超级相机2.0配备了高端前置800万像素自动对焦摄像头，以及前置30万像素摄像头，使照相基本功能得到提升，将摄像头的性能发挥到极致。它所具有的笑脸识别、自拍语音指导等多种智能拍照功能，可随时拍摄沿途风景，记录跑步过程中的精彩一刻。同时，跑者们还可以自由处理照片特效，轻松上传照片至社交网站，与朋友们尽情分享刚开生面的马拉松社交Party带来的乐趣。

值得一提的是，联想还将自主开发的跑步软件“乐疯跑”APP升级至2.1版本，除了保留该软件1.0版本原有的实时记录运动速度、路线和时间，计算消耗的热量，查询天气状况，在社交网站上和附近跑友实时分享等功能之外，还新增了腾讯微博、微信、人人等更多社交平台同步分享，跑者路线推荐以及成长树等有趣功能，以更轻松的方式激励跑者努力积攒跑步里程，让跑步变得更加专业、科学、有趣。目前，该软件总下载量已经超过50万次，稳居同类软件下载量第一宝座。

结合联想“乐疯跑”APP和微博的社交功能，联想还专门开发搭建了一个全球首创的GPS社交聚合式网络直播系统，该系统在11月25日北京马拉松举行当天正式上线运行。当跑者通过新浪微博账号开启“乐疯跑”APP后，他/她的朋友们就可以通过网络页面直接查看该名跑者的所在位置、里程数和总耗时

等比赛实况，欣赏跑者从比赛现场实时发回的照片，同时通过微博的关联功能，对跑者进行关注和留言等。借助该功能，马拉松带来的运动快乐从运动场扩展到了社交网络空间，成为了让全民享受运动快乐的大“爬梯”。

跑步是一种参与简单、又最难坚持下去的运动。很多人因为它枯燥无味，所以宁愿选择宅在家中，没有养成健康的锻炼习惯。而一部搭载了拥有社交功能的跑步软件的手机，如同跑者的贴身伴侣，让枯燥乏味的马拉松充满了乐趣。

正如联想集团副总裁、中国区首席市场官魏江雷所说：“跑步是一项运动，而跑马拉松是一种态度，它所体现出的坚韧不拔、积极乐观、永不放弃的精神品质，不仅体现在42.195公里的赛道上，也适用于我们的学习、工作和生活中。通过鼎力支持马拉松赛事，联想致力于让跑步过程更专业、更有趣、同时，也希望鼓励越来越多的人加入跑者队伍，一起加入运动场上的全民健身和娱乐大‘爬梯’，让生活更健康、更快乐！”

(向阳)

## 360浏览器经检测安全可靠

日前，工信部下属中国软件评测中心发布了针对360安全浏览器的评测报告。结果显示，360浏览器数据上传下载均已加密，并经过用户许可，是安全可靠的。

通过评测报告可以看出，360浏览器并不存在未经用户许可上传数据的行为，并且所有上传的数据都经过加密，可以确保用户数据安全。最近关于360浏览器隐私安全的争议终于有了权威结论，相关的造谣信息也不攻自破。

1.未发现360浏览器进行未经用户许可的数据上传和下载；2.360安全浏览器可以正常安装和卸载；3.360安全浏览器的“云查询”功能以密文方式加密传输。报告指出，360安全浏览器的“云查询”功能通过MD5算法分别计算全部URL、主机URL、域名URL、分级域名URL、查询路径URL的哈希值，将此MD5哈希值发送至360服务器，服务器将密文数据连同MD5哈希值返回客户端，密文数据包括MD5哈希值、360产品信息、网络版本信息、时间戳，并将密文数据及时间、校验信息存储在客户端的缓存文件。

通过这些评测结果可以看出，360浏览器并不存在未经用户许可上传数据的行为，并且所有上传的数据都经过加密，可以确保用户数据安全。

互联网业内普遍认为，目前网络上通过微博、新闻网站制造假新闻成本过低，甚至是不正当竞争的一种手段。互联网软件产品的服务对象是普通网民，一旦出现隐私、安全性等质疑，由于复杂的技术原理，厂商很难向一般用户解释清楚。一些关注隐私保护的专家认为，360这次主动选择提交第三方权威机构检测，可以帮助公众解决疑虑、回击造谣，是解决此类争议的一种行之有效的方法，值得推广。此外，执法机关也应该对网上恶性造谣事件予以严肃处理、加重处罚，以免让网络成为谣言散播的温床。

(向阳)

## 去哪儿网布阵一站式旅行

日前，去哪儿网宣布最新无线战略，旗下去哪儿攻略、去哪儿旅行、去哪儿酒店、精品酒店、去哪儿兜行、去哪儿旅游六款APP，分别覆盖iOS、Android等主流智能移动设备，打造一站式移动旅行生活方式。

去哪儿网无线副总裁崔振宇表示，去哪儿网已经形成六大APP的完整格局，从旅行资讯、目的地攻略、机票酒店查询预订、旅行应用、旅途记录分享等各个细分市场切入，全面覆盖用户旅行前、旅行中、旅行后的各类需求。去哪儿网客户移动端提供旅行前和旅行中的各类需求；去哪儿旅行客户端提供机票、酒店一站式采购；去哪儿酒店客户端作为独立酒店APP专注酒店细分市场；精品酒店客户端则锁定酒店中更细分的市场——精品酒店；去哪儿兜行客户端提供旅行中的吃住行游购娱应用推荐；去哪儿旅游客户端满足旅行中的拍照、记录、分享与互动需求。

据介绍，去哪儿网旗下六款APP目前已经覆盖iOS、Android、Symbian、Windows Phone、平板电脑等智能设备，截至2012年9月，仅去哪儿旅行客户端独立用户已经突破2000万。

时至今日，消费者已经不是像过去那样，旅行前坐在电脑前查攻略、订机票酒店，旅行过程中拿着打印好的资料或是某本指南书，旅行后回到电脑前整理照片和游记，点评分享。智能手机的出现，移动互联网的崛起，让旅行前、旅行中、旅行后的种种需求形成一个闭环，几乎可以全部用移动终端去实现。

(向阳)

## 坤庭携ibody品牌布局网购市场

日前，由北京坤庭推出的“ibody”精油品牌开始布局网购市场。据悉，坤庭已经开辟自己的电商平台，目前在天猫商城建立了直营店，并有自己的销售、客服、技术维护团队，同时在京东商城已有ibody店铺。ibody品牌主打的是“真正纯精油”的理念，在电商平台上会根据发展的需要，展开相应营销，主要是对消费进行有序的引导。基于电商平台的基础上，ibody还开通了“私人美妆顾问”为消费者提供个性化的私人健康护理方案和美容养生咨询，同时会随着市场的铺开，针对性地开展线下活动。未来将建立自己的线下直营店，展开时尚品牌间的跨界合作等。

坤庭负责人表示：“通过法国L'AAAF的科研技术支持，坤庭更希望能够将经过检验的优秀精油产品带到中国，并告诉消费者，精油及其衍生品，不仅仅是感性的产物，更是一门严肃的科学。只有专业和严谨，才能够创造出有足够竞争力的产品，这也是我们在中国市场的立足之本。”

在欧美市场上，香薰精油类产品占到整个化妆品市场30%左右的份额，中国市场也正在步入井喷阶段。正是基于这个判断，坤庭以电子商务方式快速切入精油市场，目前坤庭已经以ibody为品牌建立了自己的天猫直营店，并建立专业的团队维护这个平台。据坤庭负责人介绍，其ibody纯精油产品将在未来建立线下渠道，重心是进入一线城市商超。

“ibody之所以以电商模式主攻内地市场，一是因为我们已经积累了丰富的技术和经验，二是因为我们看到市场的机遇。”坤庭相关负责人表示，ibody的目标客户是城市白领人群，这也是基于大部分处于亚健康状态下的城市白领对电子商务的接受程度较高。未来，坤庭的目标是让消费者在各类资讯平台上都能看到ibody的品牌信息。

(陈杰)