

# 英特尔全面推进车载创新 加速联网汽车及无人驾驶技术落地

## 甲骨文推出MySQL Fabric简化高可扩展性

为了满足当下对Web及云应用需求,甲骨文日前宣布推出MySQL Fabric。MySQL Fabric是一款可简化管理MySQL数据库群的整合式系统。该产品通过故障检测和故障转移功能提供了高可用性,同时通过自动数据分片功能实现可扩展性。

甲骨文公司MySQL开发副总裁Tomas Ulin表示:“全球很多大型网站和云应用都借助MySQL复制和分片功能来提升高可用性和可扩展性。MySQL Fabric通过自动故障检测和故障转移实现了高可用性以及自动数据分片,并对所有人开放。凭借MySQL Fabric这款整合的开源框架,无论MySQL应用是在内部部署还是云中,甲骨文都能使其轻松并安全地实现横向扩展。”(李文)

## Microchip推出全新USB供电控制器系列产品

美国微芯科技公司于2014年台北国际电脑展上宣布推出支持业界标准供电与电池充电整合的全新USB供电(UPD)控制器系列产品UPD100X。现在,仅用一根USB数据线就能在传输数据的同时通过一个单一的标准USB端口供应高达100W的电力,其供电量相比USB 2.0提升了40倍之多。

UPD1001作为新器件系列的首款产品,是一款高度灵活的可配置解决方案,可支持5种USB-IF标准的UPD电源配置文件及另25种符合UPD的配置文件,实现了单个芯片对总共30种配置文件的支持。这使得设计人员可以选择最佳的电源配置文件来满足其特定的应用需求。简单的配置即通过捆绑组合UPD1001上的2个配置选择引脚来实现。另外还有多种配置可供选择,为客户提供最大的灵活性。集成的四个一次性可编程存储器使得设计人员可以进行进一步的系统定制而无需任何外部存储元件。(科文)

## 首台T级防火墙发布 从此不怕大流量攻击

在华为企业网络大会HNC2014的安全展会上,华为USG9500数据中心防火墙与IXIA(意达康)中国公司通过PerfectStorm测试(意达康搭建的数据中心真实流量测试环境,吸引了众多企业CXO的驻足观摩。作为业界处理性能最快的首台T级防火墙,主要定位于云服务提供商、金融、教育、能源、政府等用户。该产品可以在企业网络出口和数据中心边界,提供业务管控、NAT溯源、入侵防御、DDoS防御、海量VPN接入等全面安全防护功能。

华为企业网络产品线防火墙与应用网关领域总经理刘立柱评价到:“长久以来,意达康(IXIA中国)一直是我们值得信赖的合作伙伴之一。此次与IXIA公司的联合现场演示,基本重现了今年初在美国NSS第三方实验室的测试环境,使得参展客户可以近距离感受产品业界首台T级防火墙的卓越性能和在真实数据中心流量模型下的高效处理能力。”

IXIA(意达康)中国区总经理张伟谈到:“我们真诚地感谢华为对我们的肯定,PerfectStorm是IXIA的最新测试平台,在一个集成平台上以模块化方式可扩展到近1Tbps应用业务流量。它通过采集数百家业界著名金融、ISP、Mobile等不同类型数据中心环境的真实流量模型,来帮助网络安全厂家来验证在最真实的企业客户应用环境中的设备表现。”(科文)

## 2014“理光全球环保行动”启动

理光集团于6月1日启动了一年一度的“理光全球环保行动月”,此举旨在提高人们的环保意识,并增进人们对环保知识的了解,同时也是公司积极参与环保活动的具体行动。作为整体活动的一部分,理光将在6月5日“联合国世界环境日”当天,关闭理光在世界各地的所有广告牌和理光品牌的灯源,只有位于纽约(时代广场)、伦敦和悉尼的100%太阳能环保广告牌则除外。

“理光全球环保行动月”活动始于2006年,旨在提升集团全球员工的环保意识,宣传企业的环保理念和行为。今年是该项活动的第9年,今年的主题是“共同分享环保意识”,利用一切机会鼓励人们参与环保活动,并通过多种不同的媒体分享环保信息,通过团结起员工及其家庭和朋友们以及当地居民和公司客户的力量,将环保行动的规模扩大到新的作为“理光全球环保行动月”的一部分,理光集团还将动员所有员工签署一份“环保声明”,来表达他们将在家里、社区和公司中积极参与环保行动的决心,并且鼓励员工在6月5日当天穿戴绿色衣物,以此表示对“联合国世界环境日”的关注。(向阳)

6月3日,为加速车载创新,让真正的无人驾驶汽车早日成为现实,英特尔公司今天宣布,由一系列软硬件产品组成的英特尔车载解决方案全面上市,同时宣布的还有多项投资以及多个前瞻技术研究项目,以全面加速车载系统从提供信息、辅助安全驾驶到自动驾驶的发展进程。

受到市场对车载信息娱乐系统强劲需求的驱动,英特尔物联网解决方案事业部2014年第一季度收入达到4.82亿美元,同比增长32%。影响未来驾驶模式的技术正在快速变化。英特尔相信,通过技术研究、投资和新产品的推出,英特尔可以帮助汽车行业重塑未来的驾乘体验,助力新车更快上市。

英特尔公司全球副总裁兼物联网解决方案事业部总经理Doug Davis表示:“英特尔在消费电子产品及企业级IT领域拥有丰富经验,为进一步加强与汽车行业的技术合作,同时也为未来发展做好充分准备,我们正在将这些经验与相关研发和投资进行整合,涵盖产品开发、行业合作和前瞻技术研究。我们的目标是促进汽车行业发展,以便为驾驶的各种车载功能为起点,增强未来汽车的安全功能,最终实现无人驾驶。”

### 推出车载解决方案平台

英特尔车载解决方案由一系列软硬件产品组成,可帮助汽车制造商及其供应商快速、便捷地提供消费者所需的驾乘体验,同时降低产品开发成本。这些软硬件产品包括一系列计算模块、操作系统的软件协议栈、中间件以及开发工具包。

英特尔预计,这种以集成和经过验证的软硬件

为基础的标准化平台可帮助车载信息娱乐系统的开发时间减少一年以上,并使开发成本降低多达50%,如此一来,汽车制造商能够更有效地分配工程资源,专注于技术创新和驾驶体验的改善。

首批上市的车载信息娱乐系统产品可以支持先进的驾驶辅助功能,未来将推出用于实现高级驾乘体验的新品,包括用于无人驾驶或自主驾驶汽车的技术。

### 推动汽车技术研究

英特尔主导的汽车技术研究项目旨在探索如何通过技术手段实现全新的驾乘体验,例如,汽车对车主身份的自动识别以及对驾驶员乘车习惯的适应,从而有效减轻驾驶负担,让出行变得更加安全和便捷。

新研究项目“个性化驾驶体验”用于了解消费者对驾车的真实想法,探索理想化的驾乘体验,并据此提高汽车的适应能力、预测能力,以及其与人类及周围环境的互动。

英特尔也认识到,在未来的驾乘体验中安全永远是最重要的。名为“保障联网汽车安全”的研究项目旨在全面了解联网汽车可能面临的挑战与威胁。该项目揭示了现有车载信息系统的潜在弱点,以及如何通过内存保护技术保障关键车载软件的安全。这种技术可以与Intel Security提供的迈克菲技术一起使用,以全面保障联网汽车的安全。

英特尔的人种学家、人类学家和工程师们正在开展各种研究项目,为提高道路安全、了解最安全、最直观的人车互动方式提供指导。先进的传感器、计算及互联数据将使人们的出行和沟通方式发生

革命性变化。

### 投资汽车行业

2012年,英特尔成立了规模高达1亿美元的“英特尔投资联网汽车基金”,以促进新技术发展、加速汽车行业转型,实现汽车与消费电子产品的无缝连接,并最终在未来实现真正的无人驾驶功能。该基金最近投资了ZMP公司,ZMP致力于研发并提供包括汽车智能平台、各类传感系统、可视化及分析、技术咨询、实地测试及车联网信息系统等在内的无人驾驶技术。

英特尔投资联网汽车基金已经和正在进行的投资包括:面向未来车载信息娱乐系统提供数据采集和云连接解决方案的CloudMade公司;通过移动应用屏蔽解决方案保障车载信息娱乐平台安全性的Mocana公司;将感知计算技术应用于先进驾驶员辅助功能的Tobii Technology公司。

### 与汽车生态系统通力合作

来自消费者的需求正在推动供应链的重组,汽车制造商需要紧跟技术创新的脚步。英特尔通过在汽车领域的技术、合作和研发投资,确保提供消费者所需的技术,让其享受更加完美的驾乘体验,加速车载系统从提供信息、辅助安全驾驶到自动驾驶的发展进程。

为此,英特尔宣布将与其子公司Wind River、Green Hills Software、Mobic、Symphony Teleca、QNX和XSe公司通力合作,为采用英特尔车载解决方案的汽车制造商提供帮助和服务,确保他们可以快速推出市场所需的定制解决方案。(李国敏)

# 乐视TV超级电视总销量增速全行业第一

5月30日,第三方市场研究机构中怡康发布最新监测报告显示,2014年1—4月,中国家电市场持续低迷,绝大多数品牌销售情况并不乐观,甚至出现持续下降的现象。截然不同是,乐视TV超级电视销量在全彩电市场的份额持续高速增长,且逐月加快。

与此同时,1—4月超级电视全线产品继续保持同尺码、同型号电视的销量冠军。乐视TV超级电视4月份单月销量达15万多台,与三月份相比,增幅达20%。截至今年4月份为止,乐视TV超级电视的总销量已经超过65万台,到今年8月份有望突破百万台。

1.市场份额高速增长,增速逐月加快  
2014年1—4月,乐视TV超级电视销量在全彩电市场的份额持续高速增长,且增速逐月加快,而其他品牌持平或持续下降,尤其是TCL、长虹、康佳等品牌份额下降明显。

2.继续保持月度销量冠军,4月月销量超15万台

从4月份各尺寸段排名看:乐视超级电视全线产品S40、X50 Air、X60、MaxX70均夺得同尺寸机型的销量冠军。此外,今年4月份,超级电视单月销量超15万台,与三月份相比,增幅达20%。再加上去年和2014年第一季度售出去的50多万台超级电视,截止今年4月份,超级电视总销量已经超过65万台,到今年8月份有望超过百万台。

具体来看,在4月份,S40销量超过6万台,占比同尺寸彩电市场份额达32.94%,几乎是第2名至第5名,三星、TCL、创维、海信的销量之和;X50 Air与S50销量分别超过5.4万台和2.2万台,分别占比同尺寸彩电市场份额达19.83%和8.02%,位列第一、二名;X60销量超过1.5万台,占比同尺寸彩电市场份额达25.78%;MaxX70销量超过3800万台,占比同尺寸彩电市

场份额达48.99%。

同时,与同尺码、同型号机型相比,超级电视5款产品的销售份额,均远远超过其他品牌。

3.品牌销量超越3S(三星、夏普和索尼)三大洋品牌

从品牌销量排名看,超级电视又跨越一个里程碑,乐视超级电视仅仅凭借为数不多的几款产品,截至今年4月份,品牌销量跃居第六名,从二月份起超越夏普、海尔、索尼,4月起则超越3S(三星、夏普和索尼)三大洋品牌。  
从超级电视快速增长的销量和快速扩张的市场份额看,超级电视已然得到用户的高度认可,引领着彩电市场的购机趋势。业内人士认为,乐视取得如此的成就,也进一步证明了乐视生态模式、商业理念的先进性和合理性,也将引导行业从硬件、性能等的竞争,向生态竞争转变。

# 视广通智能电视广告助力世界杯营销

世界杯战火将于两周后燃起,视广通将携手2014年巴西FIFA世界杯中国大陆地区国际足联官方唯一授权产品经销商,以智能电视大屏为主导,结合手机、PC等渠道,多屏全方位推广巴西世界杯官方纪念品,充分发挥中国智能电视广告综合服务商的价值和全网跨屏整合营销能力。

本次官方纪念产品包括全球限量发行3万套的2014年巴西FIFA世界杯纪念徽章一套5枚,和全球限量发行10万尊的3D“大力神杯”纯银镀金摆件,均配有FIFA官方防伪标识和证书,银章证书上还有国际足联主席约瑟夫·布拉特尔的亲笔签名。视广通将通过TCL、创维等智能电视机内置开机广告、操作系统广告等多种形式在全国范围内投放,同时结合在PC端和移动端的资源,利用视广通

DSP和DMP平台,在众多门户网站、专业论坛、社交网络、手机应用、手机报等渠道海量精准投放,实现客厅传播和跨屏营销的完美结合与互动。

视广通基于大数据管理技术开发的三大OTT广告投放平台,以电视用户为目标受众,兼顾传统互联网和移动互联网,精准分析电视用户的收视习惯和兴趣爱好,其平台的技术优势,获得了众多行业媒体渠道的认可。视广通与创维、TCL、长虹、海尔、海信、华数等众多智能电视及OTT TV厂商、牌照方,以及多个省市广电网络均有深度合作,覆盖全国电视终端4000余万台、囊括逾1亿智能电视受众。此外,在传统互联网精准广告领域及移动互联网领域也具备强大的技术实力,覆盖了3亿精英网民和1亿智能手机用户。

# 剑维软件欲成为企业用户的专家智囊

5月29日,AVEVA(剑维软件)大中华区总裁Paul Eveleigh(李保罗)在北京举办的2014财年新闻发布会上表示:在2014年4月正式开始的新财年中,AVEVA将以“精益求精 思远践行”为目标,向具备前瞻性洞察与长远视野、以高效率低风险为导向、看重质量与整体拥有成本的企业与机构提供专业化服务。AVEVA将通过先进的设计和管理工具,以行业顾问的身份,成为客户的专业智囊,帮助客户实现降低成本、提高效率、提升协作和消除风险。

### 专业精神 成就用户

将近50年来,AVEVA公司已经向全球各地的业主运营商、工程承包商和船厂等提供了关键的业务软件解决方案,积累了丰富的行业经验。在中国,行业用户对解决方案的需求也日益迫切,AVEVA在新财年正式成立由资深的、具有丰富行业项目经验的专家组成的解决方案策略部门,必将在未来扮演相当重要的角色。

一方面,大中华区解决方案策略部门将把AVEVA全球最新的产品和解决方案带到本地市场,将全球众多领先企业的成功应用经验介绍给大中华区客户;另一方面,通过强大的本地研发团队,结合大中华区市场各行业的具体特点,开发出适应大中华区客户实际需求的解决方案。

### 创新进取 精益求精

从2001年正式进入中国开始,AVEVA在电力、石油石化、炼油化工、造船、核电等行业均取得

了长足的发展,并且赢得了众多重量级客户的认可。AVEVA“精益求精 思远践行”的专业产品和服务赢得了中国市场广大客户的信任;国家能源战略的重要项目之一,中国批准建设的第一座千万吨级炼油厂的青岛大炼油项目;神华煤制油项目;中国首个FPSO总承包项目南通中等等都是AVEVA的核心客户。目前,AVEVA在全球的客户数量已超过3000多家。其中,在大中华区市场拥有超过200家客户。有80%的甲级中国电力设计院使用AVEVA的技术和产品,中国的二十强船厂都是AVEVA的用户。

AVEVA已经成长为工厂、电力与海事行业工程设计与信息管理解决方案的领导者。目前,AVEVA的产品已经形成了AVEVA Plant、AVEVA Marine和AVEVA Enterprise三个产品系列,为行业用户的项目和资产管理提供全生命周期的价值与服务。AVEVA在设计领域的演变,从二维、三维到四维,到目前的“精益施工”“精益设计”理念,不断推动技术创新,使得施工可以更可视化、更精准控制。未来,AVEVA还将在产品加大对云计算、大数据、移动平台的支持力度。

### 携手合作伙伴 共赢广阔市场

在发布会上,AVEVA还宣布了首家本地合作伙伴——武汉诗诺软件技术有限公司。以往AVEVA在大中华区市场一直采用直销形式,签约本地合作伙伴意味着AVEVA将目光放得更长远。

“视广通”三大平台包括视广通OTT DSP、视广通DMP和为OTT厂商量身定制的广告发布解决方案视广通OTT SSP平台。与同类产品相比,视广通平台具有全智能化、深度挖掘、充分支撑客户决策的能力。既为广告客户提供精准动人的营销方案,又帮助OTT伙伴快速完成媒体化部署。

智能电视屏幕结合了电视荧屏的展示效果和互联网媒体精准投放的优势,具有很高的媒体价值。本次世界杯纪念产品意在通过精准的广告投放吸引球迷观众,形成良好口碑,成就出色的广告效果。

视广通公司总经理钱勇认为,OTT媒体价值在于其具有面向家庭受众的优质口碑传播能力,适合品牌展示的视听面积和音效,以及精准投放、频次可控的特点。2013年中国广告市场规模高达4000多亿元,其中互联网广告逾1100亿元,电视广告逾1300亿元,占据了主要位置,智能电视媒体作为一种兼具两者优点的新兴媒体,其市场有着巨大的增长空间。(李国敏)

## 从政府到手机App“棱镜”无处不在

美国“棱镜”大范围地笼罩中国并不是耸人听闻的传说,而是不可辩驳的事实。5月26日,国务院新闻办互联网新闻研究中心发布了一份名为《美国全球监听行动纪录》的报告。在这份报告中,确认了很多在美国“棱镜”项目中针对中国进行的监听和窃密行径,涉及范围包括中国政府和领导人、中资企业、科研机构、普通网民,广大手机用户等等,监听和窃密的广度和深度出乎很多人的意料。中国有关部门经过了几个月的查证,发现针对中国的窃密行为的内容基本属实。这也是“棱镜门”事件爆发近一年来,中国官方首次对涉及中国的监听窃密问题进行官方确认和表态。

报告显示中国是美国非法窃听的主要目标之一,中国的政府机构是美国窃听的重点关照对象,金融和电信行业是攻击的主要目标,中国电信、中国移动、中国联通、中国领导人、中国工商银行、中国建设银行以及电信设备商华为都有涉及。

美国国家安全局利用非法侵入中国主要电信公司等手段,窃取用户的手机数据,获取数以百万计短信内容,甚至由此得以追踪具有战略重要性的中国军方部门。华为人更是“棱镜”重点侵入对象,报告称美国针对中国进行大规模网络进攻,并把中国领导人和华为公司列为目标。美国国家安全局多年前就已攻破了中国公司开发的几乎所有安全架构,其中包括华为,甚至还渗入华为的深圳总部,窃取员工部门的邮件往来,更有计划直接向华为的网络植入自己的“后门”。

美国国家安全局还对中国顶尖高等学府清华大学的主干网络发起大规模的黑客攻击。其中2013年1月的一次攻击中,至少63部电脑和服务器被黑,而中国六大骨干网之一的“中国教育和科研计算机网”就设在清华大学。

除了这些重要的行业、部门和企业,一些和普通人民生活密切相关的领域,也成为美国窃听和窃密的目标。在美国国家安全局内部,苹果和安卓手机操作系统被称作“数据资源的金矿”,美英情报部门2007年就已合作监控手机应用程序,美国国家安全局一度将这方面的预算从2.04亿美元追加到7.67亿美元。

美国国家安全局多年来一直从移动设备应用程序(App)中抓取个人数据,包括个人用户的位置数据、种族、年龄和其他个人资料,这些App包括用户众多的“愤怒的小鸟”、谷歌地图(Google Map)、脸谱(Facebook)、推特(Twitter)和网络相册Flickr等。腾讯聊天软件QQ和中国移动的移动即时通信应用飞信竟然也在美国国家安全局的监视范围之内。(科文)

## 中小学呼唤棋牌运动教育

“如果能够有棋牌网络游戏,我肯定是支持我儿子玩;但无奈的是,孩子天天在网上迷恋‘打打杀杀’的网络游戏,这让我天天心急火燎,却又无可奈何。”一位高年级小学生的母亲激动地说。

对此,教育专家表示,玩游戏是少年儿童的天性,因为没有更多的“好”游戏,才使那些打打杀杀的网络游戏占据了孩子们的心灵空间。比如棋牌运动,就是在双方在棋盘上进行益智运动,这对孩子们的心智成长和素质培养极为重要。

如何在中小学推广棋牌运动一直是人们关注的话题。“六一”儿童节前夕,喜爱棋牌运动的小朋友得到了一份惊喜。5月30日,在中国棋院三层大厅里,著名国际象棋特级大师叶江川与学生代表进行了“车轮战”交流。作为活动的一部分,“北京中小学棋牌运动教育推广工程”新闻发布会同期在这里举行。北京市中小学体育运动协会、北京市体育局、中国棋院等有关单位各棋牌运动协会负责人、参与推广工程的学校代表、学生代表出席会议。

据介绍,本着互补、整合、持续发展的原则,“北京中小学棋牌运动教育推广工程”旨在丰富青少年素质教育,发挥棋牌运动管理中心和北京市中小学体育运动协会的各自优势,推动以围棋、象棋、国际象棋、桥牌、国际跳棋、五子棋为基础的“棋牌进课堂”战略规划的实施,在北京市中小学广泛普及棋牌运动,陶冶情操、培育品德,促进中小学生学习心智的健康成长,并通过总结和完善体制,逐步在青少年教育乃至全国群众体育工作中,形成一定的典型示范作用,切实履行服务大众、提高人民身心健康的职责。

国家体育总局棋牌运动管理中心杨俊安书记、北京市中小学体育运动协会白荣正主席、北京市体育局苑振洲副局长分别致辞,北京市中小学体育运动协会赵迎刚主任作了“推广工程”的基本情况。棋牌运动管理中心刘思明主任与北京市中小学体育运动协会白荣正主席共同签署了“北京中小学棋牌运动教育推广工程”战略合作协议。(李国敏)

## 惠普助虎彩实现全新出版模式

日前,虎彩印艺股份有限公司成功安装3台HP T260单色喷墨轮转印刷机,在中国实现全新出版模式。这些印刷机由惠普与虎彩专门针对中国出版市场需求而开发。

在今天的大环境下,出版商很难准确预测图书销量。数字印刷允许其采用经济高效的方式,小批量印刷书籍,同时,按需印刷也降低了库存积压风险,并最终帮助出版商避免由此带来的书籍仓储成本。  
“我们的愿景是,让印刷走进千家万户,让更多个性化产品进入中国的每一个家庭——无论是相册、书籍或者其他个性化产品”,虎彩董事长陈成稳先生表示:“惠普T260专门针对我们独特的业务需求而定制,将帮助我们实现这一目标,并通过获得更多短版印刷、书籍再版业务,获得全新业务模式的增长。”

虎彩的业务模式,是围绕绝版书、长尾书,建立一个电子商务平台和生产网络。一旦电子商务平台接收订单,虎彩将选择距离最近的印刷厂,进行经济高效的印刷。如此一来,用户得到了他们想要的图书,出版社降低了库存,而印刷企业也能从绝版书籍的再版重印中获利。新型印刷机将帮助虎彩加快产品上市速度,同时增大单色喷墨印刷图书的生产量。

虎彩开放日的举办,也标志着虎彩位于东莞的第二个数码印刷基地将面向华南地区用户提供全面服务。虎彩的首个数码印刷基地位于北京,位于绍兴的第三个基地将尽快启动。每个基地都将拥有惠普T260提供印刷服务。虎彩对于T260的订单后期或将达两位数。与此同时,三台印刷机在虎彩的落户,也代表世界首批惠普T260正式安装完成。惠普计划于2014年年末开始向全球提供T260。

“出版市场变幻莫测,数字印刷技术能否在出版业务上取得突破的关键”,惠普公司全球副总裁、打印与信息产品集团(PPS)图形印艺解决方案事业部亚太及日本区总经理Gido van Praag表示:“惠普T260是我们以客户为主导取得的创新成果,我们专门为像虎彩这样拥有远见的客户设计了解决方案,以帮助其实现按需印刷,将愿景变成现实。”(陈杰)