

Windows 10:技术应当退其次

□ 本报记者 刘燕



微软大中华区副总裁、消费渠道事业部总经理张永利

Windows 10免费升级服务将于7月29日提供给使用Windows 7、Windows 8以及Windows 8.1的全球用户。Windows 10对微软是一个重要的时刻,如果说,微软过去是一个软件公司,今天它是一个平台公司,如果过去遍地都是微软的敌人,现在他们都是微软的朋友。

迎接更个性化计算新纪元

微软操作系统部门执行副总裁特里·迈尔森(Terry Myerson)说:“新一代Windows操作系统Windows 10将改变从大屏设备到小屏设备甚至是无屏设备的应用场景,是我们迎接更为个性化计算新纪元的第一步。”

微软大中华区副总裁、消费渠道事业部总经理张永利在接受科技日报记者采访时表示,Windows 10的一切都是围绕用户体验展开的,升级到Windows 10后,操作体验将得到提升并将持续提升。从这一代操作系统开始,Windows将从支持PC单一终端设备转向更加移动化、更自然的交互以及更为用户所信任的方向发展。用户的应用程序、服务及内容可以横跨各种设备,实现简单且无缝化的操作体验。

张永利说:“全球大约15亿的人在使用Windows系统,我们一直在探索如何让它变得更好用。Windows 10集合了Windows 7和Windows 8最好的地方,有着非常强大的兼容性和非常强大的运算能力,同时也给用户提供了熟悉的界面,不用重新学习。当然还有技术上的改进和提升。”

据了解,微软个人智能助理Cortana(小娜)将首次登陆Windows 10,支持PC及平板电脑;Microsoft Edge新一代浏览器拥有更好的操作互通性、可靠性和发现能力;Office通用应用程序提供了跨设备的触屏优化体验;通过OneDrive存储和同步,可让用户在不同的设备上继续未完成的事务。

不仅如此,Windows 10也是全球第一个全息计算机平台,通过众多API,Windows 10可以帮助开发人员在现实世界里创建全息体验,将三维全息景象放入现实世界中。无需连接到手机或PC,作为全球第一款全息计算机,Microsoft Hololens展现了Windows 10在全息成像方面的可能性。此外,通过先进的感应器,它还可发现用户正在关注的东西、理解用户正在用手势和声音进行交流的内容。

微软相信,技术应当退居其次,用户与技术的互动,应该像人与人沟通交流一样自然,比如通过语音、触控笔、手势甚至是眼神进行互动,这些构想主导了微软Windows 10的整个研发过程。

对微软意味着翻天覆地的改变

张永利说:“Windows 10将重塑我们与客户的关系,这包括与消费者、开发者以及企业用户之间的关系。对于微软而言,这是一个重要的新篇章。”

借助从去年九月开启的Windows Insider计划,Windows 10的开发也成为微软有史以来最大规模的开放式联合研发项目。Windows Insider计划至今,已经有约500万会员报名参加该计划,收到了上百万份反馈。

张永利说,微软将Windows视为一种服务,实际上,Windows有可能成为未来几年全球最大的互联网服务之一。正如所有的互联网服务一样,“你正在使用哪个版本”这样的问题将不再有意义,这对于Windows开发人员而言,无疑是重大利好。

从PC、平板以及PC平板二合一设备到手机、Xbox和物联网设备,Windows 10是目前支持设备类型最广泛的操作系统。通过横跨整个产品家族的Windows通用应用程序,开发人员可以开发跨多种设备的应用程序,包括PC、平板电脑、手机、Xbox、物联网等等。

也就是说,对开发者来说,Windows 10意味着不用多次开发。但是,操作系统总要依托于终端和用户使用才有意义。在早已不再是微软一统天下的操作系统世界,微软要怎么巩固现有优势,与竞争者争夺市场?

张永利说:“首先我们要争取把所有的用户变成Windows 10的用户。具体到中国,如果数以亿计的Windows注册用户都升级到Windows 10,对我们来说就是成功的第一步。因为这意味着Windows 10平台将被盘活。”同时,张永利也非常坦白:“至于说追赶手机市场,竞争者的用户量非常庞大了,但是随着开发者愿意把他们的应用迁移或开发在Windows 10平台上,我们的用户群将变得很庞大,因为Windows 10一个应用支持多种设备。”

张永利的自信不是没有道理,今年4月微软的Build大会谈到的关键点“一个工具,一个应用,一个商店,能用于所有平台”。同时,微软宣布很快安卓版和iOS的应用就能迁移到Windows 10平台。这些对开发者都是极大的激励,整个生态链有望因此生机勃勃。

“我们从一个认为自己占了94%的市场的公司,到现在认为只占了市场14%的公司,心态完全不一样。这样的危机感让我们在面对用户、面对竞争对手时的心态有巨大的转变。Windows 10对微软来说是非常重要的时刻,不是有机性的增长,而是完全翻天覆地的改变。”张永利说。

张永利到微软之前,微软在中国没有任何零售端,如今在中国市场,通过微软的线上商城、18个苏宁和国美的店中店,50个授权店,让用户多了解微软,体验不一样的微软的渠道。

张永利到微软之前,微软在中国没有任何零售端,如今在中国市场,通过微软的线上商城、18个苏宁和国美的店中店,50个授权店,让用户多了解微软,体验不一样的微软的渠道。

ZUK手机提前曝光

神奇工场手机品牌ZUK CEO 常程日前提前向媒体曝光了备受关注和即将上市的ZUK手机,ZUK手机只为重度用户设计,这些用户包括“低头族”“蹭网族”“暴晒族”等,ZUK的出现就是想要服务于这些重度用户。常程表示,ZUK手机在产品上推崇调校,目前ZUK的300—400个设计师都将精力花费对平台性能、升级上。

ZUK手机ROM“ZUI”在设计上力求简单,其中一个功能U-Touch支持正面指纹识别,可通过轻触Home键返回,以及通过左右滑动的操作来切换应用。但在UI上并未做过多的透露,只是给出了一张油画的风格,也暗示着其主打简单、清新的风格。首款ZUK手机还有一重要特点就是支持全网通,常程表示,全网通产品成本会提高10美金。但我们还是选择了,目前学生选择运营商很简单,哪个运营商资费更便宜就选择哪家。因此,ZUK用户不用为今后更换哪家运营商担心。

此外,首款ZUK手机指纹键在苹果的基础上更为完善,除了指纹解锁,指纹支付,还能轻触、返回。

综合以上种种参数,这款广受消费者以及众多友商关注的ZUK首款手机大致的画像已基本呈现,接下来我们要做的就是静候,看ZUK在手机产业掀起什么样的风浪。

滴滴快的登TalkingData APP排行榜首

近日,TalkingData移动数据研究中心发布《2015年O2O移动应用行业白皮书》,报告显示5月份国内安卓系统出行O2O移动应用市场覆盖率,滴滴快的旗下滴滴打车、快的打车牢牢占据前两位。

报告显示,滴滴打车安卓应用覆盖率达10.26%,排名上榜所有移动应用榜首。滴滴快的旗下的另外两款产品快的打车和一号专车,安卓应用覆盖率分别为2.59%和1.00%,分列第二和第四名。此次报告中,滴滴快的旗下产品不仅占据5月安卓市场出行应用覆盖率前几名,在报告披露的O2O移动应用总排行中,滴滴打车排名第三,仅次于支付宝钱包和美团团购。报告同时指出,出行O2O包含打车、租车、专车、拼车等不同服务模式,滴滴与快的用户覆盖最高;租车类应用用户覆盖率也较高。

此外,报告还指出,移动O2O行业用户规模达到7.5亿,占移动互联网整体用户规模的65.2%;超过六成的用户使用过移动O2O的产品,随着移动O2O行业的加速扩张,这一比例在未来将不断扩大。

显然,在滴滴快的合并后,在移动出行领域的战略布局逐渐清晰,霸主地位也渐显。

游戏玩家更青睐曲面显示器

游戏体验,离不开直观的视觉呈现效果,三星自去年率先推出曲面显示器产品以来,将竞速游戏玩家作为核心消费群体,先后通过与热门电竞游戏《DOTA 2》签订全年战略合作、赞助多项国际热门赛事活动、邀请知名Coser为产品拍摄宣传照等方式,大举攻克电竞游戏市场,成为目前曲面品类中,无可争议的市场占有率及品牌知名度双冠军。

与普通用户不同,游戏玩家不仅需要从视觉画面中获得更高的愉悦及代入体验,他们更希望借助专业游戏设备所提供的种种辅助,来提升自身竞技水平。三星曲面显示器凭借全新的屏幕曲率设计,将足以媲美IMAX影院巨幕的沉浸式视觉体验带到玩家身边。百万级动态对比度以及5000:1的静态对比度,提供5倍于普通显示器产品的视觉表现能力,让玩家如同拥有红外夜视眼镜一般及时洞察每个细节变化,同时让游戏光影的明暗过渡更加平滑自然。针对人眼视觉习惯,依据不同屏幕尺寸而设计的3000R、4000R最优显示曲率,1.12cm的平均零景深,充分强化了画面立体感和游戏代入感,为用户创造身临其境般的环绕视界,让玩家时时抢占先机,领先对手一步步做出应对。

随着游戏产业的不断发展,核心产业链渐趋形成,作为产业链中关键一环的硬件外设提供商,显示器、显卡、键盘等厂商,正纷纷推出面向游戏用户群体的专业性产品,以抢占市场先机。

互联网酒店是大势所趋

□ 陈杰

经济型连锁酒店是不少经常有出差需求中小公司的首选,经济型连锁酒店总在酒店巨头林立的市场占有一席之地。店面多覆盖广是众多经济型连锁酒店品牌重要战略,千家店应该衡量该品牌是否成功的一个标准。

在经济型酒店巨头们追逐千店梦想的进程中,如家用了九年,7天用了六年,这些无疑已是国内知名且成功的经济型连锁酒店的代表。除此之外,居然还有一家名不见经传的连锁酒店品牌只用了五年时间,成为2009年后酒店业新品牌唯一规模超过千家的品牌,它就是尚客优。从知名度来看,尚客优不如布丁、7天,论发展时间,也比如家、汉庭等品牌晚了五到七年,尚客优做到了,专注三四线城市和全面拥抱互联网是其成功的秘诀。

在尚客优创业初期,一二线城市经济型酒店市场已经趋于饱和,而随着一二线城市物价的暴涨、人力成本的急剧上升,经济型酒店在一二线城市利润率急剧下滑,7天、如家等品牌也纷纷转身向三四线城市下沉,而此时,尚客优已经探索出一套成熟的适合三四线城市消费、投资特点的产品和管

理模式,稳坐三线城市酒店行业第一把交椅。

当然,全面拥抱互联网对于尚客优而言也功不可没。

随着行业竞争的日趋激烈,酒店行业整体利润空间也急速下滑,在行业巨头们在为如何降低成本提高利润率头疼时,尚客优率先提出“免费住酒店”这一互联网基础异常强烈的概念,全力推行一个生活分享平台。从顾客进入尚客优酒店大堂、客房开始,酒店大堂的沙发、灯具、各种装饰、客房的床垫、靠枕、床单、小摆件、毛巾、浴巾、洗浴用品、水杯、家具甚至壁纸,只要是顾客体验后喜欢的,都可以通过手机扫描二维码下单购买。顾客只要购买同等价格的物品,就免房费。

显然,不论是腾讯、盛大,还是奇虎360,基础服务免费+增值服务收费的模式都被证明是非常成功的商业模式,这种模式也成为互联网酒店的代名词之一。但是酒店业作为传统行业,假如让顾客不花钱住酒店显然会导致酒店业亏本运营。而尚客优通过体验+购买的多元化产品运营模式,实际上打造了一个平台,获得了更大的运营自由空间,因此能实现“羊毛出在猪身上”,将互联网的

经典免费模式运用在酒店业。

除此之外,尚客优新近还与海尔、中国工商银行、阿里旅行·去、红星美凯龙、云柚科技等行业巨头强强联合,通过信用住、无息贷款、投资扶持、微信开锁等政策及互联网智能体验,立足B2B2C的互联网运营模式,并为连锁酒店行业在移动互联网时代的发展探索新的发展契机。

可以说,尚客优已然在以创新践行“互联网+”概念,但总裁马英尧却并不满意,他认为这还远算不上真正意义上的互联网酒店。在陆续推出尚客优连锁酒店、悦悦SPA精品酒店、橙客公寓、购物免费住以及假日美地酒店后,马英尧决定将不再做任何自由的酒店品牌,而是全力做一个基于互联网和移动互联网的线上酒店平台,吸引其他各具特色的中小连锁酒店平台入驻,同时支持和孵化中小型连锁酒店创业团队,从而重新做创业者,但这次是站在创业者背后的创业者,这才是真正的互联网酒店,也是未来经济型连锁酒店的大势所趋。

■ IT 江湖

开辟高端新的细分市场华为手机“有温度”

6月24日,华为消费者业务中国区总裁朱平与中国区CMO杨柘和媒体分享了华为手机上半年在国内取得的成绩,并正式发布了P8家族重要成员——P8max的国内售价。

据朱平介绍,2015年上半年,华为消费者业务中国区手机出货量预计超过2500万台,同比增长将超过40%。根据GfK数据,今年4月份华为手机以13.6%的市场份额继续保持国内第一,同时ASP(平均零售单价)比去年增长近一倍。

朱平表示:“2015年上半年华为手机取得的成绩令人欣喜,而在成绩的背后是整个团队的辛勤耕耘。华为在研发投入上厚积薄发,以保持产品竞争力的领先,做‘有温度的团队’,给消费者提供‘有温度的产品’,并希望成为大众心目中‘有温度的品牌’,这是我们的坚持,不断追求卓越、不断追求极致、不断提升消费者体验。”

杨柘也解读了华为消费者业务的品牌理念:“华



为人为文情怀沟通消费者的内心,使产品不再是冰冷的科技参数,而是品牌以及消费者情感的承载体。从P6的“美是一种态度”、P7的“君子如兰”、Mate7的“爵士人生”再到P8系列的“似水流年”,华为手机带给消费者的不仅是一款科技产品,更是一种人文体验。”

今年4月与华为旗舰手机P8一同发布的P8max

手机也是媒体关注的另一焦点。作为华为“精品战略”的又一力作,这款6.8英寸的P系列大屏手机凭借其强大的跨界体验,定位高端时尚商务人群,将开辟高端领域新的细分市场。P8max采用了一体化金属机身设计,兼顾时尚设计与商务功能,为消费者带来更极致的跨界体验。经过两个月的等待,P8max最后一层面纱终于揭开:国内售价3788元人民币,P8max金色版将于6月26日在华为授权体验店、华为商城、京东商城、苏宁易购和国美在线,以及全国1000家重点零售店同时发售。

“以消费者体验为中心”的理念使产品更加方便易用且功能强大,造就了华为手机的销售业绩。数据显示,5月份华为手机首次实现单月全球销量超过1000万部,实现里程碑意义的跨越。华为手机打造的“有温度的产品”正赢得越来越多消费者的认可。相信随着华为P8max的上市,华为将在高端手机市场取得更快速的进步。 (安吉)

360商城上线3天销售破2.55亿

6月25日,360智能硬件官方电商平台——360商城正式上线,并开启了持续三天的“激情智能趴”大促活动。根据360商城官方提供的数据显示,上线首日销售额达到1.1亿,最终三天销售额累计突破2.55亿。凭借明显价格优势、过硬的产品质量以及丰富的产品种类,360商城快速跻身国内智能硬件电商行业前列。

据360商城方面介绍,自6月25日凌晨上线起,截止到6月27日24时,360商城在72小时之内共计取得2.55亿销售额,各产品销量均斩获不俗战绩,其中360儿童卫士3代以30万台的业绩取得全场促销活动销量榜首的位置,而360行车记录仪以及大神手机分别以16万台与14万台的销量分取360自有产品二三位,首次降至129元的360智能摄像头以12万台位居第四。而nut防丢贴片、泰控云动态血压计以及魔调智能无线运动耳机则分列360合作智能产品热销三甲。

在此轮新平台上线大促活动中,360商城准备了包括360智能在内的一大批智能硬件,以赠品形式回馈给广大消费者,兑现了360智能免费送的承诺。据360商城统计,本轮激情智能趴客服接待咨询量累计达到6万余次,免费赠品送出总价值超过1100万元!此外,360还公布了两个很有趣的数据,广东用户成为智能硬件用户购买力最强的省份,而最远的收货地区为澳门。

一直以来,360致力于实现智能硬件产品的普及进程,凭借对产品的专注,催化终端用户对产品功能认知迅速提升。360董事长周鸿祎认为,IOT时代,硬件已经不再是传统意义上的硬件,从“卖硬件”到“卖服务”的转变,将为互联网公司的营销带来利好与更广阔的想象空间。

面对广阔的市场空间与即将到来的万物互联时代,360商城在加速推进智能硬件战略的过程中,不断和硬件、手机数码、家电领域的传统企业,进行渗透和融合。未来,360商城还将站在产业至高点上,在服务360智能硬件产品的同时,依托360公司自身的云服务、海量用户、APP开发、大数据平台等实力,为所有的合作伙伴搭建一个完整的智能硬件生态平台。 (向阳)

阿里影业抢滩好莱坞

近日,阿里巴巴影业集团与美国派拉蒙影业公司签署合作协议,阿里影业将投资《碟中谍5:神秘国度》,并且也将成为该片的官方宣传合作伙伴。同时,阿里影业和派拉蒙还将《碟中谍5:神秘国度》的票务和衍生品领域展开合作。阿里影业方面表示,投资《碟中谍5:神秘国度》是公司国际化的开端,未来将寻找与更多的海外影业公司进行投资、发行以及电商等方面的合作机会。

阿里影业成立之初就致力于进军国际电影市场,公司目前已在洛杉矶组建了团队,在“电影工业的世界中心”好莱坞拓展投资与合作机会,此次与派拉蒙达成合作,双方将形成优势互补,强强联合的效应。派拉蒙为《碟中谍5:神秘国度》引入阿里影业的资金,最主要原因是阿里影业拥有独特优势:阿里影业依托母公司阿里巴巴在电商、社交、移动互联网流量等方面的资源,将为《碟中谍5:神秘国度》的宣传和发行取得成功提供保障。 (杰闻)

趋势科技发布演化的APT治理战略

在不断演化的网络安全领域,会出现比高级持续性威胁(APT)更具挑战性的对手,近日,趋势科技发布了演化的APT治理战略,形成了“螺旋迭代”的立体化治理模式即每经历一个迭代周期,防护体系具备更强的防御治理能力。同时,趋势科技发布了业内第一份针对APT攻击防御治理整体解决方案的技术白皮书——《演化的APT治理战略》。

趋势科技提出的“演化的APT治理战略”包括1个中心、4个过程、6个抑制点。即:“监控”为中心,实现威胁可视化、策略下发、以及威胁情报共享;“侦测、分析、响应、阻止”为4个治理过程,贯穿整个APT治理的生命周期;对应APT攻击过程的6个阶段分别建立抑制点,实现针对性极强的防御。

趋势科技产品经理表示,演化的APT治理战略中所阐述的观点,是一种“螺旋迭代”的立体化治理模式,每经历一个迭代周期,防护体系具备更强的防御治理能力。另外,演化的APT治理战略包括的具体落地方案,通过趋势科技控制中心为整个企业提供全方位智能的安全管控,它紧密整合了趋势科技云安全智能防护网络全球威胁情报分析系统、趋势科技深度威胁发现平台的威胁侦测和分析能力,构成安全趋势的防护体系,配合最高等级的趋势科技APT治理专属咨询服务从而达到有效治理APT的目标。 (陈杰)

众智能硬件助阵北京国际自行车博览会

6月26日,由豪思国际、中国自行车协会主办,北京奥委会城市发展促进会、延庆区人民政府支持的2015北京国际自行车博览会暨第四届北京国际自行车文化节在京开幕,这是中国自行车协会联手豪思国际倾力打造的立足北京的最大的中国最大文化节暨博览会,今年更突出“文化性、专业性、创新性”三大特点。今年展览面积达2万平方公里。展会云集了美利达、云豹、飞鸽、狼途、魔笛、富士达、MARMOT、GRBIKE、Focus、摩杰洛克、森地客、爱三希、INNOVA、鑫振发、捷酷、Rudy、CCN、康园、GOGOBIKE、COFIDIS、拓步、驰驰等200余家自行车行业品牌及最新产品。同时,室外广场将举办近20场次的现场活动,通过骑行时尚秀、新品试骑、特技表演、“骑聚京城”助力奥运“大型骑行活动、俱乐部专场等丰富多彩的活动,增进了自行车与消费者的亲密接触,彰显了自行车文化魅力。此外,美利达—CST杯第五届北京国际自行车骑行大会也于展会同期举行。

据了解,今年展会的一大亮点是更多的智能硬件产品的加盟助阵,包括有飞鸽+乐视“超级自行车”,BICI智能自行车,Livali智能头盔,云狐智能手机,趣骑、行者以及来吧智能骑行APP等等,让这项全民皆宜的运动更具互联网基因。 (陈杰)