

中国芯片厂商正在崛起

瑞芯微和全志科技两大中国企业充分借助 ARM 的芯片设计,短时间便在全球平板电脑芯片市场拿下了不俗的份额,甚至对英特尔和高通等行业巨头构成了挑战。这两家在海外鲜为人知的中国企业只用了不到 5 年时间,就在平板电脑芯片市场拿下近三分之一的份额。据了解,瑞芯微电子和全志科技 2010 年的全球平板电脑处理器合并份额还仅为 0.3%,但如今的份额却已经超过 27%。

台积电和三星电子等亚洲处理器制造商花费数十年积累了技术经验,并实现了一定规模的影响力。与之相比,这两家新兴企业却通过承担一定的风险实现了高速发展,他们的重要战略就是采用了英国 ARM 公司设计的芯片。

虽然是在巨人的肩膀上起步的,但中国芯片厂商的崛起已成事实。

机顶盒只能用国产 TVOS 系统

国家新闻出版广电总局近日发布通知,决定扩大 TVOS 智能电视操作系统在有线运营商中的试点范围。据了解,此次强推的 TVOS 电视操作系统,是广电总局与一些研发单位共同研发的智能电视操作系统。TVOS 1.0 于去年 6 月初正式发布。随后,广电总局发令,要求有线电视 OTT 盒子须安装 TVOS 系统。当时,首批试点在江苏有线和上海东方有线两家有线电视运营商,分别承担了各 50 万套的试点推广任务。

而现在,广电总局扩大了试点范围,要求各有线电视网络公司所采购或集成研发和安装的智能电视机顶盒等终端必须使用 TVOS1.0,同时需要遵循 NGB 下一代广播电视网的相关技术规范。另外,TVOS 1.0 系统相应增加了信息安全模块,加强了用户的信息安全保障。

今后各地有线运营商推出的 OTT 机顶盒等终端只能安装和使用 TVOS1.0 操作系统,电视上完全免费的互联网视频内容也将终结。

PC 或将涨价

近日,来自上游供应链厂商的消息称,由于人民币大幅贬值,联想计划在本月底调高中国市场的 PC 售价,然后再上调东南亚地区的售价。宏碁和华硕也将从下月起调高 PC 售价。

报道称,联想将调高企业级和消费级台式机及笔记本售价,而不会上调平板电脑和智能手机的售价,因为这些市场正在上演激烈的价格战。对此,联想没有发表评论。

当前联想 40% 的营收来自中国,因此一些观察家认为,受人民币贬值的影响,联想利润将出现显著下滑。上调 PC 售价表明,人民币贬值对联想的影响远超出公司的最初预期。

有购机需求的读者看来可以尽早出手了。

滴滴多举措应对北京限行

为保证田径世锦赛和抗战胜利 70 周年纪念活动期间的空气质量,8 月 20 日—9 月 3 号,北京迎来了持续两周的单双号限行。为缓解市民出行困难,滴滴采取了多种应对措施。

出租车方面,滴滴给出租车司机带来了每日完成任务最高近 200 元的补贴,同时每单任务还可抽奖,最高可获过百元的奖励,抢单越多,获得奖励的概率就越高。这一举措使滴滴快的北京的出租车司机积极性大幅提升;在专车和快车方面,滴滴快的大幅提高了司机端的补贴,除了显著提升了司机的在线时间外,还激励了大量司机上线接单。据统计,由于补贴奖励的刺激,单双号限行期间滴滴专车、快车的司机运力没有显著下降,完成订单的规模反而有所增加;滴滴顺风车则给车主的额外奖励提高了 50%,以鼓励平台上的顺风车车主与顺路乘客合乘出行。8 月 20 日当日,累计有 28 万车主接单 51 万乘客出行。除提高奖励外,顺风车在限行期间还推出了车主任务奖励,积极接单的车主可获赠超值汽车保养礼包,并有机会抽取行车记录仪;滴滴巴士 8 月 24 日起在北京增开 200 条线路,500 个班次,以满足更多用户限行期间的出行需求。用户可通过“滴滴巴士”微信公众号提示,相同线路的出行需求,只要 3 天内有 30 人申请,即可开通。

此外,滴滴快的通过大数据系统智能调节各业务线订单,为车辆出行提供需求热点和最优线路等信息指导,司机可以据此选择最有利的工作方式。乘客则可以有效降低候车等不必要的时间成本和经济成本。

补贴政策、政企合作和大数据优化三组重拳齐出,看来滴滴已为北京市民规划出最佳出行方式。

三大运营商齐“换帅”

□ 安吉



中国移动新任董事长尚兵来到中国移动

传言多日的三大运营商“换帅”一事于 8 月 24 日尘埃落定。当日上午,中组部宣布,中国移动现任董事长奚国华退休,由原工信部主管电信行业的副部长尚冰接任。同时,中国电信、中国联通相继宣布中国电信董事长王晓初和中国联通董事长常小兵对调。

这并不是三大运营商第一次高层调整。11 年之前的 2004 年 10 月,三大运营商一把手进行了首次轮岗。当时,原中国电信总经理周德强退休,由时任中国移动副总经理的王晓初接任,常小兵从中国电信副总职位调任中国联通任总经理,王建宙则从中国联通董事长调任中国移动任总经理。最近一次是在 2012 年,当时原工信部副部长奚国华接替退休的王建宙出任中国移动董事长。

通常,三大运营商一把手调整的主要目的,是让三家高层都有机会从竞争对手的角度来审视竞争几近惨烈的国内电信市场,进而能够理性制定本公司市场竞争策略,避免过度竞争。就像王晓初在告别信中真诚所言:“运营商之间除了竞争,还有许多地方可以合作,实现双赢。”

但运营商内部员工均认同引致换帅对电信格局不会有太大的影响,解决不了实质性问题。三家刚刚公布的年报显示:中国移动上半年营收 3407 亿元,同比增长 4.9%,利润 573 亿元,同比下降 0.8%;中国电信上半年营收 1649 亿元,同比持平,利润 109.8 亿元,同比下降 4%;中国联通上半年营收 1446.9 亿元,同比下滑 3.3%,利润 69.9 亿元,同比增长 4.5%。从数据上看,中国联通和中国电信的收入总和,正在向中国移动靠拢,但格局依然未变。

通信行业专家项立刚说:“上一轮领导人调整后,年富力强的王建宙利用中国移动发展期,推出一系列的战略措施,造成了行业格局性改变,这种情况在这一轮的人事调整中不会重演。未来 5 年,中国电信业进入一个相对稳定期,直到 2020 年,中国电信业进入 5G 后才会发生革命性的变化。”

那么,近年将再次重组电信业的传言是否也将随后落实?业内分析人士认为,此次人事变动只是一次正常的组织调动,至于是否为后续的重组做准备,暂时不好猜测。是否会对“提速降费”等国家战略带来积极的影响?北京邮电大学教授舒华英表示,对“提速降费”影响不会很大,新领导

人不会因为到了新的岗位急需表现而加大推进相关政策,毕竟成本控制、年终考核都是必须考虑的事情。

王晓初离开中国电信时泪流满面的样子,令人动容,不少运营商员工说:“电信运营商这些年非常不容易,我们和晓初一样,甘苦自知。”

电信运营商如今面临最为严厉的发展环境。移动对固定的替代、移动互联网对电信网的挑战,国资委对收入利润的要求和社会各界对提速降费的期盼等等,让运营商喘不过气来。

过去的几十年里,信息产业服务及作用已经起了非常大的变化。上世纪 90 年代国内通信大发展,二十世纪初,互联网蓬勃发展,在这个过程中,电信运营商作为基础信息服务提供者为社会信息化发挥了巨大作用。但是最近十年左右,网络应用、服务提供以及技术创新已经从基础运营企业向互联网企业转移,信息技术信息服务的提供者是距离他们更加近的互联网企业。尤其是,自从以腾讯微信为代表的 OTT 业务横空出世,移动互联网高速发展以来,三大运营商所面临的竞争压力也越来越大。尽管三大运营商一直在推出新业务与 BAT 为代表的互联网企业竞争,但是效果并不明显。

在这样的转变过程中,电信运营商管道化凸显,平台作用渐淡,导致运营企业与用户之间存在“夹层”,业务空心化成为发展隐患。在现有体制下,即便是换帅,三大运营商也不可能有多大作为。

房地产行业应全面拥抱互联网

□ 陈杰

买过房子的人大多会有如此惨痛的经历:在地段、户型、价格等多个维度数据的考量之下,自己看过或者即将购买的房子就是个“渣”,而在开发商逐利之前提下,消费者真正的需求根本被无视!但刚需之下,弱势的消费者只能牺牲一个或多个维度,在原本人生大事的买房选择上“将就”了事。

按理说,这在一个互联网思维充分改造传统产业的年代,上百万至几百万人民币的交易绝对称得上是 VIP 客户了,享受一下上帝般的优质服务是理所当然的事,但在地产行业还真行不通,花大钱买憋屈的案例比比皆是。当然,这对于无孔不入的互联网产业而言是个机会,而最早开展地产反向团购并大力拓展欧美市场的美澳居已经开始收获这一红利了。

作为海外房产电商网站,去年 3 月份上线的美澳居只有 20 多名员工,到今年 4 月份已经开始盈利,预计今年的营收将突破 20 亿元人民币。创始人吴波表示,这得益于美澳居分享经济的模型设计,也符合互联网公司的发展趋势。而大环境因素

则是当前的中国进入中产阶级时代,海外投资需求旺盛,而美国、澳洲均为卖方市场,美澳居开发的房子供不应求。

当然,美澳居做出现在的成绩很大的原因来自高度智能化。他们有一套基于“智能机器”的深度选房系统,在已掌握购房者客户的真正需求的同时,通过一些大数据加工还可以分析出在哪些位置开发什么样的楼盘会赚钱,这也是美澳居“重度垂直”智能个性化服务的体现。

而对于风险,特别是海外房产投资的风险,美澳居现在所做的美国和澳洲的房地产基本上是卖方市场,项目开发出来不愁卖不出去。此外,美澳居做的是更前瞻性的产品,基本上都是先有用户后有产品,充分利用大数据分析,做到产品完全按照用户需求而开发,大大降低了产品的风险性。

海外的经验证明,将消费者购房时对地段、户型、价格的需求跟所开发的地产项目进行完美匹配,并在房价上做到最低,美澳居这种完全以互联网思维来改造地产行业的模式无疑是成功的。那

么这一模式能否复制到国内房地产市场呢?吴波的回答是肯定的,美澳居将从明年起试水国内项目,目标是国内规模庞大的存量房市场,要以互联网的力量助国内刚需用户买到自己称心如意的房子。

相较于之前火过一阵的集贤建房、房产众筹,美澳居的模式说不上是独一无二,但其海外的成功经验优势明显,而且对于国内创新能力匮乏且库存严重的房地产行业来说具有很强吸引力。试想一下,在房企只敢开发难为大众所接受的“通用型”产品的当下,一个能改造现有库存项目,又能以大数据分析找到高匹配度的消费者在互联网+房产的企业出现,对于房产企业和消费者而言,这无疑是一种双赢的结果。

不能说当前国内房地产行业完全脱离互联网,但一些简单的互联网化得到的只是一个房产项目的包装和营销平台,行业真正需要的则是大数据支持下的互联网思维深度改造。

IT 江湖

下一代互联网过渡。CNNIC IP 地址专家、APNIC 执行委沈志表示,CNNIC 掌握和实施了 IPv4 地址最后阶段的分配政策,并持续推进 IPv6 在地址资源分配、技术培训及产业合作等方面的发展。

APNIC 作为全球五大区域级 IP 地址分配注册机构之一,负责亚太区域 IP 地址和 AS 号码相关资源的分配及管理。CNNIC 是 APNIC 认定的国家级互联网注册机构(NIR),于 1997 年成立了以 CNNIC 为召集单位的 CNNIC IP 地址分配联盟,向中国大陆地区的相关单位和组织分配 IP 地址和 AS 号码资源。中国的 ISP/IDC/ICP/企业等单位,获得 IP 地址和 AS 号码最有效的方法是申请加入 CNNIC 分配联盟,向 CNNIC 申请 IP 地址和 AS 号码资源。(刘燕)

2015 年中国 IP 地址分配联盟高峰论坛召开

8 月 19 日,由中国互联网络信息中心(CNNIC)主办的 2015 年中国 IP 地址分配联盟高峰论坛在大连召开。来自亚太互联网络信息中心(APNIC),我国电信运营商、研究机构专家,以及 APNIC 中国区会员、中国 IP 地址分配联盟成员等 200 余名代表参加会议。

IP 地址作为互联网重要基础资源,是衡量各国信息化水平和互联网发展潜力的重要指标。据 CNNIC 国际部负责人孔宁博士介绍,截至 2015 年 7 月 31 日,

中国大陆 IPv4 地址总数为 3.3 亿个,IPv6 地址总数达到 19349 块/32,地址总数均排名全球第二。更好地利用现有互联网 IP 地址资源,支撑广大网络服务提供商和企业发展,是值得业界共同关注的问题。

随着互联网产业融合发展的不断深入,IP 地址已逐步成为“互联网+”行动计划的重要组成部分,为下一代互联网、云计算等提供了全新驱动力。

目前,全球 IP 地址分配正在向 IPv6 协议为基础的

UC 浏览器变脸

户的趣味标签不同,推送的内容呈现出千人千面的差异化。

手机浏览器的发展经历了三个阶段:移动互联网起步阶段,第一代浏览器主要是解决人们上网速度和省流量问题;随着网络内容的多样,第二代浏览器聚集了搜索、小说、视频等,为用户提供获取各种信息的便利;第三代手机浏览器则是基于大数据实现精准推荐,让信息更精准连接到人。

据了解,目前 UC 浏览器的个性化改造刚刚开始,但效果已经开始显现。自 7 月份改版以来,UC 浏览器的资讯日浏览量增长了 25%,日使用时长增长了 8%,新版本日活跃用户已突破 1500 万。

个性化精准推荐的背后是 UC 浏览器庞大的用户大数据基础和分析能力。据了解,UC 浏览器是全球最大的第三方移动浏览器,日活跃用户超过 1 亿。根据阿里巴巴第二季度财报显示,截至今年 6 月,UC 浏览器月活跃用户超过 3.3 亿。庞大的用户规模成就了 UC 浏览器海量大数据积累。朱挺表示,UC 浏览器在过去十一年一直采取云+端的方式做手机浏览器,在大数据和云服务领域经验丰富。

与此同时,UC 浏览器还融合了阿里巴巴旗下大数据分析平台,利用先进的 Online Learnig 技术,对每一条新闻进行内容基因分析,对用户进行长期兴趣点、短期兴趣点等的画像分析,确保每位用户在刷新信息流的同时,都能接收到最感兴趣的内容,增加用户粘度。

不同于传统离线计算的推荐算法,新版 UC 浏览器上所有的推荐都是根据用户当前时刻的兴趣特征完成的,UC 浏览器在海量的优质内容库里实时检索排序用户当下所感兴趣的内容,真正实现千人千面的个性化推荐。例如当用户的关注点就由原来的房产信息、车型信息转为装修类信息,UC 浏览器就会实时跟踪阅读兴趣点的迁移,在线调整推荐模型。

未来 UC 浏览器打造的个性化信息精准推荐平台,野心并不仅仅止于新闻资讯。据朱挺介绍,未来 UC 浏览器还将涵盖视频、购物、文学、生活等更多元化内容。目前,UC 浏览器已和多方面内容优质提供商达成合作,比如新闻资讯领域的新华网、人民网、新浪、凤凰,视频领域的优酷土豆,文学领域的阿里文学,生活服务领域的 58 同城、美团等。(安吉)

蚂蚁金服推移动理财平台蚂蚁聚宝

近日,蚂蚁金融服务集团推出全新的一站式移动理财平台——蚂蚁聚宝,以独立应用的形式,为大众用户提供简单便捷的理财服务。这是在支付宝以外,蚂蚁金服首次发布新的独立应用。

蚂蚁聚宝提出“简单理财”的理念,为用户提供囊括“活期”、“定期”和基金等多种理财类型的一站式理财服务,同时,蚂蚁聚宝还与第一财经、纳斯达克交易所等机构合作,为用户提供包括 A 股、港股、美股在内的精选资讯。

蚂蚁金服财富事业群总裁袁雷雷表示,“蚂蚁聚宝是蚂蚁金服在互联网理财领域的一次重要尝试,蚂蚁聚宝 1.0 版本只是一个开始,通过一站式、低门槛的理财体验,我们希望让更多人开始关心和接触理财。后续,通过快速迭代,蚂蚁聚宝将逐步打造一站式、低门槛、智能化、社区型的理财平台,真正实现金融理财场景化,让大众用户的理财变得更简单”。

袁雷雷还透露,在线上推广期内,所有用户在蚂蚁聚宝平台购买基金产品,都无需支付申购费。同时,基金赎回时,可以实现 T+1 到账,相对于行业平均 T+3 以上的到账时间,到账时间缩短了至少两天。

值得一提的是,在陆港基金互认的政策背景下,蚂蚁聚宝未来有望接入香港基金公司,届时,基金品种将涵盖香港、美国、及亚太地区的股市,从而让中国投资者能够通过投资全球资本市场,分散风险,享受收益。

目前,已经和蚂蚁聚宝合作的机构,包括多家资产 2000 亿以上的银行,四大资产管理公司,偿付能力 150% 以上的保险公司以及全国排名前十的担保公司,数量超过 120 家,同时,通过数米基金网,有 80 家主流基金公司入驻蚂蚁聚宝。(陈杰)

58 同城发布 Q2 财报

8 月 20 日,生活服务平台 58 同城公布了截止到 2015 年 6 月 30 日的第二季度未经审计的财务报告。财报显示,58 同城二季度营收继续保持高速增长态势,实现营业收入 1.595 亿美元,同比增长 147.1%。同时,58 同城仍然维持了高达 93.7% 的毛利率水平。截止到 2015 年 2 季度,58 同城已连续七个季度实现营收超市场预期。Q2 净亏损为 2690 万美元,主要受 58 到家亏损的影响。

“很高兴看到二季度增长高于预期”,58 同城首席执行官姚劲波表示:“过去的半年里,我们持续致力于打造中国领先的生活服务平台。我们的努力也得到了认可,营收的高速增长不仅说明了更多的客户愈加认可多品牌、跨品类平台的价值,也反映出我们在对收购业务的整合过程中所取得的进展。未来我们将继续着力于实现 58 同城与赶集网的协同效应,加大在创新领域的投入,进一步拓展新型业务模式,建立中国生活服务领域的生态圈。”(杰闻)

宝驾租车与东风日产达成战略合作

近日,东风日产乘用车公司与宝驾租车签订全面战略合作协议,未来双方将在汽车租赁、新车上门试驾、旧车置换等市场展开全面战略合作。这是国内共享租车平台与汽车主机厂厂商的首次合作。

中国道路运输协会常务副会长孔卫国表示,传统汽车公司与移动互联网结合,不但可以减小汽车企业获取客户的成本,还可以提升资源配置效率,更好地服务于客户,提升效益。可以说,这是一个典型的移动互联网技术与传统企业结合的双赢之举。

东风日产“易租车”将会把旗下全部车型发布在宝驾租车平台进行共享租赁和试乘试驾,预计可达到 6000 辆。宝驾租车则正式宣布启动 1 元租日产“新楼兰”活动,并提供东风日产新车上门试驾租赁服务。宝驾租车创始人兼 CEO 李如彬表示,宝驾租车的目标是为用户提供移动互联网时代最酷的汽车共享租赁与电商解决方案。

业内人士分析,这种模式就是在海外非常流行的融资租赁。东风日产和宝驾租车联手玩“P2P”,能够提升用户的租车体验,培养用户的租车习惯。在互联网+的背景下,今天的创业者,都致力于将移动互联网与传统行业结合,用移动互联网思维改变传统行业的运作模式和组织模式。(陈杰)

2015 年 WRO 中国总决赛成功举办

近日,第 12 届世界青少年机器人奥林匹克竞赛(简称 WRO)中国总决赛在山东泰安成功举办,来自北京、山东、天津、西安、华东、大连、兰州、深圳、青海、郑州、石家庄和湖南衡阳等 13 个区域选拔赛区的约 360 支优胜代表队,晋级参与了本次在泰安举行的中国区总决赛,现场聚集参赛选手近 1300 人。

本次中国总决赛分为常规赛、创意赛、足球赛、绿色城市比赛、太空挑战赛及虚拟软件(SVR)挑战赛,共六个赛项。其中,常规赛的竞赛主题为“机器人探险家”,分为小学组、初中组和高中组,分别根据不同组别的难易程度设置不同的机器人挑战任务“采珠”、“寻宝”和“登山”。而专项赛“绿色城市”和“太空挑战”则分别设计了“城市”和“太空”的不同主题背景,让孩子们设计的机器人完成 7 个相关主题的任务,以达成实际项目的需求目标。据悉,本次 WRO 中国总决赛共评出 34 个奖项,获奖队伍将有机会代表中国出战在卡塔尔多哈举办的国际比赛。

乐高教育中国区总经理陈筱莉表示:“乐高教育与西瓦亚公司共同将全球机器人赛事 WRO 引入中国,是为了激励更多学生热爱机器人。目前,全国范围内有近 5000 所学校已将乐高教育机器人教学从兴趣小组发展到课堂内,将机器人教学纳入常规教学任务。”(陈杰)