

行业观察

文·本报记者 王小龙

10月20日,神州数码宣布旗下北京神州数码云科信息技术有限公司与甲骨文(中国)软件系统有限公司达成战略合作协议。这次合作是甲骨文在全球范围内,首次尝试与本土企业展开“全面深度”的产品及服务合作。在信息安全问题日渐突出的今天,此举意义非凡。

根据协议,双方将基于甲骨文公司的数据库一体机、高性能服务器等全线硬件产品展开合作,共同组建团队、设计产品、开拓市场,让中国用户在众多“洋品牌”外多一个更接地气、更懂中国的选择。新产品将使用神州数码自有品牌,实现在国内生产和销售,让我们距离“自己

开发、自己制造,不受制于人、自主可控”的目标更进一步。

以数据库一体机、高性能服务器为代表的硬件产品距离普通人的生活很远,但对政府部门、制造业、电信业、金融业以及医疗健康行业而言却不可或缺。近年来,互联网技术不断进步,云计算、大数据发展迅猛,对计算能力、存储能力和数据管理能力等提出了更高的要求。根据IDC预测,未来5年仅存储市场复合增长率就将达到9.1%。与此同时,传统安全边界已被打破,利用大数据提升安全防护的能力也正在变得越来越重要。灵活安全、技术先进、性价比高的智能终端缺口巨大,会成为人

见人爱的香饽饽。

谁能占得先机,谁就能赢得市场。去年剥离毛利较低的IT分销业务,并于今年上半年回归A股后,神州数码开始将发力点集中在智慧城市、互联网农业、互联网制造、互联网供应链以及互联网金融等高附加值和高增长业务上。IT新生态、云计算和自主可控成为神州数码发展战略中最新的三个关键词。此次与甲骨文合作的达成,便是其自主可控布局的重要一步。除甲骨文外,神州数码及其子公司今年以来已与Netscout、KORNIC GLORY、Cisco、赛门铁克、阿里云等知名企业建立了战略合作关系。神州数码集团股份有

限公司总裁闫国荣口中的IT新生态已经逐步显现。

闫国荣评价称,与甲骨文的这次合作是神州数码“近半年来最重要的一个签约”,代表着神州数码的自主可控迈出了“非常重要、扎实的一步”。接下来,整个自主可控的业务布局将会围绕安全和存储来进行。重点是贯彻“三个本地化”,即本地化生产、本地化研发以及本地化技术支持与服务。

据悉,神州数码基于甲骨文核心技术的第一款数据库一体机——“登云数据库一体机”,预计将于年内下线。20日当天,神州数码股价收盘报33.28,上涨2.24%。

IT辣评

点评人:本报记者 王小龙

百度高德互喊我是第一:一场无谓的口水战



10月15日,阿里移动事业群总裁兼高德集团总裁俞永福在杭州云栖大会上发表演讲时宣布,高德地图手机客户端的每日活跃数据已经超越百度地图,成为行业内排名第一的手机地图应用,获得了最严格意义口径上的第一。此话一出,百度地图哪肯答应,一场激烈口水战随即爆发,成为本周IT界的最大看点。

点评:一会是“月活跃用户数”,一会是“日活跃用户数”,一会说数据造假,一会说模仿抄袭。双方如此你来我往,出招拆招,看得人眼花缭乱。而实际上,中国地图导航领域两位顶尖高手的这场对决,在策略选择上和绝大多数街头对骂并没有太大的区别。那就是顾左右而言他,不在一个频道上说话。顶尖的公司、顶尖的技术,中国民用数字地图领域最大的两个玩家,想在某个细分项目上证明自己第一,那还不是分分钟的事。事情的关键不在于谁第一,谁第二,而在于O2O入口的争夺。地图是平的,世界是活的,地图上的每一个地点、每一个地标都是潜在的商机和盈利点。高德地图的背后是阿里,百度地图的背后是百度,地图的背后是入口,入口的背后是支付,支付之外还有大数据。

“网购商品超三分之一不合格”:不要听风就是雨



国家工商总局日前公布了对淘宝、天猫、京东、苏宁易购、国美在线、亚马逊中国等一系列网上购物平台产品抽检的结果。抽检商品有效送检样品497批次,其中172批次商品质量不合格,总体不合格商品检出率为34.6%。

点评:“网购商品超三分之一不合格”,这样的标题给人的感受足以用触目惊心4个字来形容。因此,媒体喜欢用,读者也乐意点开看。甚至还有一些别有用心者和不明事理者据此得出网购不靠谱的结论。那么事实真是如此吗?很多刊发这条消息的媒体,并没有告诉人们全部情况。其实这次的检查并非是一次大规模的抽检,也不是一次突击式的检查,而是一次针对性的抽检。对象是一些反映问题较多的网络零售产品。这些抽检对生产时间、产品范围和抽检地点都有严格的限制。因此,并非电商行业和所有网购商品都存在如此严重的问题,出问题的只是那些接到投诉较多的几类商品。抽检结果必须重视,断章取义实在不负责任。

三星在机场紧急设立换机亭:早知今日何必当初



10月18日的消息,由于全球许多航空公司都禁止旅客携带Galaxy Note7登机,三星日前在韩国仁川、澳大利亚悉尼、墨尔本、布里斯班、美国旧金山等多家机场推出Note7退换机服务。该服务主要面向那些因错过了Note7被禁止登机的公告而尚未换机的用户和海外旅游者。在换机亭,除退换手机外,三星工作人员还会帮助用户把个人数据从Note7手机迁移到新手机上。

点评:长痛不如短痛。在经历了电池爆炸起火和“二次召回”事件后,三星决定永久停止生产和销售Galaxy Note7智能手机。但时至今日,仍有大量问题手机滞留在消费者手中。三星此举无疑是想将功补过,挽回近两个月来直线下跌的信誉和人气。不过,前段时间被三星“区别对待”的中国市场,这次仍然没能在第一时间享受到贴心的机场换机服务。三星希望尽早结束公司历史上这一耻辱的事件,但相比出现过类似公关事件的苹果和星巴克,它做的还远远不够。

(图片来源于网络)

“太极虎”受伤,恢复元气需几时

文·本报记者 刘艳

截至记者发稿,三星还没给出Galaxy Note7(以下简称Note 7)自燃、爆炸事件的最终报告。10月21日,特为中国市场定制的三星Galaxy C9 Pro上市了。

在这个尴尬的时间点,这款手机的销售前景很难乐观,而到三星下一款重磅产品Galaxy S8上市时,局面能否好转也未可知。从8月19日首发上市到10月11日全球停售,Note 7的爆

炸和召回事件进展得匪夷所思,其前因后果至今尚难理清。

当前三星的困境恰如“病来如山倒,病去如抽丝”,但在它的友商们眼里,三星依然是值得尊敬的企业,虽然遭受重创,但它的创新能力并无问题,只是,谁也不知道曾经从一只“模仿猫”完成了“太极虎”蜕变的三星该怎样度过这场空前危机。

电池成行业隐患

即使是现在,三星也没能找到或公布引起Note 7爆燃的具体原因,但在智能手机越来越轻薄、功能越来越强大的比拼中,在普通消费者眼中并不起眼的电池是三星陷入危机的起点已成共识。

根据安全认证公司UL的报告,锂离子电池一般来相对安全,故障率只有百万分之一。虽然理论上没有一款电池可以做到绝对安全,但Note 7出现如此高比例的故障,说明三星显然在Note7的品控上存在疏漏。

“集合了三屏曲面屏、无线快充、虹膜识别、防水等诸多创新点,Note 7在开售当天就卖出3.5万部,被认为是苹果iPhone 7最强的竞争对手。为了击败iPhone,三星押上了手中所有的创新,但在轻薄设计上已接近创新极限,导致最基本的硬件整合安全要求被放宽。这是业界对Note 7故障原因的一种判断。”腾讯科技资深记者郭晓峰说:“如果这样看,Note 7把大容量电池塞进了太小的空间,物理密封、超快速充电和USB Type-C接口等设计都让风险进一步增加。”

韩国电子技术研究所高级电池中心前主管朴成煥(Park Chul-wan)认为,Note 7在设计

上过于复杂是主要原因。他表示:“Note 7功能繁多,其制造的复杂程度是三星之前从未尝试过的。”

而三星之所以敢做这种冒险式创新尝试,与其拥有从芯片设计到生产、从元器件生产到组装的独一无二的产业链垂直整合能力有关。这种能力带给三星远宽于其他公司的创新空间,也埋下了更多隐患。

科技自媒体《科技杂谈》创始人王云辉认为,锂离子电池的可靠性和安全性虽然大大提升,但在体积、容量和充电速度方面却存在局限,依然是智能手机发展的瓶颈。如果为了满足性能要求而忽视电池的局限性,导致电池故障就在所难免了。三星的不幸在于,它是第一家遭遇如此严重问题的手机厂商。

确实,面临类似风险的并不只三星一家。据美国联邦航空管理局的数据,2014年,类似事故只有9起,而今年已经记录了23起因为将电池带上飞机而引发的烟雾、火灾和爆炸事故。连苹果也确认一部iPhone 7 Plus在航运中受损燃烧。

这起事件暴露出的行业隐患已引起业内企业关注或自查。

只能自己救自己

智能手机虽然是三星集团最核心、最具竞争力的产品,此次危机还不至于对产品线丰富的三星造成伤筋动骨的伤害。只是,三星在应对、处理“爆燃门”过程中的糟糕表现,让其苦心经营多年的品牌形象降落到冰点,品牌修复不易。

美国运营商Verizon CEO Lowell McAdam近日接受外媒采访时表示,在他多年的运营商职业生涯中,虽然手机召回事件并不罕见,但他从没见过任何厂商的召回事件像三星Note7这样,召回一次竟然没有解决问题,导致再度宣布停售。

美国市场95%的手机通过电信运营商渠道销售,Note 7停售必然会影响三星在该市场的销量。来自海外的调研机构显示,截至2016年3月,三星占据了美国智能手机总出货量的28.8%,排在当地市场份额第一的位置,三星Galaxy旗舰智能手机在美国非常受欢迎。

在三星宣布停产停售,业界最大的纠结在于,三星身为手机行业的老大,无论是技术研发还是生产实力,在手机行业都难逢对手,怎么会栽在质量问题上?不管是因为仓促上市导致品控出了问题,还是对产品的野心太大采用新工艺新材料太激进,三星最失败的是应对危机

的处理。

也许是手机电池爆炸早就不是什么新鲜事儿,也许是对自己品牌和设计能力过于自信,三星完全没有将“爆炸”和“安全”作为一项很重要的事情对待。当三星终于意识到产品本身存在问题,又一次错误地将爆炸原因归结为电池问题,宣布全球召回换机计划,并固执而自信地将其第二大的市场中国大陆用户排除在外,导致了在中国市场的危机爆发。

“让存在巨大安全隐患的Note7从工厂流向市场,已是三星犯下的最大错误,而此后的一连串危机处理动作更一错再错,说到底就是做事不透明,信息披露不及时不完整,引发的猜测和批评越来越多。”王云辉说,“Note 7事件还将持续多久目前仍是未知数,对三星的负面影响,短期内很难消除,能救三星的只能是它自己,目前最重要的是让信息披露更加透明。”

短短十几年间,靠着不断提高设计研发水平掌握关键核心技术,三星从一只“模仿猫”完成了向“太极虎”的蜕变,赢得了超高的品牌美誉度。遗憾的是,“病来如山倒,病去如抽丝”,如今三星已经受损的元气,需要慢慢恢复,品牌修复更需漫长的运作。

“遍地奢华独缺教养”

三星手机当下的困局,值得整个手机行业警醒和反思。

曾经操盘过华为、三星等企业品牌、营销的TCL通讯首席运营官兼中国区总裁杨柘说:“在产品品控方面,没有一家企业会有意疏忽,但当大家不断追求‘海鲜原则’时,就可能会出现一些批漏。”

杨柘所说的“海鲜原则”是指,新上市的手机就像刚打上的很“新鲜”的鱼,如何在没有变质,没有更新鲜的货上来时尽快卖出去,就成为生存之道。这种情况已在过分强调产品性价比的手机圈形成了模式。

“遍地奢华而独缺教养”,梁文道先生对当前现状的这句评价,杨柘认为对手机界有借鉴意义。“出现这样的情况,到底是产品自身的问题,还是我们的商业境界和格局在竞争中出现了问题值得思考。为此,我们正在通过赋予手机产品文化内涵和人格魅力,重构手机产品的价值体系。”杨柘认为,当手机硬件越来越趋于标准化,产品越来越趋于同质化之时,品牌文化的力量更趋重要。

“苹果和三星多年来引领行业发展,他们的创新能力、行业能力都是值得尊敬的。以

三星的技术能力和自我恢复能力,它会很快恢复。”荣耀总裁赵明说,“迄今为止三星、苹果的质量还是最好的,这两家公司在品质管理上开发的流程非常严格。对于品质,我们始终战战兢兢,荣耀要向两个行业巨头学习的还有很多。”

据赵明介绍,最新发布的荣耀畅玩6X所用的1万部测试机已全部销毁。2015年6月,荣耀销毁1.7万部受高温影响的手机,价值2000多万元人民币。

三星手机连续出现爆炸事件,令行业出现变数,有分析指三星空出的国际市场空间将被苹果及华为系填补。

在海外市场,尤其是中高端市场,国产品牌可以对抗三星的只有华为。华为消费者业务CEO余承东曾表示,华为的目标是在五年内超过三星电子和苹果,成为市场份额超过25%的全球第一大智能手机生产商。

不过,在最火热的美国市场,华为手机份额还不到1%,但在三星似乎不十分看重的欧洲市场,三星从去年开始销售份额就节节下降,而华为从Mate 7开始已成功打开欧洲市场,成为最有希望分流三星欧洲市场的企业。

IT江湖

文·本报记者 马爱平

近期面世的CNNIC中国互联网络统计调查显示:截至目前,网络直播用户规模达到3.25亿,占网民总数的45.8%。

2016年是直播泛滥的一年,同时也是乱象丛生、鱼龙混杂的一年。记者调查发现,市场份额最大的直播是类似于“泛娱乐直播”的网红直播。未来,如何能打造立足于“老百姓生活场景”直播,隐藏着巨大的社会和经济效益,还有待挖掘。

今年6月,据36氪研究院发布的《直播行业研究报告》指出,自2005年直播平台出现至今,国内有2家直播平台已经上市,此外4家公司已被上市企业并购,部分上市公司也开通了直播的平台。

据不完全统计,从2005年至今涌现了146家直播平台,仅2016年前半年,就成立了23家直播平台,直播行业现存平台中,有44%为泛娱乐直播平台,34%为秀场直播平台,16%为游戏

未来的直播会讲老百姓自己的故事吗

直播平台。

但是记者调查发现,很多直播局限于泛娱乐直播,模拟的生活场景也比较单一,大部分模拟现实生活中秀场、少男少女打情骂俏,属于消磨无聊时间的休闲场景。

根据36氪研究院分析,直播行业的火热,主要是由以下4个方面驱动的:用户需求升级换代,高互动性、强社交性的直播成为新型娱乐主流;4G网络的便利、内容生产工具的升级,让“随时、随地、碎片化”看直播成为可能;消费习惯的养成和移动支付支付的普及催熟直播盈利模式;资本热浪助力直播升温,直播品类及受众不断扩充。

业内人士表示,相对于冰山一角的泛娱乐直播,内容更加垂直的直播场景将具有巨大的、有待挖掘的潜力,未来生活场景直播将被广泛应用于更多老百姓的高中频生活及商务场景。

对于2016年直播的市场规模,各家机构给

出了不同的预测数据。方正证券预测2020年直播市场将达到600亿元,华创证券更是给出了1060亿的乐观预测。

10月16日,在“2016直播2.0plus创新研讨会”上,友声直播创始人贺贤亮就认为,这些高频的生活场景直播是指轻而易举的、重复出现的场景,比如跟着直播导游“逛”风景名胜,结伴去KTV唱歌、聚线上礼佛拜佛、寻找机构直播参加各类社会活动、到酒吧看球赛等等。将线下的生活现实“搬”到高效率的线上网络“生活”,这可以为用户更容易、更省时、更低成本地实现生活所需。

过去20年里,互联网辅助现实生活,提升效率,同时产生了巨大的经济和社会效益,比如购物、订票、打车、搜索资料、阅读、看电影电视剧、聊天社交等等。

“下一个20年,互联网方向将直接提供生活场景,人与人之间深层次接触产生的线下生活

场景可以在直播和VR技术直接实现,这是未来可预期的方向。”贺贤亮说。

36氪研究院负责人朱一璞表示:“目前仅有秀场、游戏直播模式被验证是成立的,直播能否真正延伸到更多的垂直领域,观众是否真的付费意愿是市场规模大小的关键。”

“比如,众所周知的是中国老龄化问题日趋严重,将来怎么将直播与中老年人生活完美地融合在一起,用互联网技术解决实际问题也是我所感兴趣的点。”因此,贺贤亮等创办了友声直播,它是更加侧重于中老年人的直播。

“中老年群体有让财富服务自己的意识,没有太多生活负担,让这帮亿万群体,每年花少量的钱去填充他们的时间和获取价值服务,是有可能的事。”贺贤亮对此很有信心。

贺贤亮说,另外生活直播还能产出各种各样的生活场景经济,未来还有小众刚需的群体和VR的技术普及值得作为投资方向。