

行业信息监测与市场分析之

信息产业篇



目录

快速进入点击页码

产业环境 3

【政策监管】 3

 工信部解读第一季度工业通信业八大热点..... 3

 工信部推出“互联网+小微企业”行动计划..... 9

 商务部：未经用户同意微信不得推送广告..... 10

【发展环境】 11

 五维融合下的基础教育信息化..... 11

 中国无法照搬美式“网络中立”..... 12

 半导体设备业合并大案终止不改整合大势..... 14

 移动支付市场很拥挤前景美好还是要去看看..... 16

 官方详解《中国制造 2025》和德国工业 4.0 差异化..... 17

 机器人产业园大跃进全国已规划 3 万亩..... 18

运营竞争 21

【竞合场域】 21

 谈谈运营商的互联网+和“+”互联网..... 21

 用户数破 500 万：为何仍难解虚商盈利难题..... 22

 面对移动互联网免费模式冲击半数虚商忙转型..... 23

 拧巴的虚商：想成功就不能止步于低资费要创新..... 24

【市场布局】 25

 宽带市场开启烧钱模式民资入场容易留下难..... 25

 中国联通西安数据中心投入运营..... 28

 北京电信推“轻”宽带可获半年免费使用权..... 30

 中移动携政企共建亚太示范电子口岸网络..... 30

技术情报 31

【趋势观察】 31

 WiFi 全城免费离我们有多远？..... 31

 全民做手机：情怀背后的资本力量..... 34

 映趣抢摊女性智能表市场..... 36

 光网络技术新升级：OTN2.0 打破传统架构弊端..... 36

【模式创新】 38

 阿里“云盾先知计划”上线打造完整的云安全生态..... 38

 滴滴快的将涉足互联网金融..... 39

 智能家居：“互联网+”又一风口..... 39

 “互联网+中小企业”将产生化学反应..... 43

终端制造 44

【科技前沿】 44

- 国产手机借“互联网+”崛起..... 44
- 中国智能手机市场放缓：人手一部渗透率超 90% 45
- 华为何刚：全力补强华为手机软件短板..... 46

【企业情报】 48

- 三星投资 144 亿美元建新芯片厂..... 48
- 解密三星：国产手机厂商离国际品牌还有多远？ 48
- 京东股权众筹一月融资过亿..... 50
- 华为发力存储业务打造业务第三极..... 51
- 利欧股份 29 亿收购互联网资产..... 52
- 乐视再拓渠道发力电商手机首约破百万..... 53

市场服务 53

【数据参考】 53

- 2015 年 1—3 月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表 . 53
- 2015 年 1—3 月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（续） 54
- 2015 年 1—3 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表 54
- 2015 年 1—3 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（续） 55

海外借鉴 56

- Gartner 首席执行官与业务高管调查显示技术类革新受到空前重视 56
- 在韩遭反垄断调查，甲骨文将步高通后尘？ 57

产业环境

【政策监管】

工信部解读第一季度工业通信业八大热点

4 月 28 日，国务院新闻办举行新闻发布会，工业和信息化部新闻发言人、总工程师王黎明，通信发展司司长闻库，运行监测协调局副局长黄利斌介绍 2015 年第一季度工业通信业发展有关情况，并就当前热点问题回答了记者的提问。

热点一

工业经济形势

第一季度规模以上工业增加值同比增长 6.4%，“稳”和“进”因素在不断增加。

记者：工信部如何看待当前我国工业经济发展的趋势，当前最大的问题和风险是什么？下一步将会出台哪些措施稳增长？

王黎明：对第一季度经济形势的状况，概括为三个字：缓、稳、进。

一是“缓”，工业生产的增速在放缓，部分地区、行业和企业下行压力加大，

第一季度规模以上的工业增加值同比增长 6.4%，增速是 2009 年第一季度以来最低的。

二是“稳”，工业经济的基础是稳固的。从第一季度分析来看，稳的因素在不断增加。从行业看，我们工业经济行业的 41 个工业大类中，现在有 18 个行业增速还是超过 7.5%。从 30 个行业的利润看，增速是稳定增长的。从区域看，31 个省市自治区中有 16 个工业经济增速保持在 7.5% 以上。特别是一些工业比重较大的大省，包括江苏、山东、广东增速分别为 8.2%、7.5% 和 7.4%。像安徽、江西、河南、湖北、湖南、重庆，这几个省市工业增速还保持在 8% 以上。

从这些情况看，一些工业经济比例大一点的省，还是保持了比较强劲的增速，尤其是一些结构调整早、转型升级快、积极承接东部产业转移的省份，经济总量还是保持着稳定向好的局势。从一些经济指标看，3 月份采购经理指数已经上升到荣枯线以上，这属于“稳”的内容。

三是“进”，进的因素也在不断增加，说明我们工作有进展，政策见了实效。发展协调性和可持续性不断增强，产业结构开始向中高端方向迈进，突出的表现有 4 个方面：一是高技术产业的增速是良好的。第一季度高技术产业增加值同比增长 11.4%，高于规模以上工业经济增速 5 个百分点。二是信息产业等一些新兴产业发展保持较好的增长。第一季度电子制造业的增加值达到了 12%。三是互联网经济快速增长。新一代信息技术加速与传统产业融合。四是大多数行业经济指标，特别是效益指标还是不错的，尽管第一季度工业利润同比下降，但是从 3 月份看，下降的幅度在快速收窄。

从这些指标看，应该说我们“进”的因素在增加，“进”的效率体现较好。虽然经济运行的基本面是稳健的，但对于下行的压力，我们确实不可低估。比如现在看需求的增长动力是不足的，特别是整个投资的需求回落成为影响工业经济下行的主要原因，在工业利润持续下降、去产能化等多重因素的叠加影响下，制造业的投资回落明显低于全社会的固定资产投资增速，全社会固定资产投资第一季度一共是 7.75 万亿元，增长了 13.5%，而工业投资仅增长 10.7%，投资总额是 30899 亿元，回落了 4.3 个百分点。

当前，要把稳增长放在更加重要的位置，通过实施“中国制造 2025”战略，加大对战略性新兴产业的支持力度，推动互联网与制造业的深度融合，努力打造新的增长点、增长极和增长带，推动大众创业、万众创新，支持小微企业，落实好当前的扶持政策，包括创业担保贷款、服务体系建设和平台建设等，继续简政放权、加大服务力度，激发出市场活力，激发出中小企业活力。

热点二

“中国制造 2025”

将尽快完善“中国制造 2025”规划的“1+X”方案，制定完善相关配套规划。

记者：“中国制造 2025”总体方案已经由国务院常务会议审议通过，具体的出台日期是否已经确定？

王黎明：对于“中国制造 2025”规划，我们争取尽快发布。“中国制造 2025”战略规划是非常重要、具有战略里程碑意义的一个规划，工信部高度重视，和相关部门进行多次研究。近期将进一步做好 4 项工作：第一，抓紧与相关部门做好任务的分解落实工作，把涉及“中国制造 2025”的相关任务、工作重点、相关内容以及重要的保障支撑政策措施尽快地分工分解到相关部门，确定下来。

第二，尽快完善“中国制造 2025”规划的“1+X”方案，所谓“1”就是规划本身，“X”就是涉及到相关的配套规划，抓紧制定完善。

第三，按照规划要求工作，抓紧成立专家咨询委员会，确定对规划的实施有一个专家指导的机制。

第四，做好规划的宣传。围绕着智能制造、工业强基、绿色制造、高端装备创新以及国家制造业创新中心建设 5 项重大工程，同时结合“互联网+”的信息化运用，把“中国制造 2025”组织好、实施好，发挥更加重要的作用。

热点三

网速网费

电信成本降低和充分竞争还有进一步的推动空间。

记者：近日，李克强总理提出我国的“网费贵、网速慢”的问题，工信部当时回应称将加大今年“宽带中国”建设力度，加快 4G 建设，请问具体的行动计划是怎样的？

闻库：李克强总理在第一季度经济形势座谈会上就手机流量费和网速的问题作出了重要的指示。这表明政府对老百姓所关心的互联网以及相关产业在拉动传统转型升级、促进经济提质增效方面寄予了厚望。

关于资费的问题。近些年来，工信部一直在通过推动电信资费改革、鼓励竞争的方式来促进电信资费的下降。资费高的原因是很多方面的，但是，按照市场经济的规律而言，主要是市场供给不足，4G 投资还没有见效益，普及率跟国际相比还在进一步提升。成本降低和充分竞争还有进一步的推动空间。

一是发展是硬道理，要着重解决供给不足的问题，最主要是加大投入。近年来，加大投资建设 4G，建设全光网络城市，大力发展 4G，尽可能地将现在的一些移动用户转移到 4G 网络上来。在固定宽带方面，要加大“光进铜退”的改造，降低每一个单位流量包的造价。二是引入民资进入通信市场。三是在城市里联合有关部门推动老旧小区改造和多家通信公司进小区，让用户可以有更多选择余地。四是加大共建共享的力度。通过共享机制，降低通信企业的运行成本，也为降价加大空间。

五是加强管理，不断优化网络、内部管理流程，降低运行成本，创造资费下调空间。

工信部一直非常重视宽带提速工作。下一步，我们要不断地加快能力建设，重点要加快老旧小区、城中小区的改造，支持农村宽带发展，加大应用基础设施部署等工作。今年整个运营企业在宽带以及通信上的投资是非常大的，将完成 4.5 万个老旧小区光纤化的改造。新增光纤到户的覆盖增加到 8000 万户，8 兆以上接入速度的用户，将从现在的 46% 提升到年底的 55%，并且在有条件的地区我们希望迈的步子快一些，直接推广 50 兆、100 兆高带宽的接入服务。

热点四

“互联网+”

大力推进“互联网+制造业”和“互联网+中小企业”。

记者：目前我国互联网行业发展的具体情况如何？能不能从互联网的角度谈一下将采取哪些举措推进“互联网+”计划？

王黎明：总体上看，互联网生产企业、生产行业、互联网行业是蓬勃发展、前景广大的。目前将从四个方面采取行动支持“互联网+”：第一，大力推进“互联网+制造业”，在制造业中大力推进使用互联网技术改造提升传统产业。智能制造、智能机器、智能装备的改进都大量使用了互联网技术。

第二，大力推进“互联网+中小企业”。面对全国 4000 万户量大面广的中小企业加上一些个体私营经济，只有通过先进的互联网技术，通过信息技术才能给更多的中小微企业提供便利，包括咨询、培训、信息化的服务和商务。为什么互联网的商务发展，特别是电子商务的应用发展速度这么快、效果这么好，就是因为我们有大量的中小企业要去设专门的店，去搞专门的营销网络，难度是大的，成本是高的，恰恰是我们广大的小企业生产的产品在互联网上得到广泛销售，互联网销售发展是迅猛的。

下一步，还要围绕着中小微企业的扶持行动和计划，充分利用互联网的技术来推进服务体系建设，推进互联网更广泛的使用，支持小微企业。我们支持引导互联网的产业和其他的产业能够更加融合，充分利用现有的互联网技术、工业云计算和大数据等，把其他的产业做好，提高相关产业的服务水平。

第三，互联网是产业经济，但是它的依托还是电信产业，是我们网络产业，不管是移动的还是固定的，通过这些基础设施的建设，包括“宽带中国”的行动，能够加大基础设施，把带宽速度提上去、资费降下来，能够使更多的用户使用互联网。

第四，进一步改善和加强互联网相关技术支撑体系，包括电子产品、传感器、实体应用等技术。从而使“互联网+”的应用产业更加广大，引领带动作用更为强大，使整个经济在智能化的基础上、互联网的支持下做强做优。

热点五

电话“黑卡”治理

下一步将切实切断黑卡的流通渠道和利益链条。

记者：今年1月1日，工信部联合几个部委在全国范围内开展手机黑卡的专项治理活动，目前全国范围的手机黑卡治理成果如何？

闻库：工信部和公安部、国家工商总局自2015年1月开展为期一年的电话“黑卡”治理专项行动，并印发了专项行动工作方案。围绕强化电话“黑卡”的源头防范、加大“黑卡”发现力度、从严处理“黑卡”违法违规行为三方面，明确了14项具体措施，进一步从严做好电话用户的实名登记工作，严厉打击利用非实名手机卡从事违法犯罪活动。

目前各个电信企业正在按照专项行动任务要求，加快身份证件核验技术手段的配备，规范营销渠道的管理，落实专项行动的各项任务的要求。与此同时，针对一些基层的电信企业，我们也做了一些检查，发现一些基层的企业没有从严落实实名制的登记要求，经营当中也存在着一些不登记、虚假登记等现象，我部现在正在加大检查力度，对发现的违法违规行为进行一些处理。

例如，中央电视台“3·15”晚会曝光了湖南常德联通公司电话用户实名登记当中的违规行为，部里高度重视，责令湖南通信管理局、中国联通调查核实相关情况，并对相关企业的责任人和相关人员进行处理。

下一步，工信部将按照这项工作要求，加大和有关部委的配合，切实切断黑卡的流通渠道和利益链条。目前这项工作还在进行当中，一些具体的数据，等到工作开展半年的时候，有结果的时候，我们会对外披露。

热点六

工业运行指标

要客观地、进一步地加深理解工业对GDP的拉动、对服务业的促进作用。

记者：目前工业增加值的增速比GDP的增速低，并且其他一些实物量的指标也在下降，如何看待这种形势？

王黎明：第一，是经济运行的规律。一般情况下，主要经济指标之间存在一些弹性关系。特别是经济运行的过程处在扩张的时候，往往工业生产的增速要高于GDP的增速。在经济下行的周期，有时候工业增速回落要比整个GDP的增速回落会快一些。因为我国现在整个经济投资拉动的作用前些年是大的，经济上行的时候往往是能源、原材料需求上升的速度要快，而经济下行的过程中，这些行业的增速就降下来，所以现在工业增速低于GDP增速的变化还是正常的。

第二，我国现在进入中高速发展的经济新常态，产业结构、经济结构和增长动力变化是深刻的，所以需要不同的分析判断视角和坐标系。从产业结构的分析看，其中包含了更高层次的产业结构调整的变化状况。比如在第三产业中，围绕着工业

制造业的服务快速提升和发展，而且数量、规模在发生极大的变化。运用互联网的技术、电子商务的技术推进工业研发、生产、服务以及远程的服务内容、商业新模式层出不穷，在服务业的态势中，生产性服务业的增长变化，甚至有一些企业生产性服务业的增长变化超过了生产企业本身。工业对 GDP 的拉动、服务业的促进作用，现在要客观地、进一步地加深理解。第一季度保持平稳增速的，像轻工、纺织、食品行业，这些行业稳定增长，它的消耗量相对是低的，整体经济平稳增长需要在新常态下综合加以分析考虑。

第三，历年第一季度的经济指标之间的匹配关系也不是绝对的。

整个经济的基本面还是不错的，根据经济规律和实际情况，如果经济从高速转向中高速的经济新常态，必然经历一个结构调整、转型升级的变化期、换挡期，甚至可能还有阵痛，对此要有充分的信心，也要有一定的承受力。支撑经济增长的因素现在在不断增加，新的动力在积聚，新的政策在持续地出台，改革激发的红利也在不断地释放。前不久我们在调研过程当中，国务院对国有企业当前的经济形势分 5 个组调研，从调研的情况看，各地都纷纷采取了一些得力的措施来促进保持经济的平稳增长，特别是工业经济，有些省市专门召开会议，有些省市拿出资金，有些省市出台强有力的措施，来巩固工业经济的增长，保持整个经济的平稳健康发展。

热点七

企业减负

今年将开展涉企乱收费、乱摊派的整治工作，强化乱收费行为的查处问责机制。

记者：刚刚公布的第一季度工业企业利润同比下降了 2.7%。请问，今年工信部在帮扶企业克服困难方面有哪些举措？

黄利斌：工信部已经连续两年开展减轻企业负担的工作和帮扶小微企业的专项行动，今年还要在全国范围内开展帮扶小微企业的专项行动，目前这些工作正在有序地展开。主要是四个方面：

第一，为企业松绑减负。其中一方面是简政放权，最大限度下放行政审批权，对保留的实行“一个窗口”的政策，就是要强化服务意识，提高服务效率。另外一个很重要的方面是要进一步做好涉企收费的管理工作，真正让企业轻装上阵。这里面有一个比较重要的工作是对涉企收费实行清单管理，一个中心的意思就是“清单外零收费、清单内做减法”，这是一个基本的原则。今年还要开展涉企乱收费、乱摊派的整治工作，强化企业举报和乱收费行为的查处、问责机制，加大对乱收费行为的曝光力度，切实斩断伸向企业的乱收费“黑手”。

第二，推动政策的落实。针对小微企业面临的困难，国家层面出台了许多的政策，关键是要看落实，就是要抓好“最后一公里”。上半年我们将按照国务院的部

署安排，开展相关政策专项督查。另外，对每一项出台的政策及时宣传，扩大政策宣传的覆盖面，让更多的企业知道我们的政策。

第三，缓解企业的“融资难、融资贵”等问题。从工信部来说，要加强与银监部门的合作，创新政银合作的机制，帮助企业提高获取贷款支持的能力，确保贷款增速、户数和申请贷款获得率“三个不低于”目标的落实。另外，要引导和推动中小企业信用担保体系的建设，促进担保机构更好地为企业服务。

第四，进一步加强和改进公共服务。包括中小企业创业基地建设、中小企业公共服务平台建设、中小企业人才建设，以及支持中小企业“走出去”和“引进来”。

热点八

钢企亏损

以信息技术推进钢企技术创新、管理创新和商业模式创新。

记者：今年第一季度大中型钢铁企业总体上是亏损的，在目前工业增长相对较缓的背景下，如何通过稳增长和调结构来促进钢铁工业的发展？

黄利斌：当前最困难的有钢铁行业 and 水泥、平板玻璃、电解铝等行业。工信部对于这些行业这几年是坚持不懈在抓化解产能过剩，有进展，但是也有难度，这几年抓化解产能过剩有很大的成绩，但确实确实难。调结构是长期艰巨的工作，像化解产能过剩也不是一蹴而就，应该是坚持不懈。

就钢铁来说，一是要严格控制新增产能，二是加快淘汰落后产能，三是推进企业兼并重组，四是扩大国内有效需求，五是推进企业“走出去”，六是加强行业管理，比如抓紧制定“十三五”行业规划，进一步修订产业政策标准和准入条件。其中就钢铁行业本身，一是加强和完善钢铁的行业管理，营造公平竞争的市场环境。二是推进钢铁企业“两化”融合，以信息技术推进钢铁企业的技术创新、管理创新和商业模式创新。三是加强高强钢筋、钢结构、高性能电工钢、船舶用钢、高品质铁路用钢等的推广应用。另外，搭建钢铁行业的科技成果转化平台，重点推广应用一批关键共性技术。

来源：《中国电子报》2015年05月05日

工信部推出“互联网+小微企业”行动计划

5月5日上午消息，工业和信息化部2015年中小企业信息化服务信息发布会今日召开。在发布会上，工业和信息化部中小企业司许科敏副司长通报了今年的工作重点，他表示，面对国内外经济形势的新变化，以及对中小企业发展提出的新要求，中小企业信息化推进工程将紧紧围绕政府工作报告提出的互联网应用、智能制造、推动“大众创业、万众创新”等重点任务，进一步开拓工作思路，创新工作方法，继续深入实施中小企业信息化推进工程，全面提升中小企业两化融合能力。

主要通过以下四项具体措施：

一是继续实施中小企业信息化推进工程和两化融合能力提升计划，建立和完善支持中小企业研发设计、管理提升、市场营销、筹资融资、人才培养等信息互联互通、资源共享的信息化服务平台；运用云计算、大数据、移动互联网等技术，帮助小微企业迅速获得以租代建、快捷方便，支持核心业务发展的信息化应用服务。

二是实施“互联网+小微企业”行动计划。提升中小企业公共服务平台网络的信息化应用能力和专业化服务水平，提升服务质量和效果；推动基于互联网的信息技术应用，支持小微企业发展核心业务，提高信息化应用能力；推动“大众创业、万众创新”，支持建设“创客中国”公共信息服务平台，探索协同研发、协同制造，发挥中小企业在产业链和创新链中作用的有效途径。支持举办以“万众创新，客意创造”为主题的“创客中国”大赛，营造有利于“草根”创新的发展环境。

三是继续推动实施中小企业信息化专项计划。提高中小企业的创新能力，经营管理水平和市场开拓能力，鼓励中小企业应用电子商务开拓国内外市场；探索以互联网金融、电子商务信用缓解小微企业融资难等新模式、新渠道；广泛开展辅导培训、人才培养、技术支持、应用推广等活动，提高中小企业两化深度融合和创新发展能力。

四是支持信息化服务商与地方政府、有关部门、工业园区、产业集聚区等开展务实合作，建立信息化服务合作联盟，针对地方优势、主导产业和中小企业发展特点，开发线上线下相结合、产业服务与资金支持相结合，大中小企业协同配套的服务产品，营造中小企业“找得着、用得起、有保证”的服务环境。

来源：通信世界网 2015 年 05 月 05 日

商务部：未经用户同意微信不得推送广告

网店、电视电话购物等“无店铺”经营行为，将迎来更为细致的管理办法。

近日，商务部下发《无店铺零售业经营管理办法(试行)(征求意见稿)》(以下简称《意见稿》)，向社会公开征求意见。《意见稿》明确鼓励成立无店铺零售行业组织，但严禁夸大宣传弄虚作假，不得泄露、篡改、出售或非法向他人提供消费者个人信息。《意见稿》明确，无店铺零售经营者通过相关服务者从事销售活动，应当提交营业执照、经营许可证、授权经营证明以及法律、行政法规规定的其他证照信息。

值得注意的是，该《意见稿》对饱受网购用户“差评”的广告“轰炸”推送行为作出了明确的规定：未经消费者认可，不得以短信、微信、电邮等方式推送广告。

网店将纳入信用记录

根据《意见稿》，无店铺零售包括电视购物、邮购、网上商店、电话购物和自动售货亭(自动贩卖机)等。无店铺零售的相关服务者，指为无店铺零售提供商品推广、展示、交易等服务的平台经营者。

从《意见稿》来看，对于网店等无店铺经营者行为提出了更为细致的管理办法，国务院商务主管部门将会同电信、新闻出版广电等主管部门，将无店铺零售经营者和相关服务者违反本办法的行为及行政处罚结果进行汇总，建立不良信用记录和信用评级制度，并实现信息共享。

如果是服务提供商违反本《意见稿》相关规定，将由电信、新闻出版广电等主管部门依法处理，处理结果列入无店铺零售业不良信用记录。

另外，《意见稿》还规定，无店铺零售经营者和相关服务者应当妥善保管消费者个人信息，不得泄露、篡改，不得出售或者非法向他人提供。相关服务者未尽到管理职责，造成消费者合法权益受到损害的，应当依法承担相关连带责任。

微信推销有望规范

根据《意见稿》，未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，无店铺零售经营者和相关服务者不得通过固定电话、移动电话、短信、微信、电子邮件、信函等渠道，向其发送推销信息。对违反规定者，消费者可向相关管理部门举报。《意见稿》规定，相关管理部门接到举报后，对属于职责范围的，应当在15个工作日内作出处理决定；不属于职责范围的，应当在5个工作日内转交有关部门依法处理。

对于如何界定在某些社交媒体上发布广告的行为，属于侵犯消费者权益，北京市中闻律师事务所王维维律师认为，《意见稿》尚需作出更为精确的修正与指向。

“《意见稿》明确不得通过微信等渠道强行推销信息，但并非完全禁止无店铺零售经营者和相关服务者的广告。”王维维认为，《意见稿》所禁止的应是“强买强卖”的广告信息，诸如手机短信中的垃圾信息，“《意见稿》相关规定不应被过度解读为对所有微店推广行为的禁止。”

王维维说，以微信为例，微信朋友圈里随处可见刷微店的行为，一些微店还通过公众账号推送各种广告信息，这些内容会被界定为“被禁止的推销信息”吗？这恐怕很难。这些信息可能确实给微信用户带来了困扰，但从信息发布渠道上看，商家推广的平台是自己的朋友圈或微信群，属于私人渠道的平台。同时，对于被微信广告造成困扰的用户来说，其可以选择屏蔽商家的朋友圈、将商家从微信群剔除等途径进行维权。“微信官方为了防止广告泛滥，也是做过努力的。”王维维告诉《每日经济新闻》记者，“早在去年，微信官方就开始禁止公众账号通过转发抽奖等方式推送广告、增加粉丝等。商务部本次的《意见稿》具体规定仍有待进一步明确。”

来源：《每日经济新闻》2015年05月07日

【发展环境】

五维融合下的基础教育信息化

一、基础教育和五维融合

针对基础教育信息化的实际，我们提供教、育、学、管、规五个维度下的应用和数据，并天然融合，能帮助形成更加紧密契合的教、学、育关系，帮助教育行政主管部门和学校进行更加科学有效的管理和决策。

“i-WE”的主要内容是：教、育、学、管、规形成五个维度，“教、育、学”与“管、规”分别形成两个主要循环，教育行政单位、学校、家庭、以社区为代表形成的社会是四种典型组织，学生、教师、教育行政工作者以及家长是四类参与者。五维融合，就是把这所有的元素融合在一起考虑。

利用五维融合下的基础教育信息化所要解决的问题有哪些方面呢？一是怎样利用信息化帮助学生进化学习方式，提高学习效果；二是家校沟通怎样才能不流于简单信息阅读的形式，而变得更加紧密有效；三是怎样帮助教师减轻教学中的重复劳动，提供层次化教学支持；四是怎样帮助教师自我完善，让教师发展和教育信息化共同成长；五是怎样给教育规划和管理提供更加科学全面的分析和决策支持。

二、五维融合下的 i-WE 智慧教育解决方案

i-WE 智慧教育解决方案是受云和大数据这个理念支撑的。

五维融合下的 i-WE 智慧教育解决方案中，为学生提供了人人通平台、学生信息管理平台；针对家长，通过在线互动学习平台家长能够每天看到孩子学习的内容，还能够进行课外培养计划的设定和跟踪；教师通过辅教导学平台实现与学生的及时沟通辅导；教育行政工作者都可以通过人人通平台开展管、规方面的工作。

来源：《中国教育信息化（下）》2015年第01期

中国无法照搬美式“网络中立”

今年年初，美国联邦通信委员会（以下简称 FCC）以 3 票赞成、2 票反对通过“网络中立化”提案，并于 4 月 13 日在 FederalRegister 上发布了最新的“网络中立”全文。很快，无线行业代表机构 CTIA 就向法院起诉，要求 FCC 取消“网络中立”新规，而且美国国家有线通信协会、美国有线联盟、AT&T 也都向法院提起了相类似的诉讼。

“美国目前推出的网络中立政策，对网络建设者的打击是非常大的。不光是美国运营商反对，全球运营商也反对，在政策博弈上未来还存在被否决的可能。”中国信息通信研究院院长曹淑敏日前表示。那么，被认为是促进互联网成为一个自由公开的交易平台的网络中立，中国是否能够效仿？

美国提出

“网络中立”背景复杂

在记者采访中，专家普遍认为美国推动网络中立是一件受多种因素影响的复杂事件，但网络中立是发展趋势，只是各国对网络中立的解读和实现路径会各有不同。

国务院发展研究中心研究员陈宝国告诉《中国电子报》记者，美国和中国都在

讲网络中立，但是美国和中国治理互联网的方法是不同的。美国所说的网络中立是指在互联网全球管理基础上，实现网络中立和接入自由；而中国提的网络中立是各国的网络由各国自己管理的基础上，实现网络中立和接入自由。

“美国提出的网络中立，概念和含义很复杂，这与国内提出的网业分离，以及新加坡和澳大利亚的情况都是不一样的。”北京邮电大学教授舒华英说。他还说：“所谓的网络中立、或者说网络和业务分离，涉及国家在未来信息社会中信息基础设施如何定位、如何发展的重大战略决策问题。”

除去网络中立的政治性，仅就行业来看，网络中立将是大趋势。“网络中立是大趋势和未来走向，但网络中立的内涵不仅仅指运营商的基础网络，包括现在出现的一些平台型互联网企业，他们与电信运营商一样，负有越来越多的公共责任，应该有越来越多的规制，而不是单纯的自由竞争。”中国信息经济学会理事长杨培芳对《中国电子报》记者说，“现在美国的网络中立除了对传统电信运营商，对 ISP 也都强调接入的平等，这意味着网络公共性业务都要中立。”

中国无法照搬

美国经验

“现在说我国信息基础设施能力过剩，这是一种误导，其实与美国、韩国等国家相比是很落后的。”舒华英说，“总体来说，美国比我国走得快，尤其是在基础网络建设上，美国已经有庞大的基础网络，而且这个网络是开放的。中国和美国两个国家的政策不一样，基本条件不同，所以美国的网络中立在中国是无法效仿和照搬的，对中国来说，只是看到这是一个发展方向。”

“美国 FCC 以 3：2 通过网络中立提案，说明两种观点的竞争还是比较激烈的。”付亮认为，“网络中立对运营商是不利的，例如欧洲国家的运营商开始对谷歌收费，因为不同业务对运营商网络带来的压力是不同的，差异性收费有利于运营商。”

曹淑敏认为，如果政策对运营商的发展是限制的，并不利于下一步网络基础的提升和扩大。

目前，国内基础网络正在从以语音业务为主转向以流量为主，运营商对不同业务的“喜好”程度是有所不同的。“像优酷这样的网站，只占用一次信令网，却带来大量的网络流量，这种业务运营商就比较喜欢；但是像微信、微博和 QQ，带来的流量很少，但是大量占用运营商用来管理网络的信令网，运营商是比较反感的，希望有一些杠杆来调整这种状况，比如有些业务加些门槛，有些业务放行。”付亮告诉记者。

目前我国互联网的发展速度虽然很快，但业务种类还不丰富，需要在基础网络上产生大量的互联网业务，那么又如何抑制运营商对互联网业务的区别对待呢？独立电信分析师付亮认为，可以用上限管制的方式保障业务接入：“运营商可以给像

优酷这样的视频业务一个优惠的价格，但同时监管机构应该设定价格上限，保障运营商不喜欢的业务资费不超过这个上限。”

中国或出现

电信公共企业

“美国提网络中立，我们一直提倡尽快实现网业分离，也就是在数据层以下的网络应纳入到国家的基础设施中。”舒华英说，“纳入基础设施意味着，经营这样的公司是社会公用事业，像市内公路、自来水公司一样，是国家必不可少的，带有公用性质的，而且不是以赢利为目的，它带有一定的天然垄断性。”

“基础电信网络是一种公共企业，像又细又长的面包，低利润经济，吃不饱死不掉。新公共企业通过低利润赚取更多的收入。”杨培芳说，“我曾经算过一笔账，20多年来，除了IT行业其他许多行业的价格都涨了10到100倍，因为成本在飙升，有的还是赔钱。但只有信息通信行业，有个‘零边际成本’新经济规律，可以实现一边降价一边赚钱，目前仍有降价的空间。”

杨培芳认为，信息经济和传统经济是有区别，应该按新公共企业的方式去发展：“网络中立必须给予相应的优惠政策。如管线、铁塔、基站、楼顶设施的建设在美国都有优惠政策，而且美国有一个公共经济的普遍服务体系，中国没有建立起来这样的体系，这也是现在推进公共企业的难点。”

假如中国有一个电信公共企业出现，那又如何保障网络的扩容和技术的演进呢？“这样一些公共事业的发展由于不以赢利为目标，就无法从社会上获得大量的资金，收入的资金维持运营，由纳税人来促进技术更新。”舒华英说，“如果这样做，就需要对现在运营商的基础资产和网络进行相应的整合和剥离，这又会涉及到运营商的重组问题，是一个更加复杂的问题。”

来源：《中国电子报》2015年05月05日

半导体设备业合并大案终止不改整合大势

引起全球半导体产业关注的“世纪大合并”——排名第一的半导体设备厂商美国应用材料（Applied Materials）和排名第三的日本东电电子（Tokyo Electron）合并案，在最后关头意外生变，由于美国司法部对两家公司的合并提出异议，合并案就此终止。

4月26日，两家公司均在公司网站上发布公告，宣布双方已经同意终止商业合并协议。应用材料公司总裁兼首席执行官盖瑞·狄克森表示：“我们视合并为加速公司市场战略的重要机遇，并且努力地去实现它。尽管我们对于未能达成交易感到失望，不过我们现有的增长策略依然令人振奋。我们已经全力推动策略不断前行，并且已经朝着我们的目标取得了重大进展。”东电电子也发布新闻稿称，在4月27日的董事会上，东电电子决定终止与应用材料公司的业务合并协议。2013年9月24

日全球半导体制造设备企业中排名第一的美国应用材料公司与排名第三的日本东电电子公司宣布达成经营合并协议。

中国电子专用设备工业协会副秘书长金存忠认为，无论是应用材料还是东电电子均为行业巨头，双方的销售额合计高达 140 亿美元，全球市场份额超过 25%，部分前道生产设备市占率超过 50%，比如刻蚀机等。两者的合并过于敏感，有可能对行业内的公平竞争形成不利影响。合并案的终止，使产业仍将维持原有的产业竞争格局。而根据应用材料公司新闻稿披露的资料，也部分印证了这个看法，“针对合并案两家公司协商后向各国相关监管机构所提出的救济方案，并不足以弥补合并后可能带来的竞争损失。”

但是，从行业发展趋势上看，半导体业的并购整合是大势所趋，无论是 IC 设计、晶圆制造，还是设备制造业，都在走向整合。这是因为半导体是一个周期性非常强的行业，这种行业景气度的周期性冷暖交替，对产业链上各家公司都构成了巨大的财务压力。当下行周期到来时，所有设备公司都要设法熬过“难过的冬季”，与此同时还要不间断地进行新产品开发。只有这样才能在下一个上行周期到来时跟上产业的发展节奏，不被淘汰。在此过程中，大公司的体质更为健全、实力相对雄厚，也就更加容易撑过不景气的“冬季”，特别是在国际半导体设备行业，多年来已经形成高度集中的局面。因此，未来中国半导体企业（包括设备企业）仍将持续面对国际大企业的强势竞争。

近年来，国内半导体设备行业技术水平得到较大提升。8 英寸集成电路制造的主要关键设备已具备供货能力。目前刻蚀机、离子注入机、薄膜生长设备、氧化炉、LPCVD、退火炉、清洗机、单晶生长设备、CMP 设备、封装设备等已基本形成国内配套能力，技术水平基本可以满足用户要求。在 12 英寸 28 纳米技术代的前道主要关键设备研发上也取得了很大进步，部分设备进入大生产线验证，取得较好效果，12 英寸 45 纳米部分关键设备完成大生产线验证，陆续实现国内外销售。刻蚀机、PVD、离子注入机、氧化炉、铜互连清洗机、LPCVD、PECVD、光学检测设备等一批关键设备已完成 45 纳米工艺验证，主要技术指标达到了国际主流产品水平，刻蚀机产品实现海内外销售 70 余台。部分 28 纳米前道关键设备已完成客户小批量测试。

尽管取得一定进步，但是设备领域一直是中国 IC 的传统弱项。过去 10 年中，中国企业在设备领域也有所布局，包括刻蚀机、清洗设备、扩散炉以及光刻机等。可是主要的问题仍是规模小，研发实力弱。初步估算，中国的很多产品与先进水平相差两代左右。

尽管此次应材与东电的合并案终止是因为过高的集中度，但是做强中国半导体设备业，企业间的整合并购仍将是重要手段。国际上半导体装备企业越来越趋于垄断，企业间的兼并经常发生。纵观国内半导体装备企业，近几年虽然发展很快，但

与国际企业相比普遍规模较小，自我生存能力较弱，融资渠道不畅，在主流市场上与国外同行竞争仍面临着许多困难，加之半导体设备前期投资大，回收期长，企业单打独斗将难以为继。

因此，国内企业间只有加强合作与整合、资源共享，提高资产使用效率，才能与国外竞争对手抗衡。

来源：《中国电子报》2015年05月05日

移动支付市场很拥挤前景美好还是要去看看

在过去的一年，移动支付一直处于中国互联网产业经济的风口，包括运营商、手机厂商、苹果、Google，以及零售商都在争夺全球近一千亿美元的蛋糕。市场如此拥挤，竞争如此激烈，面对障碍和困难投身者依然全力争夺，就如谷歌支付业务副总裁当年的毅然决然：“我们不会放弃移动支付市场”。用如今流行的一句话：世界很大，还是要去看看”。

巨头争相圈地移动支付

在去年，甚至在过去几年当中，移动支付一直处于中国互联网产业经济的一个风口。根据全球性市场研究与咨询机构 StrategyAnalytics 调研，消费者在店内购物的兴趣日益增长。90%的零售出现在商店内，电子 PayPal 的使用也不断增长。

在国际上，苹果的 ApplePay 对 NFC 的支持，推动整个 NFC 的支付生态系统演进；2015年2月，三星收购移动支付系统 LoopPay，3月在美国推出 SamsungPay，并将在下半年美国韩国首发，支持移动支付。

而在国内，支付宝、微信支付国内两大支付平台，在市场争夺方面同样不惜血本。支付宝率先与华润万家、家乐福达成合作，商超品牌将全线接入支付宝钱包支付。

随后，微信支付于今年4月与家乐福中国也达成全面合作，家乐福全国237家门店将陆续接入微信支付。

而终端厂商小米近期也传出可能在下一款新机导入指纹识别应用服务，进一步进军移动支付市场。

....

无论是国内还是国外，无论在商超、便利店，还是商家，移动支付已经成为一种满足人们日常消费习惯的支付方式。那么，

市场这么拥挤，我们还要去看看吗？

有多么拥挤，听听分析师的意见。“不同的地区随着整个时间的发展，用户数也在不断的增加。经过我们的预测，其中中国地区到2020年底，移动 NFC 支付的用户大概会达1700万了”，StrategyAnalytics 分析师杨婧指出。

而根据中国人民银行发布的《2014支付体系运行整体情况》显示，去年全国移

移动支付业务总量已经达到 45.24 亿，金额达到 22.59 万亿元，同比分别增长 170.25 和 134.30%。

不言而喻，移动支付市场已经很拥挤，其中包括运营商、手机播放器、手机厂、苹果、Google，还有零售商，一些独立厂商都在争夺全球将近一千亿美元的一个手机支付市场机会。

盘子很大，困难也是有的。由于互联终端和关键技术的起用，包括 HCE，标识化系统，人脸识别系统，以及定位系统，目前支付平台非常的普及，技术创新也已经达到一个相对比较先进的水平。但是，由于整个产业链的发展比较缓慢，导致商业模式创新跟不上技术创新。

虽然整体市场集中度非常高，竞争也非常激烈，但艾瑞人士认为移动支付还是处于一个发展初期，真正的战场是在线下，“在线下的过程当中，依然存在很多的不确定性和很多可能性，整体市场和空间还是有的”。

兵败与否，届时就要看各家企业到底走哪一条路，这种差异化的思路究竟能不能在商业模式差异化上有一些突破，方能走的更远、更久。

来源：CCTIME 飞象网 2015 年 05 月 07 日

官方详解《中国制造 2025》和德国工业 4.0 差异化

2014 年，由工信部牵头，会同国家发改委、科技部、财政部、质检总局、工程院等 20 多个国务院有关部门，组织 50 多名院士、100 多位专家来编制《中国制造 2025》规划，加快从制造大国转向制造强国的顶层设计，提出了制造强国建设三个十年“三步走”的战略。这“三个十年”最终在建国一百周年的时候，要实现中国成为制造强国。

而在推进制造业发展方面，德国提出了工业 4.0 计划，使得《中国制造 2025》难免与其进行比较。对此，工业和信息化部副部长苏波在不久前出席记者会是将德国工业 4.0 与《中国制造 2025》的共同点与差异化进行了详细解读。

共同目标：信息技术与制造技术的深度融合

苏波表示，德国工业 4.0 和《中国制造 2025》这两个规划的比较，相同点就是新一轮科技革命和产业变革的主要特征是信息技术与制造技术的深度融合。基于物联网的数据革命与能源、医疗、制造、交通、农业、媒体等相结合，会产生新的产品、新的业态、新的模式和新的技术，会产生巨大的产业影响力。比如说移动互联网、物联网、云计算、大数据、机器人等新一代信息技术已经渗透到经济社会发展的各个方面，这一变革的趋势和核心就是制造业的数字化、网络化和智能化。在这一点上，《中国制造 2025》和德国工业 4.0 都是在新一轮科技革命和产业变革背景下针对制造业发展提出的一个重要的战略举措。

而在马凯副总理到德国访问的时候，也跟德国政府达成了一个非常重要的意

向，就是中德两国政府在加强工业 4.0 领域合作已经形成了六点共识：一是建立合作的机制，在中德两国政府间要建立工业 4.0 的对话机制，落实中德合作行动纲领。二是联合开展基础性、前瞻性的研究。三是工业 4.0 很重要的一点就是标准的制定，会合作制定一些新的标准。四是加强工业设计领域的合作。五是加强智能制造、试点示范的合作。六是大力开展人才交流方面的培训和合作。也就是说中德在《中国制造 2025》和工业 4.0 方面的合作是双赢的，会取得很好的成果。

差异化：中国是规模更庞大的传统产业转型

苏波认为，德国工业 4.0 和《中国制造 2025》差异化在于这么几点：第一，德国制造业具有强大的技术基础，所以它直接实施工业 4.0，在两化融合，在信息化推动“互联网+”各方面具有优势，而且产业技术比较好。中国是在工业 2.0、3.0 和 4.0 同时推动的情况下，要实现我们传统产业的转型升级，还要实现在高端领域的跨越式发展，任务就比德国实现工业 4.0 更加复杂、更加艰巨，但是异曲同工、殊途同归，最重要的目标是一样的，所以我们有巨大的合作空间。

还有，《中国制造 2025》战略规划不是完全等同于德国工业 4.0，我刚才说了，德国工业 4.0 就是瞄准新一轮科技革命制定的措施，《中国制造 2025》从始至终贯穿着应对新科技革命、推动信息化和工业化融合的思想理念和措施，但是它不是专门为应对新一轮革命制定的一个规划，它还要顾及到规模庞大的传统产业的转型升级，还顾及到我们整个产业的创新能力的提升，所以我们在未来的《中国制造 2025》“1+X”的规划体系里，将专门制定一个跟德国 4.0 相类似的落实我们《中国制造 2025》总体理念和原则的这样一个规划，比如说智能制造的规划，或者两化融合的规划，这个规划就是跟德国工业 4.0 完全一样的。还有推进方式上，我们要从 2.0、3.0 向 4.0 推进，任务更加艰巨，但是最终会形成双方在 4.0 上的会合。

来源：通信世界网 2015 年 05 月 07 日

机器人产业园大跃进全国已规划 3 万亩

与平均每周新生两个机器人公司的速度相比，中国地方政府建设机器人产业园的速度一点也不落后。从最北端的黑龙江，到南端的广东，机器人产业园在近几年内呈现出“遍地开花”态势。

根据国际工业机器人协会预测，到 2015 年，中国机器人市场需求总量将达 3.5 万台，占全球销量比重 17.5%，成为世界规模最大的市场。面对这样一个“大蛋糕”，各个地方政府纷纷“摩拳擦掌”，纷纷筹建和规划工业机器人产业基地，意图在工业 4.0 的浪潮中，率先吃到肉。

地方政府的转型梦

里面的人在折腾，外面的人拼命想进去折腾。据不完全统计，全国已建和在建的工业机器人产业园近 40 家，相当于平均每个省有超过一家工业机器人产业园，

而更多的园区还在筹备中。高工机器人董事长张小飞也称，全国产业园数目已经超过 35 个。

在机器人企业人士眼里，地方政府如此热衷机器人产业园，并不是因为这个产业能够立刻带来效益，而是出于转型的需要。

“我们到各地考察，一听是做机器人的，政府会十分热情。”该人士说。这句话的背后，是很多地方政府规划出来的土地，很多都闲置在那里，不知道应该做什么。就这样，机器人承载着政府转型的需要，被奉若上宾。

而事实上，国内很多机器人企业利润微薄。“很多企业是靠补贴生存。”上述人士说。

哈工大凭借其研究上的优势，在今年 1 月份刚刚成立了哈工大机器人集团，该集团将配合黑龙江省机器人产业发展规划和实施方案，加快推进黑龙江省机器人及智能装备产业发展。

早在去年 9 月，黑龙江省就专题调研哈工大机器人产业化工作，同年 11 月，省长陆昊主持召开省政府专题会议，研究组建哈工大机器人产业集团工作。

机器人产业，被当做是黑龙江省新兴产业的一个典型，近两年在黑龙江异军突起，在全省持续低迷的经济增长路途上，宛如一个转型升级的领舞者。黑龙江如此迫切的原因在于该省今年一季度 GDP 总量 2561 亿元，增速全国倒数第四。

在中部省份，湖南长沙市的《工业机器人产业发展三年行动计划（2015-2017）》将于今年实施，将助推长沙市雨花区打造百亿机器人产业园。该计划中称，未来三年长沙市将重点发展工业机器人系统集成、机器人本体及核心零部件、控制系统。明确提出以雨花经济开发区为主，兼顾其他工业园区。

按照当地政府的描述，该区力争三年达到 100 亿元机器人产业规模。

还有更大的手笔出现。2013 年 10 月底，重庆发布《关于推进机器人产业发展的指导意见》，对“机器人之都”进行量化，提出：到 2020 年，重庆机器人产业销售收入达到 1000 亿元，机器人产业成为新的支柱产业。在“机器人之都”框架之下，重庆规划了两江新区工业机器人和配套功能区、璧山工业园特种机器人功能区，江津双福工业园服务机器人功能区。

在最南方的深圳，近日，深圳市科技创新委向银星集团颁授深圳市智能机器人产业园牌匾，这标志着深圳市首个智能机器人产业园正式落户龙华新区。

这些承载着地方政府转型梦想的机器人产业园就这样被推上了舞台。

掣肘：产业配套能力不足

一家外资机器人企业经理宋先生告诉记者，这是一个非常危险的信号，有点“大跃进”的感觉。

更危险的在后面，国内机器人龙头企业沈阳新松机器人股份公司总裁曲道奎曾

表示，2014年机器人行业是“企业热、政府热、全民热”。不过，曲道奎表示，怎样避免低水平质量重复等问题，考验着政府和企业的智慧。

甚至有的地方政府已经提出每台机器人补贴8万元的具体措施，有的城市要求机器人产业2020年销售收入达到500亿元甚至1500亿元。

于此相对应的是，一位专家告诉记者，中国机器人本体制造企业35家，其中内资企业26家，2013年中国国内工业机器人企业年产量均小于500台，2013年本土品牌机器人销量仅仅2000台。

一家国产机器人企业负责人告诉《中国企业报》记者，一台机器人的核心部件共包括三项：控制系统、伺服电机和减速器。其中减速器完全需要依赖进口，而控制系统和伺服电机，国内有一定的自主研发能力，但适用机器人的范围还较为有限。由于国内生产企业产能低，产量小，因此在进口零部件时，价格要比那些进货量大的厂商贵，成本高。

“即便是有产业园，国内企业零部件也跟不上，很多要依赖于进口，国内机器人企业不少成为了集成商，就是因为没有核心零部件的产业配套能力。”该负责人说。

即便如此，高工机器人产业研究所(GRII)统计数据显示从2014年1月份《洛阳市工业机器人及智能装备业三年攻坚行动计划》出台，到年底深圳市机器人产业发展规划的正式发布，全国各地至少有超过15个地方政府出台了机器人发展规划或“机器换人”政策。

更令人恐惧的是，GRII统计数据显示，截至2014年年底，全国已建或拟建的机器人相关产业园(基地)已经超过35个，产业园规划面积超过3万亩，到2020年，全国机器人产业规划投资额已超过5000亿元。

国际模协秘书长罗百辉的调研显示，重庆、天津、上海、河南洛阳、郑州、江苏常州、南京、张家港、昆山、徐州、黑龙江哈尔滨、辽宁沈阳、沈抚新城、湖北武汉、襄阳、安徽芜湖、河北唐山、山东青岛、潍坊、湖南郴州、长沙、浏阳、广东广州、深圳、东莞、佛山、中山、惠州、广西柳州、浙江杭州、丽水、四川成都、江西九江、山西太原、晋城、陕西西安等36个城市都将机器人产业作为当地重点发展对象。

一位部委官员曾对记者担忧地表示，一个未成熟的产业很可能会遇到产能过剩的困扰。

模式解读

东北：我国最早的工业机器人生产区

东北是国内老工业基地，是最早从事于工业机器人生产的地区。主要企业包括沈阳新松机器人公司、哈尔滨博时自动化设备公司等，其中，成立于2000年的沈

阳新松公司是我国机器人第一家上市公司，目前占据了国产工业机器人 1/3 的市场份额。

在哈尔滨，依托哈南工业新城规划辟建了 3 平方公里机器人产业园区。在哈南工业新城机器人产业园区，送餐机器人、炒菜机器人等服务机器人让人啧啧称奇，服务机器人在这里很快将实现量产。辽宁的沈抚新城机器人产业基地，规划面积 5 平方公里，产业定位是重点发展机器人及智能装备产业。

京津冀：技术支撑的特色机器人产业基地

京津冀地区因其技术优势，机器人产业也有所发展。代表企业包括北京紫光、艾捷默、远大超人、拓博尔等，覆盖领域包括工业机器人及其自动化生产线、工业机器人集成应用等产品和服务。

天津市支持工业机器人、警用机器人、安全机器人、矿山机器人、水下机器人、医用微创机器人的研发及产业化，到 2015 年，产业规模达到 200 亿元。机器人产业作为河北省唐山国家高新区重点发展的战略性新兴产业，培育了一批包括唐山松下、开元等龙头企业。唐山高新区焊接机器人国内市场占有率超过 30%，成为富有特色的机器人产业基地。

长三角：依托制造业的机器人产业集聚区

长三角地区是中国汽车制造业、电子制造企业集中地，也是重要的机器人自动化公司集聚地。主要企业有上海富安工厂自动化公司、上海机电 [3.27% 资金研报] 一体化工程中心、上海广茂达伙伴机器人公司等。

上海已成为国内最大机器人产业集聚区，从布局来看，浦东和宝山有可能成为国内最重要的机器人产业园区，未来上海将立足机器人产业化和示范应用两个环节，至 2015 年达到 200 亿元的规模。机器人产业是昆山重点发展的十大特色产业基地之一，2012 年获批国家火炬计划特色产业基地。到 2015 年形成工业机器人和智能机器人两大类完整产业链，年产值 200 亿元。

特别提醒：如果我们使用了您的图片，请作者与本站联系索取稿酬。如您不希望作品出现在本站，可联系我们要求撤下您的作品。

来源：《中国企业报》2015 年 05 月 12 日

运营竞争

【竞合场域】

谈谈运营商的互联网 + 和 “+” 互联网

最近，互联网 + 俨然成为最热的行业关键词，甚至上升为国家战略。那么，运营商能从中获得什么收益呢？德瑞首席顾问宋永军认为：运营商要想从互联网战略中获得收益，关键还是要明确是“互联网 +”还是“+”互联网。对于通信行业，+ 互联网显得会更加务实和有效。

第一、运营商必须坚定 + 互联网策略

坚定 + 互联网意味着运营商从此不再回避移动 voip、固网 voip，不再担心管道化趋势（由此对抗这种趋势）而是转而拥抱这种趋势。从 2015 年第一季度运营数据看，运营商话音、短信等收入几乎都是快速下滑而且是加速下滑。这说明运营商阻击“语音网络化”等策略并成功。大量客户的话音转而流向网络。据某 vc 机构调研，中国至少存在 6000-9000 家地底下 voip 商。运营商应该尽快推出自己的 voip 客户端甚至作为一种内生应用直接内置在手机里。

第二、运营商必须从战略层面塑造 + 互联网机制

所谓 + 互联网机制就是运营商在确保满足国资委保值增值要求的前提下，利用混合所有制，战略参股并与大量市场上的互联网公司合作，形成一种“通信投资资金 + 互联网机制人才 + 互联网产品 + 通信分发渠道”多新型合作模式。运营商尽量避免进入内容和应用领域，而直接将重心定位在“市场上最为强大的渠道分发平台”，成为互联网领域的流量汇集和分发中心，通信行业等沃尔玛。通过这重战略，一则能让运营商业务瘦身，减少庞杂的 kpi 指标压力；二则能形成新的内部创业机制，聚焦有限资源做强渠道；三则能有效管控产业链，占据与客户接触的界面。也就是说运营商要成为“腾讯 + 百度 + 阿里巴巴”的综合体，这才是运营商互联网战略的王道。运营商必须尽快摒弃现在的“追随战略”，互联网做什么？运营商就做什么？这个策略实际证明是基本失效的。

第三、运营商必须全力打造强大的 IT 系统架构，从互联网业务属性角度重塑 IT 理念

当前，运营商很多业务在开展其实受制于 BOSS 系统、计费系统、网管系统等 IT 架构。这些系统建立之初是基于电信思维，过于强调 QOS 电信级保障。而对于能力计费、融合计费、按需应变在客户体验等弹性架构设计过于忽视。运营商应借鉴 BAT 这些互联网企业在 IT 平台，重新架构基于互联网在运营支撑系统，才能确保能力开放得以实现。

来源：CCTIME 飞象网 2015 年 05 月 11 日

用户数破 500 万：为何仍难解虚商盈利难题

日前，有媒体报道称虚商用户已突破 500 万户，但用户数的猛增并不代表虚商活得就好。这从目前用户数领先的虚商是否盈利就可看出。

此前，蜗牛移动 VP 刘启诚、用友用友通信副总裁白弢等均表示，“由于移动转售业务前期投入比较大，虚商预计发展到 50-60 万用户时，才可实现盈利。”

而排在用户发展领先位置的蜗牛移动、苏宁、国美、迪信通等用户数已超 60 万。按照预测这些企业的移动转售业务理应实现盈利。但实际情况却是没有一家企业宣布自己的移动转售业务实现了盈利。

据统计，2015年3月我国虚拟运营用户的ARPU为13元/月/户，470万用户对虚拟运营商的月贡献值为6110万元，其中大部分收入还需要上缴基础运营商，剩下的收入平均到每家虚拟运营商也不过100万元左右。而根据工信部数据，截至目前，虚拟运营商的投资已经高达21亿元。

对此，业内专家称，由于虚商在大力发展用户时并不关心该用户ARPU值如何，只是为了发展用户而发展，这就造成了整体虚商用户ARPU偏低，难以帮助虚商实现盈利。此外，更为重要的是虚商在业务准备期投入成本过高，导致了投资回收周期延长，盈利困难等问题。

据了解，此前，为了满足自己通信能力与业务整合的需求，大部分有一定资金和技术的虚商都选择了自建系统或者是在三大运营商提供的系统基础上进行二次开发，很少有虚商是直接将三大运营商系统租来直接用的。同时，在宣传初期，自建系统也成为虚商宣传的噱头以标榜自己真的要认真去做移动转售业务，能给用户带来不一样的体验。但实际上，自建系统无疑增加了虚商成本投入。本来，虚商获得的通信资源价格就很高，再加之动辄数千万的后台系统建设成本，虚商想要盈利仍旧任重道远。

来源：C114 中国通信网 2015年05月06日

面对移动互联网免费模式冲击半数虚商忙转型

5月6日消息，一份来自IBM全球企业咨询服务部报告显示，其调研18家国内转售企业中，过半企业认为自己移动通信转售业务发展未达到预期目标。

报告显示，在经受了电信市场残酷打击后，虚商纷纷开始寻求突围之路，向移动互联网厂商转型成为了虚商最为看好的方向。在该报告选取的18家虚商中，有接近40%的转售企业希望转型成为移动互联网企业，超过32%的转售企业则希望成为有移动互联网能力的传统企业，超过20%的转售企业希望具备线上和线下整合能力。

1、发展缓慢：转售企业均认为批发价格高、商业模式不清、IT投入成本过高是制约自己发展主因。在调查的18个企业中，半数企业觉得缺乏真正优质的商业模式成为转售业务发展的最大挑战；

2、赔本赚吆喝：国内传统电信市场饱和，存量用户已经超过12亿，人口红利带来的高速发展已经不复存在，电信业已进入到发展缓慢，微利的时期。虚拟运营商进入太晚，为了与传统运营商竞争，虚商首先只能是让自己的价格与传统运营商持平或是更加便宜。但这就导致了虚商只能往转售业务上贴钱，却不能赚到钱的尴尬境地。

3、遭遇三大运营商后发制人。基础运营商不断推新业务，并通过渠道、用户规模的优势迅速占有市场，如流量银行、自由组合套餐、流量不清零等的推出。同

时，互联网厂商则是将免费进行到底，让虚商低资费，融合业务优势瞬间消失，如微信电话本、阿里钉钉等。

IBM 全球企业咨询服务部大中华区合伙人、通信和媒体事业部总经理郭继军表示，传统电信市场所面临的不仅是新增空间的饱和，更有移动互联网免费模式的冲击；而转售企业面对的也早已不是想象中具有丰厚垄断利润的传统话音通信市场，而是一个将以流量经营为主、运营成本渐高、跨界与融合不断加速的全新产业。

对此，通信生活报采访虚拟运营商大佬认为，虚拟运营商企业中诸多本身就是互联网，如阿里、苏宁、京东、蜗牛移动，也是移动互联网免费模式的开拓者。目前虚拟运营商用户总数突破 500 万，其中第四批、第五批移动转售企业将在未来 3 个月内迎来大规模品牌爆发期，将有 42 家移动转售商中超过 70% 的企业虚商正式商用。

工信部相关人士在接受通信生活报采访时表示，对于虚拟运营商业务要一分为二地看。互联网+是主流，转型是必由之路，企业自由选择。工信部监管主体是企业的合法经营，而对于用户数量并无规定，因此“虚拟运营商退市说”还有点早。

“到 2015 年底，如果虚拟运营商企业有数据支撑平台、服务平台以及业务，即便仅仅有 1 万用户，也不在退市之列。”

来源：《通信生活报》2015 年 05 月 07 日

拧巴的虚商：想成功就不能止步于低资费要创新

虚拟运营商入市匆匆一年，市场就弥漫在“一半转售企业坐等退市”的悲观论调下。回想当初“颠覆传统市场”的壮志，美好的理想显然只生活在童话中，转售企业不得不又一次面对业务、机制，乃至服务的创新融合。在寻求差异化发展道路上，未来业务发展能够修炼到几级就看各自的修行了。

看国内移动通信转售业务试点最新进展：截止到 2015 年 3 月底，有 21 家转售企业发布了移动通信转售业务品牌，20 家转售企业开始正式放号。从用户发展情况来看，移动转售用户达 410 万。值得肯定的是，自 2014 年 11 月份移动转售用户超过 100 万户以后，用户发展明显是在加速推进。

而根据最新消息，我国第四批获得虚拟运营商牌照的部分企业现已初步开始测试放号，其中，富士康、红豆等企业已经进入了内部公测期。而在此之前，分享通信、阿里通信、蜗牛移动、苏宁互联等较早获得移动转售业务牌照的企业现已经正式放号。

因此，市场或许并不是那么悲观。

据了解，虽然目前已经获得试点批文的转售企业在 100 多个本地网的广大区域内均已开展试点，部分转售企业也开始在自有资源的基础上，探索建立终端+内容+管道的完整链条。但取经路上多磨难，我国移动转售业务未来能走多远，还要取决

于商业模式创新的广度和深度。

对此，一直关注虚商发展的工信部电信研究院规划所市场研究部主任许立东对此深有研究：“高普及率条件下转售企业能否创造差异化商业模式才是最关键的”。他认为，“从目前我国转售企业的创新实践看，个性化定制套餐、流量结转与分享，几乎成为转售企业产品的标配。而国外此类竞争手段随着基础运营商和其他转售企业的跟进，差异化竞争的优势会逐渐弱化。因此，转售企业不能止步于资费计划、流量服务的差异化，还需要进一步大力探索资源捆绑、跨界融合的深度创新”。

而作为老生常态的“批零倒挂”问题，依然是虚拟运营商“取经路上一大妖”。许立东指出，随着基础运营商大幅下调 4G 流量资费，使得流量的批发价显得较高，甚至出现了批零倒挂的现象，资源池转售模式下这个问题更加突出，不利于移动转售业务的发展。

对这一现象，最有发言权的中国虚拟运营商产业联盟秘书长邹学勇最近接受媒体采访时也表示：“传统运营商在手机号码服务已形成‘红海’格局，对虚拟运营商的进入，运营商接受度需要一个过程，才能形成通信‘市场经济’。批零倒挂将会堵住虚拟运营商规模发展，也是行业发展倒退的一堵墙”。

“运营商零售价远远低于虚拟运营商批发价，最终让 42 家虚拟运营商情何以堪”，邹学勇如此表达。

有结才需解。许立东建议尽快建立移动通信转售业务批发结算价与基础运营商零售价联动调整机制，当基础运营商市场零售价格发生重大调整时，基础运营商应与转售企业及时协商调整批发结算价格。

同时，“随着 FDD 牌照的发放，建议基础运营商结合各自 4G 业务发展计划，尽快开放 4G 转售业务，并根据 4G 资费计划调整转售业务批发价格，以促进转售企业与基础运营商共同做大蛋糕”。

《西游记》中，虽然历经磨难，师徒四人最终还是取到真经。对于这 42 家已然迈进转售市场的虚商企业来说，在创新商业模式和差异化发展道路上多坚持一下，或许并不会会有“一半企业坐等退市”如此的凄凄切切。

最后，引用某微博自媒体大咖一句话：假如实现了全国范围的携号转网，用户不用换号可以自由选择运营商，那么你会选择留在或转到移动？联通？还是电信？还是某个虚拟运营商？

如此，或许就离成功不远了。

来源：CCTIME 飞象网 2015 年 05 月 08 日

【市场布局】

宽带市场开启烧钱模式 民资入场容易留下难

宽带网速一直是风口浪尖的话题，随着运营商 4G 全面商用提速，我国进村入

户的有线、无线宽带网络都达到了百兆水平。4月中旬至今，三大基础运营企业陆续在各地启动了“提网速、降网费”相关主题的促销活动，不管是为了炒热 5.17 世界电信日，还是表态落实“总理关切”，这个 5 月，新一轮的宽带网络“降价促销大战”已经徐徐揭幕。

运营商竞速“双百兆”

中国电信集团 4 月下旬表态，将从 5 月 17 日开始，针对全国 100 个重点城市，完成 80% 以上 DSL 小区光纤改造，主推百兆宽带。百兆光纤宽带、百兆天翼 4G，中国电信宽带网络发展正以“双百兆”全速推进。

今年以来，在上海、江苏、广东、福建、海南等地，中国电信已经悄然启动了新一轮宽带网络大提速。上海电信从今年 3 月 18 日起，面向全市宽带用户，启动“百万用户享百兆、高清电视再升级、网龄计划真回馈”的第七次“智慧城市”宽带大提速；江苏电信近日发布了“宽带手机”，可为家庭上网提速至百兆；福建电信在“宽带大提速发布会”上表示，将投资 10 亿元用于光宽带网络建设（其中引入民资 3 亿元），通过“七大举措”和“六大重点领域”大提速行动，向社会广泛提供“主流 4G 和光宽带”的“双百兆”服务。海南电信为全省电信光纤宽带用户免费提速至 12M... ..

事实上，不仅仅是中国电信，中国联通和中国移动同样在围绕百兆宽带和百兆 4G 推进宽带网络提速降价。北京联通将于 5 月启动全网大提速，2G、3G 用户全面开放 4G 网络，固网宽带用户则通过光纤化改造后享受 100M 的超快速率。中国移动百兆光纤宽带也陆续进入市场。

应该说，运营商双百兆的竞速是市场竞争倒逼的结果。“5 分钟的视频，我看了 1 个小时”，“办理身份证两年未果，派出所称网太慢”... ..这些吐槽网速的段子虽然夸张，但也真实的道出了网民对宽带提速的渴望。最新的媒体调查显示，对目前宽带网速不满意的网民比例高达 73%。让百兆宽带真正的连接到用户手上的终端，显得刻不容缓。

用户装宽带将有更多选择

宽带网络降价、提速，单单从网络建设运营成本上来说，这是很好理解的市场经济规律，但是放在国内的宽带市场环境中，就变得有些说不清道不明。面对宽带网速和网民期待的落差，工信部通信发展司司长闻库近日做出了较为全面的权威回应。他表示，工信部未来将通过加大投入、引入民营资本、推动老旧小区改造和多家通信公司进小区、加大共建共享、加强管理等五大举措来加快解决“网速慢、资费高”的问题。

工信部称，今年整个运营企业在宽带以及通信的投资是 4300 亿，同比增加 10%。中国移动、中国联通、中国电信在 2014 年度总营收分别为 6414 亿元、2846.8 亿元、

3243.9 亿元，2015 年网络投资计划分别为 1997 亿、不超过 1000 亿、1078 亿元，占比达到 31%、35%、33%。三大运营商的投资已经超过收入的 30%，可以说，相对于国际运营商的 10%-20%来说，国内运营商在网络建设方面已经开启了烧钱模式。

那么引入民营资本进一步激活市场竞争，能否真正实现宽带网络提速降价，真正实现惠民呢？今年 3 月，工信部宣布，包括上海在内的 16 个首批试点城市，民间资本可以多种模式进入宽带接入市场。这意味着，除了传统三大运营商，今后还可以选择民营企业提供的宽带业务。目前该业务已经吸引了数百家企业申请，最快本月，虚拟宽带运营商将真正的进入到市场。其实早在 2001 年，原信息产业部就在包括上海在内的一些城市，允许民营资本进入宽带市场，并由此产生长城宽带、方正宽带等品牌。

可以预见，和移动转售市场一样，民营企业进入宽带市场后，将在一定程度上整合黑宽带厂商，倒逼三大运营商提升服务，乃至降低价格。但是更多竞争者入局的同时，在配套政策未完善的背景下，也将给宽带接入的“最后一公里”制造更多的麻烦。

宽带市场进门容易留下难

我国宽带网络被指网速慢、网费贵的一个口实是三大运营商的垄断。三大基础运营商占据“源头资源”，转售商看中的是牟利的契机，加之《电信法》等相关法规的缺失，导致“最后一公里”接入环境乱象丛生，这些问题都制约着宽带的发展，网速问题的改善。

民资宽带或在 5 月发牌，民资的输血价值被寄予厚望。民营资本进入宽带市场，将进一步拓宽宽带基础网络建设资金来源，破解“最后一公里”接入难题。然而，一如目前虚拟运营商移动转售业务的困境，民营资本进入宽带市场，要以宽带业务本身立足市场并不那么容易。

事实上，国内三大基础电信运营商的宽带竞争一直很激烈，资费也在持续下调，只是还未达到用户断崖式的降价期望。三大运营商 2014 年的年报显示，2014 年，中国移动的收入就达 6000 亿，净利润达 1300 亿，利润率超过 20%，单单从数据上看，资费还有很大的降价空间。但是再看看中国电信、中国联通，二者的利润率只有 5%，可以说一半是海水，一半是火焰。在宽带网络市场上，三家是在一个平台上竞争的，恶性竞争、互相倾轧不断。而在三大运营商之外，小区、校园的入场费，雁过拔毛进一步推高网络成本。

民营宽带运营商在宽带网络成本上缺乏议价能力，在技术上也难言优势，管理模式和服务将是其发力的重点。在移动通信转售市场上，虚拟运营商一年来磕磕绊绊的试点已经作了前车之鉴，民营宽带运营商要有所作为，首先还需要相应的监管体系来护航。

因此，破除宽带发展、网速偏慢的弊病，不仅仅是加大网络建设力度，引入竞争这么简单。仅仅依靠反垄断法或者督促工信部和运营商，很难消除积弊，取得明显成效。除了进一步开放市场，以相关法规推进“最后一公里”入户问题的解决同时，建立互通互联等保护竞争的规则体系，出台《电信法》才能有效发挥市场竞争的作用。

来源：《通信信息报》2015年05月07日

中国联通西安数据中心投入运营

西北地区规模最大、技术等级最高、业务最全的信息产业基地和大数据处理中心——中国联通西安数据中心，近日正式投入运营，首批客户入驻园区。当天，陕西联通还与西咸新区沣西管委会签署了“三秦中小企业云”项目合作协议，在推进“互联网+”行动计划方面迈出了实质性步伐。

集最先进理念技术于一体与世界一流 IDC 保持同步

2012年3月13日，中国联通与陕西省人民政府在北京签订战略合作协议，双方达成共识，将本着发挥优势、相互促进、长期合作、互利共赢的原则，在基础设施建设投资、通信服务、产品提供、资源共享等领域建立战略合作伙伴关系。为贯彻落实战略合作协议，加快实施《关中一天水经济区发展规划》和《西咸新区总体规划》，推进西咸新区沣西新城信息产业发展，中国联通陕西分公司与沣西新城管委会签订了项目合作备忘录，确定在西咸新区沣西新城信息产业园建设中国联通西安数据中心，包括云计算中心、数据中心、呼叫中心、灾备中心和通信运营中心。

2012年11月，中国联通集团公司批准西安数据中心立项建设。项目规划建筑面积27万平方米，总投资30亿元。整个项目计划分三期投资建设，全部建成后可提供约3万个标准机柜、50万台服务器的运营能力，提供10000个标准呼叫坐席，可为当地提供超过2.5万个就业岗位。

作为央企进陕第一个落户西咸新区的信息产业项目和“数字丝绸之路”重点项目，中国联通西安数据中心建设得到了陕西省委、省政府和西咸新区管委会的大力支持，省委书记赵正永、省长娄勤俭、省政协主席马中平等领导曾多次深入项目施工现场进行调研指导。

在政府相关部门的大力支持下，陕西联通在较短时间内按照建设流程完成了项目的规划、环保、建设、质检、安监等审核和审批工作，项目推进非常顺利。一期工程2栋3万平方米标准化IDC机房楼、2栋5400平方米动力中心楼、1栋1万平方米通信枢纽楼于2014年5月全部封顶，2014年11月底部分设备加电调测。

目前，一期工程已全部完工，水、电、制冷等配套设施全部到位，三路由出口通道已打通，网络安全设备已上线运行，具备客户设备安装、入驻条件，可为全社会提供4000个高标准的数据机柜，最多可容纳8万台服务器运行。数据中心机房

严格按照国际领先的 T3 行业设计标准，集最先进的 IDC 设计理念和绿色节能技术于一体，与世界一流 IDC 保持同步，成为国内运营商中首家通过 T3 等级认证、能够为全社会提供同等级服务的数据中心，为陕西云计算、大数据、物联网等产业快速发展打下了坚实的基础。

编制智慧应用技术标准促进社会公共服务均等化

在加快项目建设的同时，陕西联通依托中国联通西安研究院的人才、技术和产业链优势，与政府行业主管部门、高校、企业等建立广泛的科研与产业发展合作关系，承担了《陕西省两化深度融合五年行动计划研究报告》、《西安国家下一代互联网示范城市建设工作方案》及陕西省智慧物流、智慧教育、智慧医疗、智慧园区、智慧社区、智慧旅游六项智慧应用技术标准的编制任务，并与搜狐等多家国内知名互联网公司和银行签订了入园协议，先后完成延安、商洛、宝鸡等地市智慧城市顶层设计。

同时，陕西联通还在云计算产品体系研究及开发、开放平台架构及运营研究、技术咨询、队伍建设等方面取得重大进展，已开发出健康云、医疗云、教育云、社区云、中小企业云等产品，并陆续向社会提供信息化服务。在促进基本社会公共服务均等化、全民医改、社区养老、助力中小企业成长等方面作出了积极的贡献。

该数据中心还吸引了国家卫计委全国人口信息处理与备份（西安）中心、国家林业局信息系统及数据灾备中心，以及国家测绘局、国家统计局、人社部、中国人民银行等 6 个国家部委数据处理及灾备项目落地园区，与国家气象局、平安银行等多个政府部门和金融企业达成了数据灾备合作意向。

致力打造“国家级大数据处理中心与服务产业示范基地”

陕西联通总经理谢国庆表示，下一步将在省委、省政府“举旗大数据，示范引领新产业”的产业方向引导下，以“规模化集中吞吐、深层次整合分析、多领域社会应用、高效益持续增长”为目标，继续坚持“创新、开放、合作”战略，认真落实政府工作报告提出的“互联网+”行动计划，加强产业链上下游合作，围绕移动互联网、云计算、大数据、物联网等领域，加大创新力度，进一步拓展互联网在工业、农业、服务业和社会管理等领域的应用广度和深度，大力促进信息消费，加快形成高层次、带动性强的经济新增点。

陕西联通将面向陕西省数千家创业机构、教育机构、制造企业和中小企业，打造陕西云计算公共服务平台，促进信息技术和传统产业的“生态融合”，并充分发挥数据中心的基地优势与专业优势、人才优势，加快完善信息服务产业区、信息研发总部区、信息技术产业区、高端 IT 企业集聚区和生活配套服务区等五大功能区，为入驻企业提供一流的专业化服务；为政府部门推进信息化与网络经济发展做好支撑，将中国联通西安数据中心打造成“国家级大数据处理中心与服务产业示范基

地”，使之成为支撑陕西信息化与网络经济发展的基础平台，为全方位提升陕西信息化水平，建设富裕陕西、和谐陕西、美丽陕西作出新的更大的贡献。

来源：《人民邮电报》2015年05月11日

北京电信推“轻”宽带可获半年免费使用权

近日，为满足用户对宽带高品质的需求，北京电信提出了全新的宽带理念——华翼“轻”宽带，并在新理念的基础上向用户推出三个“0”负担概念，为宽带用户有效解决了安装穿墙打孔损坏墙体、申请流程繁琐、宽带品质欠佳等问题。

据悉，此次北京电信将华翼宽带重新定义，以“轻宽带”为主题，同时推出的三个宽带“0”负担，具体表现为墙体“0”负担、开通“0”麻烦、品质“0”担忧。

具体来说，墙体“0”负担是指宽带不破坏墙体，不打孔，不走线。无需专人上门安装、无需布线、不破坏墙体，用户只需借助歌华有线电视线路，直接连接高清机顶盒即可开通宽带网络，实现室内装修“0”破坏。

其次，开通“0”麻烦即网络订购，自助开通，即插即用。需办理华翼宽带的用户可通过北京电信官方网站进行网上订购办理，装机时选择自助开通即可使用，无需重复进行拨号登陆，即插即用快速便捷，真正实现用户足不出户开通宽带。

而品质“0”担忧则指的是中国电信与歌华有线携手重磅打造的光速宽带。众所周知，华翼宽带是2014年北京电信与歌华有线携手打造的一款面向家庭客户提供光速有线宽带上网服务的新产品，是利用中国电信高品质带宽，与歌华有线进行双向网改造的网络线路构建的高品质、覆盖广的有线宽带网络。

在确保宽带品质的同时，华翼宽带在价格上也十分亲民，以10M宽带为例，包年价格仅需880元，北京郊区用户购买可享受799元/年优惠价，而CDMA后付费合约用户（需为同一客户）填写手机号验证通过也可享受与郊区用户一样的优惠价格。

此外，针对家庭宽带用户，北京电信还推出了全新的游戏活动。即日起，用户可登录北京电信官方网站(189.cn)参与游戏活动，最高可得华翼宽带6个月免费使用权。

来源：通信产业网2015年05月07日

中移动携政企共建亚太示范电子口岸网络

4月30日，中国移动与上海市政府、正大集团签署《共建亚太示范电子口岸网络，推动上海跨境电商迈向全球产业链整合新阶段》战略合作备忘录，同时与正大集团、上海信投、中信集团、伊藤忠商社签署合作建设跨境电子商务生态圈的战略合作框架协议。上海市委副书记、市长杨雄和中国移动董事长奚国华、正大集团董事长谢国民、中信集团总裁王炯、伊藤忠商社社长冈藤正广等出席了签约仪式。

2014年11月，亚太经合组织（APEC）第22次领导人非正式会议批准了《亚太示范电子口岸网络工作大纲》，同意在上海等口岸建设亚太示范电子口岸网络，利

用云计算、大数据、物联网和移动互联网等信息技术手段，推进亚太地区电子口岸网络建设和互联互通，提高亚太地区供应链整合和贸易便利化水平。

跨境电子商务是经济全球化和“互联网”背景下出现的新型国际贸易形态，将成为亚太示范电子口岸网络的重要应用产业。中国移动与正大集团、上海信投、中信集团、伊藤忠商社 5 方签署的战略合作框架协议，将立足上海，共同打造具有全球竞争力的、基于移动互联网的跨境电商 O2O 社交购物平台和产业生态圈。

上海市人民政府表示，将支持中国移动、正大集团作为创始成员参与亚太示范电子口岸网络建设和跨境电子商务的试点，率先实施业务创新和应用推广。

来源：《人民邮电报》2015 年 05 月 07 日

技术情报

【趋势观察】

WiFi 全城免费离我们有多远？

1 小城新闻撩拨深圳

5·1 小长假，作为内陆城市的贵阳，最抢眼的事是全市有 16 个城区含 5 条主城区干道沿线，率全国城市之先，实现了免费 WiFi。有一位省人大工作人员在其朋友圈上晒出的微信说，免费 WiFi 手机接收视频比 4G 还快。

来自多彩贵州网、新华网等几十家国家和地方媒体的报道证实：早在 2014 年 11 月，贵阳市就携手富士康科技集团、阿里巴巴集团、世纪互联集团，开始共同打造贵阳全域公共免费 WiFi 城市项目，建设全城、全覆盖、全天候免费使用的互联网无线 WiFi。目前开通的 16 个区域，只是整个无线城市项目的第一期工程。

1 月 5 日，贵阳市就出台了《关于加快推进大数据产业发展的若干意见》，提出要通过宽带贵阳和全域公共免费 WiFi 城市的网络平台建设，推动社会、企业和个人动态数据的“块”上集聚。力争用两年时间，在贵阳市建成全球首个“块数据”公共平台，大数据产业总量规模突破 2000 亿元。计划用三年实现全城免费 WiFi 覆盖。

2 从 15 个到全城域

两个月前，在全国两会上，全国人大代表、致公党贵州省委副主委、贵阳市副市长毛有碧就对记者表示，免费 WiFi 系统，是贵阳市进入大数据产业时代的基础性支撑。也有消息说，“推动贵阳建设全国首个 WiFi 城市”已经写入了 2015 年贵州省政府工作报告。

位于中国西部落后省区的贵阳市，早在 2 年前就以一种不甘落后的“企图心”，规划与布局了发展与互联网对接的产业。2013 年，贵阳市开始把发展大数据产业作为经济发展和体制转型的主攻方向来抓，一批大数据重点项目落点贵安新区，以大数据产业支撑的贵阳无线城市已呈现鲜明布局。

毛有碧的说法是，贵阳无线城市“将通过市场化运作，铺设一条覆盖城市全域的一个通讯管道，建设一张覆盖城市全域的光纤输送网络，从而建成免费 WiFi 系统，形成贵州独立的互联网入口。”

5月1日上午贵阳正式开通免费 WiFi，属于去年启动的“贵阳云上无线项目”的一期工程。该项目首期计划布建 AP 热点达 500 余个，总覆盖面积 12.8 平方公里。媒体起初宣布的这一批实现免费区域为 15 个，而到期实际开通的达 16 个。在这些区域，单个用户的网络下载速度每秒可达到 2 兆到 4 兆。

西部贵阳，坚定地展开了无线贵阳，向智慧城市进军的愿景。

3 贵阳免费 WiFi 的技术路径

在一个拥有 400 多万人口的城市，率先开通免费 WiFi，不是一件轻松的事情。首先，谁会干免费提供这个亏本买卖？其二，以目前流量收资费的模式来看，中国有哪个城市的公共财政能够负担这么一笔开支，并且日益扩大并长期支出？

根据贵州日报集团旗下媒体的报道，贵阳快速实现免费 WiFi 走的技术路径是，重新利用当年模拟电视信号的 700MHz 频段资源。如今机顶盒和有线电视即数字电视早已进入千家万户，但通过电视塔发射模拟信号，供电视机接收使用，在一定程度上还有用。当年发射用的 700MHz（700 兆赫兹）频段，在大数据时代仍然可以起到大作用。

据了解，700MHz 频段，包含了 698MHz 至 862MHz 之间频率，因为处于低频段，具有信号覆盖广、穿透力强等特性，适合大范围网络覆盖，组网成本低，被国际业界看好。

2014 年年初，浙江省绍兴市枫桥镇试开通了国内首个 700MHz 频段 4GTD-LTE 基站，经过测试，700MHz 频段覆盖面积是手机使用频段 2.6GHz 的 10 倍。室外环境下，700MHz 的平均信号强度比 2.6GHz 强 20dB，室内环境下，比 2.6GHz 强 20~30dB。根据通信原理，700MHz 良好的传播特性和覆盖能力，用 700MHz 覆盖网络其建设运营成本要比普通手机网络低 80%。

然而因历史的原因，在贵州 700MHz 频段的掌握者是广电部门。在新媒体激烈的竞争下，也在弱势和边缘化的广电部门，如今守到了云开雾散，成了贵阳实现无线城市依赖的一个技术经济路径。

4 给手机装上“机顶盒”？

《贵州商报》指出：贵阳利用 700MHz 频段向全市居民免费放送 WiFi 信号，涉及到的技术层面也是贵阳市开拓创新的体现。

云上无线项目以贵州广电网络资源为基础，充分挖掘传统有线网络的沉没资产，采用广电自主知识产权的 NGB-W 无线网技术（有线电视网络信号）和第五代 WiFi 技术融合组网、相互转换的方式，把有线延伸至无线，在满足用户信息服务需求的

同时，视频传输更为清晰流畅。

简言之，安装免费无线 WiFi 地点的下方一定有电视有线网络通过，在有线网络上接入发射塔，把有线信号转换为手机可以接收无线信号。有人比方说，这时候手机，更像一台家里装有机顶盒的电视机。

据云上无线项目负责人介绍，通过 700MHz 频段发送无线信号，比使用普通手机信号的安装成本低五分之一，同时，稳定性更好，网速更快，可以覆盖的面积更大，可供同时使用的人群更多。虽然，700MHz 频段发射无线手机信号，不是贵阳首创，但是在一个大型城市全面覆盖和使用，贵阳是全国第一个，在世界范围看也领先。

5 信息现代化的重要看点

全城免费 WiFi 在贵阳已接近为事实，深圳以及其他城市（包括市内地铁与跨区域的高铁运输线全程）行不行？实际上，在贵阳 15 个地方开通免费 WiFi 之前，深圳 WiFi 热点的建设，就已经覆盖了绝大多数公共区域，也有不少地方开通了免费 WiFi。

网上的一份深圳“免费 WiFi 指南”表明，深圳机场，公交车，地铁 1，2 号线站台和列车，莲花山等一批公园，深圳图书馆已开通免费 WiFi。但总体上收费与不收费 WiFi，形成的是“点面割据”的状态和碎片化格局，收不收费的服务，都要你在接入时找密码，相对方便也颇麻烦。而贵阳公布的办法是只要搜索到“D-GuiYang”开头的 WiFi，无需密码即可免费使用 WiFi，大大地便利化与简约化了。另有消息说深圳有试点免费 WiFi 服务暂停现象，原因是这项服务不见回报，缺少可持续的盈利模式。深圳地铁率全国铁路之先在 2 条线站台和列车全程开通免费 WiFi，与贵阳整个城市提供免费 WiFi 概念相比，还有距离。

深圳如此，那我国各地城市重要公共场所包括高铁主干线，实现免费 WiFi 覆盖究竟还有多远？

以成本和管理角度，城市全城免费 WiFi，的确有运营模式问题。截至去年底，南京市重点区域，WiFi 信号已覆盖 80%，但绝大部分不向公众免费开放。原因是 WiFi 建设的方式，决定了运营模式。南京市大部分公共场所的 WiFi 一是由运营商直接投资建设，第二是商家店家为集聚人气出资建设的。根据谁投资谁收费、谁要建设谁埋单的“道理”，自然也就派生了“密码”隔离的权利。有专家指出，这是走了高速公路建设的体制。如此自扫门前雪的模式，带来的结果必然是资源的碎片化，资源占有和使用不均衡，短缺和浪费并存，使公共免费 WiFi 遭遇成本与运营的陷阱。

天下没有免费午餐，几乎所有商家掏钱装 WiFi，都只是为了做生意黏住客户。占路收钱，本质是野蛮经营，放任其进入公共领域，必然会带来怨声载道的骂声。

我国无线 WiFi 信息高速公路的建设，避免出现实体高速公路多卡收费，加剧消费者负担，已成为一个如何有效消除市场之痛的问题。

有趣的国内一些城市公共免费 WiFi 建设的首选方式是“运营商建设维护、政府购买服务”。他们举例说，深圳移动去年宣布，两年内实现公共免费 WiFi 覆盖盐田区重要公共场所，提供 24 小时免费上网服务。盐田区政府按 230 万元/年支付接入费用。——如此模式，政府和市场的关系似乎清晰了，但政府如何平衡免费 WiFi 建设与运营的成本，在我国区域经济发展不平衡，政府买单能力强弱不一样的背景下，仍然是个关键的看点。同时我国各城市之间体制上条块结合的交通线，如高铁如何实现全程免费 WiFi，也会成为信息无缝衔接现代化的一个重要看点。当然这其中也深含着管理体制变革与制度创新的问题。

来源：《深圳商报》2015 年 05 月 06 日

全民做手机：情怀背后的资本力量

一个外行号称要做世界上最好的手机？罗永浩的梦想也许并不是空谈，至少其背后的投资人是这么认为的。

这几天，微博认证为紫辉投资基金创始管理合伙人的郑刚放话说要给锤子增加一个亿的投资，此前在天使轮他已经给锤子投了 4000 万。而纵观这半年内兴起的手机阵营，背后不难发现资本的背影，如美图软件、蓝魔平板在筹备进军手机领域时分别获得了投资人近千万美元的投资。

资本为何如此青睐手机行业？也许除了“风口”效应还有些别的。

手机也是资本游戏

早山寨机横行的年代，对市场嗅觉灵敏的各地商人就开始进入手机行业。

一名熟悉情况的业内人士表示，功能机时代，受到电信改革等影响，华南山寨群主要是福建人的天下，而在电信业改革后，尤其是功能机向智能机转换的过程中，潮州商人势力开始逐渐显现，他们经历了最复杂的产业变迁，形成了迄今为止最强大的基础力量。

而在这之外，还有一股力量来自于温州商人。

“温州商人有着天生的投资嗅觉。”温州中小企业发展促进会会长周德文告诉《第一财经日报》记者，过去在温州的平阳，也聚集着一批做山寨手机的商人，并且在当地已经形成了一定的产业链。“大部分没有什么牌子，卖得也很便宜，通常一部手机只有四五百元。”周德文对记者说。

不为外人所知的是，上世纪 90 年代末，在温州平阳水亭、石塘一带，就有很多人在做手机零配件的加工，当时主要是生产手机皮套、挂饰件等周边产品，之后这批人逐步到深圳发展，并涉足手机零部件的加工生产。而在当时，作为国内手机零配件最大的销售集散地，深圳华强北路电子一条街上七成以上的经销商是温州平

阳人，他们生产的手机零配件、皮套是紧俏货。

而到了最近的四年，温州资金也开始转向，进入智能手机领域，但这批资金更加侧重渠道与终端。

“当这个产业成熟后，就进入了资本的玩法。这个与华南山寨群里面的运营特质有关。”上述业内人士认为，山寨的精髓就在于资金运转效率，就是账期，当然这里面也有契约精神。

不过从去年开始，对于已在高利贷崩盘、楼市腰斩、担保链危机中煎熬了两三年的温州人来说，手机供应链危机也不再是出版物上的名词，而是生活中每天必须面对的现实。此前本报曾经报道过东莞兆信供应链上的问题，其中提到的延期付款在手机行业中属于常见现象，但一旦出现问题将波及整个链条上的上下游公司。在一段时间里，资金链断裂的公司中不少有着温州资金的背景。

“我们也试图帮助一些公司转型，向品牌上面转，但是很不容易。”周德文对记者如是说。

当手机行业不再仅仅是拼硬件和供应链的游戏后，更善于把玩互联网模式的投资者和机构开始上位，而他们眼中更注重的则是手机在未来的“风口”位置。

“风口”上的赌博

根据调研机构 IDC 预测的数字，2014 年全年中国智能手机出货量为 4.2 亿部，同比上升 19.9%；2015 年，中国智能手机出货量尽管将达到 4.5 亿部，继续稳居全球最大的智能手机市场，但增速将明显下滑至 7.8%，系自 2009 年以来增长率首次降至个位数。但即便如此，也没有浇灭投资人对手机行业的热情。

资本为何如此青睐手机行业？有业内人士总结，以苹果为代表的智能手机及移动互联网相关产业链仍被看好，资本首先是看重本土品牌和山寨机中有增长空间的配件和配套产业，其次是看重在国家政策支持下的芯片设计等高端行业，最后是手机上的移动互联网应用开发等轻资产的机会。

“手机市场容量巨大，也是必需品，虽然竞争激烈，但仍然具有很大机会。”作为蓝魔的投资人，比亚迪创始人之一夏佐全对《第一财经日报》记者表示，手机也有盈利的压力，蓝魔目前与比亚迪进行深度战略合作，蓝魔首款产品 70% 的工作，包括技术研发、硬件、底层软件、组装等均由比亚迪完成。

夏佐全是比亚迪的三位核心创始人之一，目前仍为比亚迪非执行董事。根据比亚迪此前财报披露的信息，夏持有约 1.2 亿股比亚迪股份，位列王传福、吕向阳之后，为其第三大自然人股东。而在 2014 年福布斯中国富豪榜上，夏佐全以 61.2 亿元的财富排名第 220 位。

而作为美图手机的投资人，天使投资人蔡文胜则公开表示没有把美图手机放在那么重要的战略位置，只将其视为美图软件的配套。

“美图的核心不是手机，美颜手机也不可能复制小米的成功。但美图软件是可能让全世界的人都来用的，让苹果、三星、中兴、华为的用户都来用。我们一直想用美图软件改变世界，占领 10 亿以上的用户，手机只是个配套。”蔡文胜说。

但也有业内人士评论称，纵观几年间手机产业的发展，当一个产业进入成熟期，开始血拼价格、硬件时，对资金链的依赖就越发严重，而资本本身的投资就更像是一场赢面不大的赌博，作为手机行业的新玩家，应该清楚地认识到这一点。

来源：《第一财经日报》2015 年 05 月 06 日

映趣抢摊女性智能表市场

日前在北京举行的全球移动互联网大会上，映趣科技发布了阵容强大的智能手表新品及应用，包括首款女性智能手表——inWatchHer，3G 版 inWatchZ 及 inWatchManager 男表。

发布会上，专家分析认为，从细分市场方向针对性满足用户需求，将成为 2015 年智能手表发展的新趋势和机遇。与此同时，智能手表产业的发展正呈现出新的细分趋势，包括针对关注健康、女性以及商务人士等人群需求定制的个性化产品，将能带动更多细分市场的消费。

映趣科技 CEO 王小彬表示，智能手表是一种个人消费品，每个人需要的智能手表都是不同的，男性和女性对智能手表的要求是不一样的，老人和儿童对手表的需求也不一样。映趣科技在女性市场抢先发力，推出首款定位女性消费群的智能手表——inWatchHer，以期在这个细分市场中做出新的尝试。这款手表有一些针对女性用户的独特功能，如监测 UV。它有一个物理按键 Fariy 键，点击以后可迅速了解 UV 指数、运动进度、感知睡眠状态等，让女性随时获得保护。发布会上，映趣科技与施华洛世奇建立起成份品牌伙伴关系。业内人士认为，施华洛世奇在全球拥有众多高端女性客户，inWatch 通过施华洛世奇的品牌力量和市场渠道，可以迅速赢得女性消费者。

来源：《中国电子报》2015 年 05 月 05 日

光网络技术新升级：OTN2.0 打破传统架构弊端

“2020 年连接上网的“物”将达到 700 亿，互联网+让网络变得更加复杂，“物”的变化带来的是“流量”的变化。”上海贝尔副总裁、光网络业务中心负责人郭中华称。

作为数据传输的重要基础，光网络市场正在伴随着需求增长持续升温。

市场升温带来技术升级

市场研究公司 Ovum 最新发布的光网络设备市场报告预测，未来 5 年光传输市场年均增速将达到 3%，预计到 2019 年会达到 170 亿美元。报告同时显示，中国光网络市场 2014 年成长率达到 9%。

贝尔实验室的研究认为，到 2017 年，骨干网络的流量将增长 320%。“光”很重要。作为网络演进的重要主线，光网络承载了各种多样化的应用。

从移动终端上的即时通信，到桌面端的在线游戏和高清视频，再到交通、电力等行业的实时调度与监控，在光网络技术的不断革新和演进中，推动了这些应用实现。

复杂、多样化的应用对网络的要求也在不断的增加，面对应用需求的变化和用户规模的扩张，传统光网络架构的弊端凸显：与 IP 相互独立，无法动态实现业务调配和故障排查，网络智能化程度较低等问题。

市场需求和现实的不足推动光网络技术的升级，OTN2.0 便应运而生。郭中华称：“上海贝尔从用户视角出发，利用业内最为领先的 AON 解决方案，提供了兼具光路可编程、网络速扩展、业务深融合和运维高智能特点的 OTN2.0 光网络，满足用户对网络性能、弹性以及可管理性的持续增长的需求。”

OTN2.0”智“在四方

郭中华表示，OTN1.0 的网络概念更多是面向 100G 和 100G 之前的网络，而 OTN2.0 面对的是 100G 中期和 100G 之后的网络。

作为一张高智能的网络，OTN2.0 从四个方面解决了传统架构的弊端。OTN2.0 相较于 1.0 时代，具备四大特点：光路可编程、网络速扩展、业务深融合和运维高智能。

郭中华表示，光路可编程相较于以前是一个革命性的变化，原来是光路的方向可调，现在线路和速率可调。有两层含义：调制方式可编程、频谱间隔可编程。可编程调制方式的实现，使得上海贝尔 400G 光业务引擎（PSE）解决了光网络用户一直以来都面临的左右为难的问题：是选择更远距离的传送，还是偏好更大规模的容量？可编程的频谱间隔则给予了 10Gbps、40Gbps 和 100Gbps 等不同速率的通道一个更具效率的解决方案。

网络速扩展，使得网络的拓展性不再受任何的限制，能够按照云的要求的变化而变化。

业务深融合，通过网络运营中心，客户可以对 IP 和光网络进行统一的规划、部署以及管理，统一规划整网的生命周期。这意味着，客户从此不用再为两张网繁琐的分隔管理而疲于应付。

运维高智能，AON 的核心在于“智”。与 OTN1.0 相比，OTN2.0 真正解放了人力。利用波长追踪 WT、嵌入 OTDR 等技术，OTN2.0 将架构扁平化，加快了网络部署，能够实现 24×7 不间断地持续监控与故障定位，满足了在庞大网络环境中的部署、运维以及巡检需求。

来源：通信世界网 2015 年 05 月 04 日

【模式创新】

阿里“云盾先知计划”上线打造完整的云安全生态

近日，阿里云正式面向全球推出“云盾先知计划”。该计划主要通过现金激励的方式，公开收集全球通用软件的 0day 漏洞，从而帮助软件商提前发现并修复潜在的漏洞威胁，降低网友遭受漏洞攻击的风险，提升阿里云的安全防范能力。据了解，整个奖励奖金池的储备金高达千万人民币。成功提供漏洞的“白帽子”最高能获得 50 万元的现金奖励，以及 Defcon 黑帽大会全程之旅。

根据国家互联网应急中心（CNCERT）30 日发布的《2014 年我国互联网网络安全态势报告》显示，2014 年中国通报的安全漏洞事件达 9068 起，较 2013 年增长 3 倍。这其中不但有快递、招聘、考试报名等网站等信息泄露事件，也有某知名手机厂商的论坛导致 800 万用户数据遭窃的安全事件……不断爆出的各类漏洞，不仅给企业带来巨大品牌和运营风险，更给网友财产和人身安全带来巨大威胁。

为了帮助软件商第一时间发现并及时修复潜在的安全漏洞，降低广大企事业单位遭受漏洞入侵攻击的风险，阿里云云盾推出“云盾先知计划”（xianzhi.aliyun.com）。通过公开方式收集全球通用软件的 0day 漏洞，提前预知并防御将要出现的安全威胁，以降低网站和系统遭受网络攻击的可能，进一步提升阿里云用户应用系统安全，增加阿里云云盾产品的防御能力，更好的保护企业和客户的网络和信息安全。

阿里“云盾先知计划”运营负责人清漫表示，将根据漏洞的危害程度等标准，对于成功上报的漏洞的“白帽子”给予最高 50 万元的现金奖励。同时，“每年还会推荐 3 位积分最高的白帽子参加在美国拉斯维加斯举办的 Defcon 黑帽大会，其中所有费用将由‘云盾先知计划’全权负责”。

随着云计算、大数据等新兴技术的应用，互联网金融、游戏、电子商务和电子政务等都在向云服务平台迁移。阿里云作为中国最大的云计算服务提供商，将承担起国内大部分企事业单位云服务重任，这就对阿里云安全提出了更高的安全要求。

“云盾先知计划”将第一时间收集到全球各个系统的漏洞 0day 漏洞，及时通知软件商进行快速修复，并在黑客发动攻击前帮助企业做好安全防御，从而更高效保障阿里云客户的安全。

亡羊补牢，虽犹时未晚；未雨绸缪，才真正高手。在漏洞曝出前做好防御，阿里云安全可谓是轻车熟路。今年的 3 月 10 日，Xen 曝出迄今为止影响最大的安全漏洞之一：XSA-123，该漏洞可导致任意一台云主机读取到其他另一台云主机的重要数据。在漏洞曝出前，阿里云安全就拿到了相关漏洞细节，并提前发布了热补丁，由此在没有影响用户主机的情况下完成了整个系统的修复。而其他云计算服务商只有匆忙进行关机重启的补丁升级，给其客户带来了不可估量的损失。

据了解，“云盾先知计划”试运行一周以来，已收到多个知名 CMS 系统的漏洞，这些漏洞不只是会影响数据泄露，严重者甚至会到导致服务器遭远程劫持。相关漏洞细节“云盾先知计划”已第一时间已经提交厂商修复，并及时添加到阿里云云盾防护规则中。阿里云安全专家呼吁广大企事业单位可以将网站或 IT 服务迁移至阿里云，以更好保障各项业务的安全健康运行。

来源：通信世界网 2015 年 05 月 05 日

滴滴快的将涉足互联网金融

合并后的滴滴、快的正加速业务扩张步伐。北京商报记者 5 月 6 日获悉，滴滴快的旗下一号专车将增加“类余额宝”功能，围绕账户余额打起互联网金融主意。

“专车余额还有新功能。你猜猜看？打飞机、订早餐、送快递……”一号专车 App 昨日出现了疑似新功能上线的预告界面。知情人士告诉北京商报记者，这是一款“类余额宝”产品，用户可以利用一号专车账户余额实现增值收益。

更有业内人士透露，一号专车这次推出的可能是个类似此前阿里巴巴“天猫宝”一样的理财产品，而且考虑到目前余额宝、天猫宝的收益下滑，一号专车可能会通过别的方式为用户提供较高收益。

一号专车相关负责人对传闻未予置评，只是表示新功能很快会上线，大概在 5 月 8 日。“这是从未涉足过的领域，所有的一号专车用户都有机会受益，请大家拭目以待。”

据了解，合并后的滴滴、快的业务扩张步伐加速，此前推出了拼车业务（一号快车和滴滴顺风车），代驾业务也即将上线。但将业务触角延伸到用车服务之外，还尚属首次。值得注意的是，余额宝等互联网金融服务目前有严格的准入机制，滴滴快的尚不具备相关资质。知情人士指出，一号专车这一产品是与其他公司合作。

“一号专车运营团队此前确实与包括陆金所、挖财等国内数家互联网金融公司有接触过，甚至包括国外某著名 P2P 公司，双方探讨了进一步合作的可能性。”

分析人士指出，与此前打车软件（出租车生意）竞争时期现金支付为主不同，专车战争的最大特点是交易全部通过在线支付完成，这意味着滴滴快的账户体系有大量现金流滚动，这恰恰是一切互联网金融活动开展的前提。就在 5 月 6 日，一号专车同时亦着重推介了其充值优惠活动，以让用户有更多“余额”。

来源：《北京商报》2015 年 05 月 07 日

智能家居：“互联网+”又一风口

在“互联网+”的背景下，智能家居再次站在了风口上：互联网企业把其作为互联网新的接入口，家电企业把其作为向互联网转型的重要抓手，电信广电运营商把其作为新兴业务的支撑点。围绕构建智能家居生态圈，这些力量汇聚一起，呈现出复杂的竞合关系。本报将推出系列报道，聚焦当前我国智能家居生态链，尝试探

索产业良性发展的有效路径。

如果说 2014 年是中国智能家居领域巨头们纷纷落子布局、蓄势待发的一年，那么，2015 年将是中国智能家居市场有望迎来“引爆点”的一年。智能家居会成为“互联网+”的又一风口吗？至少从目前汇聚到这个领域越来越多的身影来看，似乎智能家居市场的“大风”将至。

借政策东风

迎“互联网+”新机遇

中国科学院物联网研究发展中心的研究表明，2018 年全球智能家居市场总规模将达到 710 亿美元，届时中国市场规模也将达到 1396 亿元人民币，占全球市场的 32%。奥维咨询预测，至 2020 年，智能家居的产值将破万亿元。

智能家居市场的蓬勃之势一方面来自于物联网、云计算、大数据等战略性新兴产业的迅速发展，而更重要的是来自政策层面的支持和引导。近两年，政府扶持大力推进智慧城市建设以及信息消费，作为智慧城市的细胞，智能家居产业借此得到快速发展。

2013 年 8 月 14 日，国务院发表了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，大力推进宽带普及、宽带提速，加快推动信息消费持续增长，这些都为智能家居的发展打下了坚实的基础。2013 年 9 月，国家发改委联合工信部、科技部、财政部等 10 余部门联合发布的《物联网发展专项行动计划》明确指出，将智能家居列入 9 大重点领域应用示范工程中。智能家居行业迎来了前所未有的发展机遇。

今年两会的《政府工作报告》明确提出了“互联网+”概念，为传统的家电行业带来一股清风。一方面，加速传统家电产品迅速走向智能化、网络化的步伐，另一方面，成为传统企业与互联网企业携手合作转型升级的有力推手。

无论是长虹的“互联网+”战略转型，还是 TCL 互联网智能生活品牌，核心是互联网化加智能化，探索的是“终端+数据+内容+服务”的新型商业模式，打破黑电、白电、手机、通信等传统产业界限，以用户体验为中心，推动了互联网模式下的智能家居生活方式形成。在“互联网+”的带动下，家电互联网化和互联网实体化，家电企业与互联网企业跨界合作已经成为趋势。

平台之争

谁唱主角？

作为传统家电厂商，创维集团总裁杨东文发现，这两年身边突然就多了许多“打法不同”的对手，他告诉《中国电子报》记者，这种局面让他感到“眼花缭乱”。

“他们说硬件不挣钱，是后台挣钱，后来又靠服务挣钱，搞得我们传统企业一下就蒙了，我们完全是靠硬件赚钱的。”杨东文说。

2014 年被称为智能家居“爆发元年”，随着各方旗下的智能家居新品逐一落地，

传统家电厂商终端硬件收费的产业模式受到互联网企业“硬件+软件+服务”的平台模式的冲击，从而走上转型之路。

2014年，美的率先推出了“M-smart”智慧家居平台，海尔则推出“U+”平台，创维也推出了类似的智能家居平台；今年4月份，格兰仕则宣布和中科院计算研究所共同推出“G+智慧家居平台”……各家电企业都希望用“平台+终端”打造一个完整的智慧家居生态圈。

由于智能家居的建立涉及物联网、云计算、大数据等多项技术，在智能家居平台搭建方面，传统家电厂商同互联网企业合作成为趋势。

除了传统家电厂商和互联网企业，电信运营商也是积极搭建智能家居平台的“一极”。随着移动宽带发展、智能手机的广泛普及，电信运营商对智能家居的影响力在增强。

目前，三大基础运营商均推出了智能家居平台战略。其中布局较早的中国移动早在2011年便推出了“宜居通”业务，通过手机客户端和门户网站，主要提供WiFi路由、安防告警、视频监控、家电控制等功能，满足用户对智能家居现代生活的需求。

2014年7月24日，中国电信在北京召开发布会，宣布推出智慧家庭的全新产品“悦me”为用户提供家庭信息化服务综合解决方案。2015年3月18日，中国联通推出全系列“智慧沃家”融合通信应用，同时宣布联手华为、英特尔、百度、阿里、海尔、苏宁、百视通等成立“智慧沃家”产业联盟，布局智能家居市场。

尽管拥有宽带和无线资源的电信运营商试图抢占智能家居的“入口”，但目前来看，我国宽带渗透率并不高，部分运营商入户资源有限，使得电信运营商目前对于智能家居产业的影响较为有限。

此外，由于智能家居涉及产业链众多环节，电信运营商对其拉动的能力有限，而且电信运营商往往会被贴上缺乏互联网基因的标签，智能家居也非其擅长领域，因此在平台竞争方面，电信运营商目前还处于家电厂商和互联网企业的风头之下。

杀手级应用

电视或当大任？

要让智慧家庭真正落地，必须有让消费者产生强需求的应用产生。目前，我国智能家居领域存在的普遍误区在于为了智能而智能，停留在“极客”的层面，而消费者对这方面的需求并不大。智能家居并没有出现能够引爆这个市场的杀手级应用。

而对于搭载新应用的载体——智能家居的控制核心也一直是业界探讨的话题。但与平台的争论一样，有一些“各自为政”的意味。之前的智能路由器、智能插座、智能安防镜头等小型家电已经被证明无力承担智慧家庭入口的重任，智能手机也曾

同样被手机厂商寄予厚望，而如今，智能电视也成为家电厂商口中的智能家居“主角”。

杨东文告诉《中国电子报》记者，尽管目前到底什么会成为家庭中心仍是处于思考中的话题，但新应用的载体，必然是旧时代就已经是主角的大型家电——电视。在他看来，居于客厅的主要位置，娱乐资讯显示中心的功能以及操作系统相对其他家电更为成熟是其成为中心的三个主要原因。而对于目前呼声较高的智能电视来说，要想称霸智慧家庭，目前还缺乏像浏览器、微信这样的杀手级应用。开发有想象力及实用价值的应用产品是未来智能电视发展的方向与主导智慧家庭的关键。

此外，智能电视市场未引爆的另一个结果是时间成本。在我国，传统电视机拥有巨大的存量市场，这些产品完全实现智能电视的更新换代也需要很长时间。

构建生态

标准成最大问题

从2014年起，智能家居领域上演了一幕幕由“单打独斗”到“组团PK”的好戏。巨头跨界合作，乱战割据的目的只有一个，“抱团”组建智能家居生态体系，同时也反映出智能家居领域的多方交织缠斗。

同样是在2014年，腾讯向硬件厂商开放公众号、QQ物联平台，阿里巴巴借助阿里云推出了阿里小智，京东启动了包括JD+计划、京东微联APP，并且为硬件创业者启动众筹项目。海尔力推U+系统，美的启动M-Smart的同时与小米进行资本联姻。小米则打造了一个以MIUI系统为核心，联接手机、空调、电视、路由器、空气净化器所有硬件的封闭生态系统。

“这从一个侧面反映出智能家居生态涉及的产业链之长，体系之复杂。此前国外很多大公司曾经尝试过，如今苹果也有这样的想法，但这个生态系统太过庞大，远非一两个大公司能够控制。”StrategyAnalytics全球无线部门高级分析师杨光告诉记者。

在杨光看来，智能家居生态体系涉及众多产业链，难以控制，难以做到互联互通，影响用户体验，这也是目前智能家居产业发展面临的一个问题。

众多生态建立后互联互通难以形成的背后，是无法统一的标准。“目前在智能家居这方面有一些企业也在进行标准方面的建设，但最终要归结到对于用户的争夺，因为这一点导致各家在制定标准上的积极性都不高，现在基本上还是各自为阵，各搞各的。”杨东文坦言。

无论怎样，智能家居普及的关键还是应在深刻洞察的基础上，推出能够满足消费者实际需求的产品。目前，智能家居市场多种品牌共存，产品也更为分散，很难出现一款单品支撑起完整的智能家居体验，因此需要产业链携手，抛弃所谓的“帝国心态”，加强产业合作，共同搭建开放合作的智能家居平台和体系，方能实现突

破，加速智能家居在我国的发展。

来源：《中国电子报》2015年05月08日

“互联网+中小企业”将产生化学反应

“工信部将大力推进‘互联网+中小企业’。”工信部新闻发言人、总工程师王黎明在4月28日国务院新闻办公室举行的新闻发布会上表示，“面对全国4000万户量大面广的中小企业和一些个体私营经济，只有通过先进的互联网技术，通过信息技术才能给更多的中小微企业提供便利，包括咨询、培训、信息化的服务和商务。”随后，在5月5日举办的“2015中小企业信息化服务信息发布会”上，工信部相关负责人再次强调了实施“互联网+中小企业”行动计划，推动基于互联网的信息技术应用。可以说，“互联网+中小企业”行动计划已箭在弦上。

当前，受国内外经济发展形势的影响，中小企业尤其是小微企业发展面临新的困难。同时，随着互联网加速从生活工具向生产要素转变，“互联网+”在各行各业掀起一阵旋风。中小企业尤其是小微企业在面对“互联网+”的时候，能否产生化学反应并从根本上获益，进而实现企业腾飞，已成为业界关注的焦点。

早在2005年8月，由国家发改委、原国务院信息化办公室、原信息产业部共同组织实施的中小企业信息化推进工程（以下简称“推进工程”）正式启动。弹指十年，一方面，推进工程硕果累累，据不完全统计，10年来，推进工程共投入专项资金约12亿元，在全国形成了5925个分支服务机构，构建了覆盖全国的信息化服务平台，为探索适合中国特色的中小企业信息化发展道路积累了宝贵经验。

另一方面，中小企业信息化发展形势今非昔比，信息技术发展突飞猛进，新一代信息技术引领的科技革命正在兴起，网络制造、智能装备、新能源、新材料、众筹众包等新业态、新模式方兴未艾。产业形态、结构布局、生产方式和竞争模式的更迭变化速度加快。

今年“两会”《政府工作报告》指出，要制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展。

因此，站在新的产业风口，中小企业信息化推进工作需要充分意识到利用互联网和信息技术的作用和价值，通过利用这些技术破解制约中小企业发展的难题，改善和优化中小企业发展的环境，提升中小企业两化融合能力，将中小企业在产业链和创新链中的作用发挥出来。

需要强调的是，中小企业尤其是小微企业面临很大的生存压力，因此具有本能的创新内生动力。“互联网+中小企业”不应该是简单的“累加”，更不是派任务、拉郎配，而是要充分发挥企业的市场主体作用，发挥政府的引导和推动作用，让信息技术融入到企业产品和服务的全生命周期中，通过两化深度融合，让企业迸发出

更多的创新火花，获得更多的发展动力和活力。对于服务方而言，要坚持以企业需求为核心，调动信息化服务商、信息化服务机构积极性，通过运用新技术，创新服务模式，开发出契合中小企业、特别是小微企业发展的经济实惠、简捷方便、省心安全的信息化产品和解决方案。

当然，中小企业尤其是小微企业自身推出的产品和服务还要接受市场的考验，有时候销售情况不理想，不是因为产品本身不好，而是因为没有找到买方，或者没有找到市场痛点。因此，在实施“互联网+中小企业”的过程中，需要我们顺应“大众创业、万众创新”时代潮流，搭建市场需求对接平台，对接创客创新资源。当广大的中小企业遇到“互联网+”，能否产生化学反应，我们拭目以待。

来源：《中国电子报》2015年05月08日

终端制造

【科技前沿】

国产手机借“互联网+”崛起

5月7日是国产手机的大聚会。上午，小米 Note 顶配版真机亮相，售价不到3000元。下午，360公司发布手机品牌“奇酷”。晚上，努比亚发布旗下首款无边框手机 nubiaZ9。狼一般崛起的国产手机，正在不断蚕食三星、LG、索尼等昔日在国内呼风唤雨的国外手机品牌的市场份额，在多个机构做的数据统计中，小米已经打败三星，成为国内智能手机市场销售冠军。“互联网+”概念的未来前景，首先在专注互联网营销的国产智能手机上应验了。

5月7日上午，小米 Note 顶配版赏鉴会，雷军上台后说：“最近我的英文特别火，要不我们先来一段英文。”目前，网上最火的神曲不是《最炫小苹果》，不是《我的滑板鞋》，正是雷军的《Are you ok》。虽然英文演讲带有浓厚的中文特征，但是小米凭借“小米模式”快速打开市场。今年2月份，权威的国际市场调研机构 IDC 发布的 2014 年第四季度中国智能手机市场调研报告显示，第四季度小米智能手机出货量市场份额为 13.7%，排名第一，超过了三星。5月7日下午，奇虎 360 董事长周鸿祎邀请地产大佬潘石屹、任志强、王功权为自己站台，还逐一点评国内市场上智能手机领域的几个竞争对手：雷军是中国营销第一人，华为是以技术为本的公司，若与罗永浩同台辩论，则绝对不给他拿话筒的机会。周鸿祎说，新手机仍将采取互联网方式运作。主做互联网安全的 360 杀入智能手机领域，对于向来被质疑存在安全问题的安卓系手机，将产生多大的化学反应，目前仍然需要等待。至于手机的价格，周鸿祎称，是按照 5000 元机型的配置在做手机，但价格一定没有那么多高，奇酷考虑硬件免费，以成本价销售。

来源：《北京晚报》2015年05月08日

中国智能手机市场放缓：人手一部渗透率超 90%

据美国《华尔街日报》5月11日报道，中国这个全球第一大智能手机市场进一步增长的空间已经有限。

国际数据公司(InternationalDataCorporation, 简称 IDC)周一发布的一份新调查显示，第一季度中国市场智能手机发货量同比减少4.3%，为六年来首次出现同比下滑。其他类似的调查则显示当季智能手机发货量继续增长，但增速较此前大幅放缓。

专家们表示，首次智能手机购置者的消失是中国市场放缓的主要原因。市场研究机构Counterpoint研究主管TomKang说，目前中国市场的智能手机渗透率已经超过90%，这意味着几乎每个希望拥有智能手机的中国人都已经有了一部。他说，目前中国是一个置换市场。

这意味着智能手机生产商如果想要提高市场份额的话，就不得不去赢得像廖会民(音)这样的更换手机客户。廖会民是北京的一名IT工作者，目前使用iPhone6，一般每两年换一次手机，不过他表示，这一部手机他可能会使用的更久一些。

他说，除非手机变慢或者坏了，否则短期内他不会再买新手机了。他认为他的下一部手机还会是iPhone，不过如果三星(Samsung)生产出真正新潮的手机，他也会考虑购买。

智能手机市场放缓给苹果(AppleInc.)、三星电子(SamsungElectronicsCo.)等外国品牌以及小米(XiaomiCorp.)这样的新兴本土品牌造成了重大影响。外国手机制造商以及联想(LenovoGroupLtd.)、酷派(CoolpadGroupLtd.)、华为(HuaweiTechnologiesCorp.)等本土厂商当前正加大力度参与竞争，许多公司专注于出售价格更高、屏幕更大的手机。

中国在2011年超越美国成为全球最大的智能手机市场。苹果公司目前在华智能手机销量超过美国。国际数据公司(IDC)的数据显示，受人气颇高的新款iPhone6和iPhone6Plus手机提振，苹果今年一季度超越小米，成为中国市场份额第一的智能手机制造商。

小米今年着眼于海外扩张，同时也面临着来自联想、华为等其他竞争对手更大的竞争压力。分析师称，鉴于市场放缓且竞争加剧，小米今年或难以延续国内业务的增长势头。

IDC的数据显示，今年第一季度三星电子在华市场份额从上年同期的第一位滑落至第四位。但三星称，在新款GalaxyS6等高端机型的支撑下，三星在华智能手机业务前景依然向好。三星在一份声明中称，虽然有迹象显示中国智能手机市场经历了爆炸式增长后或将在今年放缓，但中国8.85亿手机用户中的大多数仍在使用低端和中端智能手机，这意味着随着中国智能手机市场趋于成熟，仍然有足够的升

级换代需求。

来源：中国日报网 2015 年 05 月 11 日

华为何刚：全力补强华为手机软件短板

随着华为终端实行双品牌运营以及产品线的逐步丰富，华为在终端产品层面的研发投入和研发实力也日益强大，其研发实力在产品侧的表现非常明显，比如去年热销的 MATE7 以及刚刚上市不久的 P8，都引起消费者和同行的高度关注，一个非常明显的案例就是很多国内同行在发布新品时已经将其列为主要竞品，这无疑已经将这两款产品当成了标杆。

在过去几年中，华为手机及融合产品的分类逐渐清晰，除了大家耳熟能详的 P 系列、MATE 系列以外，还有以超大屏著称的 X1、X2、P8MAX 以及可穿戴设备诸如手环 B1、B2 和智能手表等等。这些产品由华为不同的研究机构操盘，并且共享全球研发力量的支持。

华为公司分布在全球的 16 个研发中心以及 31 个联合创新中心都各自承担相关研发项目并彼此支撑，形成了可以集全球使能的庞大研发能力。华为将这些最强的全球优势资源进行整合，依托各自区域的技术优势将业务做到各自领域的最强，推出完整的产品开发方案，并最终体现在推向最终客户的产品上。以 P8 为例，产品操盘主要集中在华为上研所。但位于法国的美学研究中心极大地提高了华为终端产品的设计水平。而在德国慕尼黑的基础工业和原材料研究中心为智能终端的新型材料使用起到了重要的作用。类似的案例几乎体现在华为所有产品层面。

5 月 7 日，我有幸走进华为武汉研究所，详细了解了武研所在华为终端产品领域的研发情况，并旁听了华为手机产品线总裁何刚在华中科技大学举行的职业发展分享会，而其目的则是为华为终端探寻优秀人才，也是华为终端校园市场推广的重要一环。

在国内，除了华为深研所、上研所、西研所等大家相对熟悉的研究机构外。位于武汉光谷的华为武汉研究所在近几年成长十分迅速，目前已经有近 4000 研发人员，到 2018 年更是要扩充到 10000 人的规模，成为华为光通信和融合终端产品的研发中心。据华为研发副总裁、武汉研究所所长杨聂锐介绍，在融合终端层面，武汉研究所主要集中在两个方面，一是硬件，二是软件层面。

在硬件层面，一个是围绕家庭的智能终端研发，在这里诞生了不少华为的明星产品如 4GWIFI CPE、家用网关 VD+LTEHYBRID、混合机顶盒 DN377 以及各类 ODN 产品。而荣耀立方和荣耀盒子更是在过去一年时间里成为互联网新型融合家庭终端的代表，充分体现了武研所的创新能力。二是可穿戴设备领域，在今年 MWC 上发布的三款可穿戴设备智能手环，智能手表和智能耳机均出自于此。三是融合跨界产品，也可以称作是大屏产品，如荣耀 X1，X2，P8MAX 等产品。

另外一个层面则是软件。华为的 EMUI 即是武研所出品，担负着向所有华为手机产品提供软件升级的服务。虽然之前消费者对华为 EMUI 颇有微词，但自从升级到 EMUI3.0 之后，好评日渐增多。大大提升了华为手机产品的用户体验。

在当天与华为手机产品线总裁何刚的交流中，何刚表示，华为手机今年最重点的工作或者说从产品研发角度讲，就是加强软件能力的开发。他表示华为将集中兵力全力提升华为终端软件的各项能力，对产品细节进行细致打磨，全方位提升消费者的体验。

为此，华为手机今年将加大在这方面的人才招聘力度，让那些真正能够坐下来，静下心来为提升消费者体验不断改进细节、优化体验的软件人才加盟。而这次到华中科技大学的活动，即是整个人才招聘的重要一环，据了解，华为消费者 BG 多位高层将在国类数所高校开展类似的活动，这即是一项身体力行以自己实际的职业发展生涯向高校学生传达华为的人才理念和发展理念，借此吸引更多优秀人才到华为工作，也是华为手机等终端产品校园推广的一次重要活动。

要知道，小米通过互联网营销吸引大量的年轻消费者尤其是其产品在校学生的保有量非常高。而荣耀品牌依托互联网营销也极大的提升了华为品牌在年轻消费群体的影响力。而这种结合人才招聘、职场发展和产品展示的系列校园活动，对进一步提升华为手机品牌在校大学生中的品牌知名度非常有意义。

对于品牌的提升，何刚认为是华为手机在产品品质之外最重要的，也是难度最大的一环，而这种提升并非像集中能力搞产品研发那样而是需要细水长流，点滴做起，就如同这次高校行一样，影响的可能仅仅是几百个学生或者说一个学院，但只要华为产品品质不断提升，品牌活动不断积累，华为手机的整体影响力势必迎来爆发的一天，不仅仅是在中国，更会在美国，乃至全球爆发。在华为消费者 BG，这个信念几乎充斥在所有人的骨子里！

最后探讨的一个问题就是对智能手机的新定义。智能手机这个称呼已经有十年的历史了，然而看现在的手机，事实上就是 PC 小型化和移动化的过程，真正的智能并没有体现出来，而这可能就是下一步手机发展的方向，包括万物互联以及智能手机承载越来越多功能的情况下，真正的智能化将是趋势。IBM 甚至预言，5 年内智能电子设备将具备人类的视觉、味觉、听觉、触觉、嗅觉等五种感觉。这听上去有些不可思议，但我相信这很快就会实现。

“智能化是手机的发展方向”，何刚认为。比如 P8 已经内置了“智能情景”功能，会根据用户收到的信息智能提醒，也会自动判断用户所处的位置调整信号。主动学习用户习惯是华为在未来手机产品上的重点，说到这里，何刚举起了手中的 P8，“我每次解锁手机界面都是这样的桌面，但未来智能化的手机会在首屏给用户提供他想要的东西”。甚至，手机不再局限于这个形态，以机器人或者其他物体存在，

但会更加智能化，主动满足用户的需求。

在华为 2012 实验室，科学家们正在不断发挥自己的想象力，会让未来的电子设备更加智能化，而这将会更进一步为消费者带来全新的体验！

来源：通信世界网 2015 年 05 月 11 日

【企业情报】

三星投资 144 亿美元建新芯片厂

据三星最新的季度财报显示，其智能手机业务营收同比下降了 20%，但集团的半导体业务营收却上升 50%，这也促使三星将在位于首尔南部的平泽市建立新的芯片工厂，但并未具体指明新生产线将会生产何种产品。韩国当地媒体报道称，三星计划在新工厂生产 DRAM 内存芯片，但也会在未来根据市场需求将部分产能用于生产移动处理器。

去年，三星曾宣布在韩国京畿道平泽的 Godeok 工业园区投资 15.6 万亿韩元（约合 150 亿美元）建设半导体新工厂。上个月，知情人士称，三星电子计划向旗下芯片工厂再次投资至少 10 万亿韩元（约合 92.3 亿美元），以提高其芯片产能。

据了解，新工厂将提供至少 15 万个就业机会，相当于平泽市人口数量的三分之一。此外，该工厂不仅可以生产 DRAM 芯片，也能够根据市场需求的波动生产移动设备处理器芯片。

来源：环球网 2015 年 05 月 11 日

解密三星：国产手机厂商离国际品牌还有多远？

当国产手机厂商更接地气的打法，抢走越来越多的手机市场份额时，“超越三星”，几乎成了共同的口号。

但三星是否真如国产手机厂商所说，轻易被超越呢？

份额与利润额 PK

4 月底，三星电子 2015 年第一季度财报显示，第一季度三星电子合并营业收入为 47.12 万亿韩元，营业利润为 5.98 万亿韩元（约合人民币 347 亿元）。第一季度营业收入比上季度（52.73 万亿韩元）减少约 11%，但营业利润比上季度（5.29 万亿韩元）增加约 7000 亿韩元，除 CE 部门以外，其他所有业务部门营业利润均得到改善，营业利润率则从上季度的 10% 提高到 12.7%。而这是在没有计算 S6 销售收入的情况下取得的。

如果对比利润，以国产手机厂商联想为例，这一在 TrendForce 公布的市占率榜上排名第五的企业，去年 Q4 的净利润为 2.53 亿美元，这其中还包括了“大头”PC 业务。

从全球范围来说，根据 TrendForce 公布的 2015 年第一季度手机行业数据报告，三星以 27.8% 占据第一，相比 2014 年 Q4 的 24.7% 上升了 3 个百分点。紧随其后的

是苹果的 19.9%，比第三名华为多了近 13 个百分点，联想则占据 6%。

值得注意的是，在高端手机市场，目前依然被苹果、三星牢牢占据。

创新能力 PK

当安卓市场的手机同质化日益严重，且创新乏力时，三星 GalaxyS6Edge 试图改变这一停滞的局面。GalaxyS6Edge 首创了智能手机上的双曲面侧屏设计，做到了一次真正意义上的创新。

S6Edge 采用了 SuperAMOLED 曲面屏幕。在制作工艺上，先把这款屏幕两侧弯曲之后，安装在 GalaxyEdge 上，然后在上面覆上一层玻璃。三星采用了双曲面侧屏的方式，在制作流程中，这是难度最高的部分。为提升分辨率，不仅需要在双曲面侧屏上制作电子线路，还需增载 360 万个以上的像素，再粘贴各种薄膜才能完成。但是，正因为有了这种技术，消费者操作手机时，触摸屏的灵敏度更高，同时握持感也更加舒适。

这背后是三星柔性屏技术不断进步的成果。2013 年 10 月，三星全球首家量产曲面显示屏，随后以三星 Note4Edge 成功打破智能手机屏幕只能是平面的固定观念。

三星显示透露，三星多种形态的无边框柔性屏幕，日后将用于健身、时尚等下一代可穿戴设备新市场的开发。

和全球许多品牌厂商不同的是，三星拥有较强的垂直产业链整合能力。作为半导体行业的龙头老大，三星已掌握主板、芯片、闪存等手机重要元器件的核心技术，并成为苹果等多家电子巨头的芯片供应商。此外，三星在屏幕、电池等元器件领域，都有非常强的话语权。从强势产品到强势的元器件，三星被贴上了硬件之王的标签。

过去几年，三星在软件方面的实力也不容小觑。

近年以来，三星越发注重对“软实力”进行投资。在全球范围内，约有 4 万名三星员工从事软件开发工作，占其 7 万名研发人员的 57%。三星还通过主要投资策略与创新中心 (SSIC) 以及开放创新中心 (OIC) 进行投资，利用硅谷的人才。

2012 年，三星软件中心在韩国成立，作为全球顶级研发机构，此中心一直致力于具有较大影响力的软件项目的研发。此外，三星媒体解决方案中心 (MSC) 专注于为三星设备和几个关键的企业项目，如云计算、大数据、智能家居、智能健康等提供丰富的内容和服务；KNOX、企业级移动安全解决方案，自 2013 年推出以来正在迅速采用，拥有超过 300 万活跃用户。

相比之下，国产手机商的创新能力，还在起步阶段。

研发投入 PK

而决定创新能力的，是对研发的投资。专利持有数量和增长数量是衡量技术实力的一个重要指标，也是保持产品创新力的先决条件。

公开资料显示，目前，三星是美国第二大的专利持有者，仅次于 IBM，掌握专

利超过 33800 项。在整个 2014 年，三星在专利方面收获颇丰。根据美国专利及商标局 (USPTO) 2014 年度授权专利的统计结果，2014 年专利持有大户排行榜中，IBM 公司名列榜首，授权专利 7534 件；三星名列第二，授权专利 4952 件；佳能、索尼、微软分列三至五名。

三星在专利获取方面的积累，意味着新的竞争能力正在形成。数据显示，近几年来，三星申请的专利分布在手机、虚拟现实、半导体材料及工艺、SM 卡、医疗器材、家庭自动化、替代燃料车辆等方面，在有的领域专利申请数量位居全球第一。持有这些专利，无疑都将会在未来成为三星抢占竞争高地的主要筹码。

专利获批的数量是一系列因素促成的，包括公司的研发投入和企业文化。根据普华永道的调查报告，在 IT 公司领域中，三星是研发投入最多的科技公司，在全球所有公司排名中，仅次于大众，排名第二。

三星研发费用方面的投资自 2010 年以来已经增加了 27%，该公司 2014 年研发人员规模已经扩大至 6 万多人。2014 年，三星将其营收的 6.4% 份额 (约 134 亿美元) 拿出来搞研发。很明显，这家公司正计划通过投资新技术来加速其未来增长。

相对于三星大手笔的研发投资，国产手机厂商投资能力和意愿也有待于加强。

技术创新决定未来

国产手机行业这两年发展迅速，成本优势使得国产手机在价格战中比国际品牌更接地气。特别是国产手机凭借出色的性价比，正在向苹果、三星发起最猛烈的攻势。

但是，且不论销售额、利润率、全球化这几个国产手机很容易败下阵来的指标，从技术创新的角度，国产手机与国际品牌手机的鸿沟依然存在。

例如，三星在屏幕、处理器、内存、电池等方面有着影响整个市场行业的供应链条，芯片方面的话语权也越来越强。相比之下，国内手机商只能充当“装配工厂”的角色。而在国际化拓展上，除了专利上的匮乏之外，对于国际市场水土不服、品牌议价能力不足等等都制约了国产手机“出海”。

而要占领高端市场，需要有创新的技术。跟随者即使大肆宣传，也只能在门槛较低或者技术含量较低的领域，对于那些技术含量高的新兴技术，显然国产手机厂商仍有较长的路要探索。

在业内人士看来，“虚假繁荣”的背后，国产手机商仍需脚踏实地，做好自己的产品，寻找创新功能提供给用户。只有当自身综合实力上升后，才更具备挑战国际品牌的资本。

来源：《第一财经日报》2015 年 05 月 06 日

京东股权众筹一月融资过亿

5 月 5 日，京东金融对外透露，京东股权众筹平台——“东家”上线一个月以

来，各类股权融资项目融资额已达到 1.19 亿元，创下了股权众筹月度融资纪录。

据介绍，截至 4 月 29 日，“东家”平台共计给投资者提供 22 个项目，其中上线募集 15 个，路演预热 7 个。上线项目融资完成率达到 127%。“东家”上的股权众筹项目除了能带来直接的融资之外，溢出效果也十分明显，最主要的体现在经营业绩上。麻辣美食 020 “夹克的虾”在“东家”上线融资以来，其单日营业额已经翻了近 3 倍；社区 020 项目“助家”的 APP 注册和访问量均涨了 5 倍以上。在上线募集的 15 个项目中，城市创意文化生活一体店——“言几又”目前融资额达到 2761.5 万元，是目前融资额最高的项目。

清科集团创始人、董事长兼 CEO 倪正东表示，今年以来，阿里、平安、京东等巨头都杀入了股权众筹领域，这会给行业格局带来大的变革，股权众筹将取代 P2P 成为今年互联网金融最新的热点。

来源：《京华时报》2015 年 05 月 06 日

华为发力存储业务打造业务第三极

在电信设备领域稳定行业老大，智能手机出货量全球第三后，华为将发力企业级存储业务。5 月 5 日，华为在其高端存储 V3 的发布会上透露，华为将颠覆传统存储行业。

打造最可靠高端存储

5 月 5 日，华为发布了新一代高端融合存储产品 OceanStor18000V3，并称要打造最可靠的高端存储。

IDC 高级研究经理周震刚认为，企业的数字转型正在发展，IT 将成为企业竞争的核心力量。云计算、大数据、移动化和社交化正在推动企业 IT 创新，数据真正成为企业的核心。

“云计算、大数据等等我们称之为‘大词’，这些‘大词’在给整个行业带来机会的同时，也给 CIO 们带来了挑战。”华为存储产品线总裁范瑞琦表示，“性能增长难以预测，业务类型多种多样，数据价值持续变化，以及自始至终一直存在的一个挑战，数据保护。”

这些挑战让 CIO 对数据中心核心系统提出了更高的要求。“通过调查显示，CIO 对数据中心的核​​心需求仍是可靠性、高性能以及面向未来的扩展。”周震刚表示。

华为 5 月 5 日下午发布的新一代高端融合存储产品 OceanStor18000V3 致力于打造高端存储新标杆，可以为客户提供极致稳定、极致性能以及面向未来的 3 大核心价值。而正好符合 IDC 调研的 CIO 对未来数据中心的 3 大要求。

据了解，此次发布的 OceanStor18000V3 系列高端存储共有 OceanStor18500V3 和 OceanStor18800V3 两个型号，其中 OceanStor18800V3 配置最高，最多支持 16 个控制器和 27.6PB（1PB=1000TB）扩展容量。

2015 年计划增长 60%

在发布会上,华为公布了 2014 年存储业务成绩单以及 2015 年的业务增长目标,在 2014 年收入达 5.34 亿美元增幅为 55.6%的基础上,华为存储业务 2015 年欲再增长 60%。

华为企业业务中国区总裁马悦表示,以移动宽带、云计算、大数据、物联网为代表的 ICT 技术,正成为各个行业加速转型的引擎。华为预测,到 2025 年,全球将有超过 1000 亿的连接,这将是一个规模空前的市场,如何存储与处理、传送与分发、获取与呈现这些庞大的数据流量,既是一个巨大的挑战,也是巨大的战略机遇。

产品方面,新一代高端存储 OceanStor18000V3 定位为面向企业级数据中心核心应用,在关键业务主存储、虚拟环境存储及容灾、数据中心级容灾等场景中为客户提供安全可信、弹性高效的数据存储服务。

华为表示,存储业务 2015 年将挑战增长 60%的目标。针对这一目标,华为提出了三点方向:首先是聚焦重点国家和行业;其次是重点投入海外地区特别是发达市场;在中国市场,华为称将在保持领先的同时提升重点行业、高端产品和关键业务负载的占比,市场方面则将坚持和加强“被集成”策略。

目标是颠覆行业

Gartner 的数据显示,2014 年,华为存储业务全球销售收入 5.34 亿美元,同比增长 55.6%,2011 年以来销售收入年复合增长率 29%。其中海外市场收入近 1.8 亿美元覆盖北美、德国等 150 个国家的行业客户;国内市场,华为高端存储发货套数、全闪存阵列销售收入和发货套数均排名第一。

根据 Gartner 的数据,2014 年中国存储销售收入前五名分别是华为、EMC、IBM、HP 和 HDS。2014 年华为存储业务高速增长,销售收入达 5.34 亿美元,同比增长 55.6%;2011 年来销售收入年复合增长率达 29%,连续 11 个季度居全球第一。

华为称,华为存储的定位是成为传统行业的颠覆者。“老牌厂商历史包袱过重,靠不断并购合并扩大产品发展,通过资本的方式解决问题,最终致使产品架构复杂,不同产品不兼容,在市场上维持高价格。”

来源:《新京报》2015 年 05 月 07 日

利欧股份 29 亿收购互联网资产

利欧股份 5 月 6 日晚间发布资产收购预案称,公司拟以发行股份及支付现金方式收购万圣伟业 100%股权、微创时代 100%股权,交易总金额约 29.12 亿元,并募集配套资金。公司股票将于 5 月 7 日复牌。据介绍,万圣伟业主要是通过 PC 端和移动端为数字媒体提供稳定、优质的流量导入服务,其与百度、360、淘宝等主流媒体建立了长期的合作关系。

来源：《北京商报》2015年05月07日

乐视再拓渠道发力电商手机首约破百万

在陆续发布电视和超级手机后，乐视开始在渠道上发力，健全电商体系。5月5日，乐视将旗下乐视商城打造成全球首家生态型电商平台，正式启用域名lemall.com。而LePar是乐视商城的延伸，实现O2O对接。

乐视智能终端事业群副总裁赵一成表示，依托乐视全生态，拥有智能电视第一品牌超级电视、刚刚正式开启预约的乐视超级手机和开启互联创意生活的乐视乐小宝、蓝牙耳机、乐视影业、超级汽车、乐视体育等生态成员的乐视商城将为用户提供生态产品服务一站式购买体验，乐视的目标是打造生态购物生活圈。

此前乐视高调发布乐视超级手机，乐视董事长贾跃亭更是公开叫板苹果，欲以生态手机模式颠覆行业格局。乐视手机销量引发业界关注。

5月5日，乐视超级手机量产版也正式开始预约。乐视方面数据显示，此次乐视手机首批20万台，预约开放5小时，预约量就已突破120万。

为了配合当天手机正式开约，乐视亦在微博、微信朋友圈同步发布了形象和预约广告，从而引爆了微博微信等社交媒体上的热门话题。值得注意的是，与此前在微信上豪投广告的奔驰、宝马等品牌不同的是，乐视分别针对iOS用户和Android用户做了两个不同的版本。

有市场人士认为，乐视宣称主推高端手机，但其实际将iOS定位在高端人群，而间接地将Android用户定位在中低端人群，这让不少使用Android用户感到不满。

来源：《证券日报》2015年05月07日

市场服务

【数据参考】

2015年1-3月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表

单位：万元

单位名称	企业个数	软件业务收入		(一) 软件产品收入		(二) 信息技术服务收入	
		本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	20593	49550222	17.4	15251138	13.1	25789597	20.9
大连市	2063	3335682	10.1	1200845	9.4	1820576	10.5
宁波市	685	757757	26.6	116211	22.6	303363	28.1
厦门市	850	1602780	20.5	410714	18.3	910688	19.3
青岛市	1171	2863429	23.2	987750	21.6	987252	24.1
深圳市	2200	8993432	15.7	1828432	13.5	3467457	18.6
沈阳市	1949	3596915	9.4	1020761	9.5	1976650	9.4

长春市	401	170919	16.2	63719	15.9	51403	15.8
哈尔滨市	238	128764	10.4	41960	7.9	70295	13.4
南京市	1455	5829836	15.2	1818909	5.1	3136408	22.5
杭州市	870	5292957	24.1	1560515	6.7	3224690	38.6
济南市	1663	2811019	20.1	1224470	20.9	1441179	20.5
武汉市	2335	2591124	18.2	777547	20	1363365	19.4
广州市	1556	4805953	15.6	1436738	16.1	3279376	15.2
成都市	1497	4328594	16	2079778	10.2	2214084	22.2
西安市	1660	2441060	31.8	682789	33.1	1542811	32.2

来源：运行监测协调局 2015 年 04 月 30 日

2015 年 1 - 3 月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（续）

单位：万元

单位名称	其中：运营服务收入		集成电路设计收入		（三）嵌入式系统软件收入	
	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	5644627	28.8	905560	28.2	8509487	15
大连市	296612	9.6	9255	2.6	314261	10.3
宁波市	0	0	0	0	338183	26.6
厦门市	296727	27.4	54985	13.2	281378	28.5
青岛市	325228	25.4	297825	24.8	888427	23.9
深圳市	1324531	19.8	81874	21.1	3697544	14.1
沈阳市	475428	0	69540	0	599504	9
长春市	0	0	0	0	55797	17.1
哈尔滨	12055	14.3	0	0	16509	4.7
南京市	631694	17	55944	0.3	874519	13.7
杭州市	0	0	0	0	507752	6.8
济南市	352943	24.4	409	9.1	145370	10.3
武汉市	202552	6	3970	11.3	450212	12
广州市	1363469	15.1	110024	15.2	89839	25.5
成都市	256072	14.8	118214	5.7	34732	7.6
西安市	107316	31.9	103520	37.6	215460	24.7

来源：运行监测协调局 2015 年 05 月 04 日

2015 年 1 - 3 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表

单位：万元

单位名称	企业个数	软件业务收入		（一）软件产品收入		（二）信息技术服务收入	
		本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%

合计	37519	88000000	17.5	28622883	13.4	43786965	20.1
北京市	2723	9700652	9.4	3575287	8.1	5926711	10.3
天津市	630	2427537	11.7	657135	13.5	1350402	14.1
河北省	304	332582	33.7	47964	2.6	271862	42.2
山西省	149	26281	-18.3	15429	-18.8	8790	-20
内蒙古区	55	101767	4.3	19965	1.1	81421	5.1
辽宁省	4206	7166763	9.6	2342262	9.3	3906493	9.3
吉林省	920	460052	3.4	170644	1.6	234519	2
黑龙江省	470	176722	11.3	71169	7.5	91026	15.3
上海市	2600	7413176	17.8	2696730	15	4455086	20
江苏省	6403	16062256	18.5	4173564	11.7	6077039	18.8
浙江省	1987	6198355	24	1719024	7.7	3595192	37.2
安徽省	341	218706	36.5	113586	69.1	85328	12.9
福建省	1386	4323683	19.3	2494382	18.3	1340810	20.6
江西省	127	116999	12.4	47177	84.3	67429	-8.9
山东省	3000	5851778	20	2124968	16.4	2548276	22.7
河南省	260	137310	10.1	50358	9.7	82223	10
湖北省	2415	2602689	18.2	783195	20	1366923	19.5
湖南省	531	326577	15	163290	15	129017	15
广东省	4143	14415510	15.9	3424210	14.9	6881882	17.3
广西省	198	241669	5	89411	5	148579	5
海南省	13	21667	6.3	14438	179	7219	-50.8
重庆市	832	2182947	24.6	523907	24	1218085	24.4
四川省	1524	4508422	15.5	2474180	11.5	1979484	20
贵州省	230	212260	24.5	108111	23.4	103352	25.6
云南省	104	66254	15.7	11651	-3.1	53627	20.7
陕西省	1660	2441060	31.8	682789	33.1	1542811	32.2
甘肃省	98	52046	32.5	11282	11.6	40083	41.7
青海省	22	1446	47	243	163	995	37.9
宁夏区	68	10378	15.7	3341	20.3	5354	24.4
新疆区	120	75724	17.3	13189	32	60215	11.1

来源：运行监测协调局 2015 年 04 月 30 日

2015 年 1 - 3 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表(续)

单位: 万元

单位名称	其中：运营服务收入		集成电路设计收入		（三）嵌入式系统软件收入	
	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	11372261	19.1	3370192	14	15590152	18.1
北京市	1663237	25	67126	4.6	198654	3.8
天津市	25000	8.7	415228	16.3	420000	2.3

河北省	8810	33	938	10.7	12756	17.7
山西省					2062	-5.6
内蒙古区	131				381	3.8
辽宁省	772040	8.1	78795	8.8	918008	11.8
吉林省	62940	4.9	5	13	54889	16.8
黑龙江省	18069				14527	6.5
上海市	1800000	20	646985	10	261360	10
江苏省	1220633	15.6	1123297	12	5811653	23.8
浙江省	920875	23.4	87862	14.2	884139	13.1
安徽省	12799	22	6281	-40.1	19793	13.4
福建省	405457	19.4	151794	21.2	488491	21.3
江西省	18210	25.6	1343	1256.6	2393	-46.5
山东省	796462	24.9	301368	24.9	1178533	21
河南省	469		795		4729	16.7
湖北省	203770	6.2	3977	11.5	452570	11.8
湖南省	24561	15	1215	15.2	34270	14.9
广东省	2732639	17.5	228196	21	4109419	14.5
广西省	81026	5			3679	4.8
海南省	1923		121		10	-98.1
重庆市	200067	27.8	26676	18.5	440955	25.9
四川省	257456	9.6	118584	-6.4	54758	54.9
贵州省	294	27.3	70	42.9	797	28.5
云南省	9259		966		975	20.1
陕西省	107316	31.9	103520	37.6	215460	24.7
甘肃省					681	-23.6
青海省	228	533.3			208	22.7
宁夏区	356				1682	-11
新疆区	28232	24.7	5051	4004.3	2320	473.7

来源：运行监测协调局 2015 年 04 月 30 日

海外借鉴

Gartner 首席执行官与业务高管调查显示技术类革新受到空前重视

Gartner 最新一项调查显示，大部分首席执行官预计 2015 年其公司业务状况良好且技术创新进展迅速。这项《2015 年 Gartner 首席执行官与业务高管调查》发现，业务增长仍是头等大事，技术类革新则被视作在 2015 与 2016 年实现增长的主要途径。

2014 年第四季度，Gartner 公司面向全球用户企业的 400 名高级业务领导者开

展了《Gartner 首席执行官与业务高管调查》项目，对有关 2015 及 2016 年业务发展的的问题进行了调查。大部分受访企业年收入均不低于 10 亿美元。调查结果显示这些企业业务状况基本良好，表现稳定，有利于战略性投资。

Gartner 每年都会邀请首席执行官们列出他们自己的前 5 大业务优先事项。今年，业务增长再次位列优先事项之首。但是，明确提及增长的比例却不及去年。Gartner 认为这种下降并不意味着对增长的兴趣降低了，而是首席执行官们对推动增长的机制更感兴趣。

调查也发现，与技术相关的事项是 2015 与 2016 年的第 2 大业务优先考虑范畴。这是技术在此类调查中首次获得如此高的地位，Gartner 坚信自 1999 年以来，首席执行官们将比以往任何时候更加关注技术领域。在透过现象看到本质后，首席执行官们关注技术的目的显而易见。超过一半的问卷回答均与收入及增长类技术有关，如：多渠道、电子商务以及移动商务等。

对于大部分受访者而言，面向客户的能力与分析能力仍占显着地位。在问及未来 5 年内首要技术投资的问题时，37%的受访者将客户互动管理（CEM）列为由技术推动的领先业务能力，紧随其后的是数字营销（32%）与业务分析（28%）。

云计算业务现在也受到高度认可，首席执行官们逐渐认识到云计算使全新变革性、控制性行业平台得以建立。不过，在今年的调查中，物联网的快速崛起显得格外突出，而在过去几年“物联网”一词曾鲜有提及。

随着数字化开始从根本上改变行业性质，首席执行官们对安全与风险的关注度也日益上升。77%的受访者认同“数字世界正在给我们的业务带来新型、新级别的风险”的观点，65%的受访者感到“对风险管理的投资不足以应对新型风险与更高级别的风险”。

虽然在一定程度上，这是一个提示性的调查结果，但其它调查的回复也提供了这种关注度不断增加的有力佐证。首席执行官们的担忧不无道理。数字化的产品与服务为客户带来了更高的应用性，但同时也为篡夺数字控制权的黑暗势力提供了更多可趁之机。首席执行官与首席信息官应共同提醒执行团队不要对目前的网络风险管理沾沾自喜。

来源：C114 中国通信网 2015 年 05 月 07 日

在韩遭反垄断调查，甲骨文将步高通后尘？

4 月 28 日，韩国对甲骨文公司展开反垄断调查的消息不胫而走，调查的原因是甲骨文在其维护服务合同中捆绑新软件，有可能构成反竞争行为。调查还在进行中，最终的调查结果很可能在 6 月或 7 月作出。甲骨文的企业级软件业务营收规模在全球数一数二，现在因为软件服务行为被反垄断调查，后续产生的蝴蝶效应估计不小。

甲骨文升级服务捆绑广告程序

韩国反垄断部门表示，除了在维护服务中绑定新软件外，甲骨文还要求客户对正在使用的所有甲骨文软件支付维护服务费，而不是让客户挑选希望获得哪一款软件的维护服务。但是该部门并没有透露甲骨文捆绑的具体是什么软件。

今年3月份，细心者发现甲骨文将其Java软件捆绑Ask软件的行为从Windows平台扩大到了Mac。当用户升级Java时，Java的安装程序中内置了第三方的Ask.com服务，用户升级时一不小心就会安装了Ask工具栏，并把浏览器首页改为Ask.com。

Ask软件的口碑并不好。Ask工具栏除了整合新闻、电子邮件、天气、Facebook及eBay等网站的快速链接外，其搜索功能所提供的结果有许多都是广告，同时还会追踪用户的网路行为，因此被界定为是“广告程序”和垃圾软件。在植入Mac平台之前，就已经有上万名用户呼吁甲骨文取消Ask的绑定，但是甲骨文显然没有听从。

在中国市场，甲骨文和百度今年1月达成合作，在Java官网更新升级时，用户下载的安装包中被捆绑了大量百度软件，其中百度工具栏被捆绑安装后无法正常卸载，百度杀毒也因此无法完全卸载，导致用户的Java也可能无法使用。

一般来说，捆绑软件的行为是在第三方分发的下载安装程序中出现，而现在的情况是，连软件开发商也开始在安装包中捆绑别的软件，这些安装包是计算机运行基础环境所需要的，时不时会定期升级，这就让用户防不胜防。甲骨文在Java升级包中安放Ask和百度软件包的行为，正是广大用户诟病的地方。

多个产品市场份额全球过半

其实，软件行业的“捆绑合作”由来已久，比如Adobe软件安装时附带可选的谷歌工具栏、Adobe和微软的DynamicsCRM合作、微软在Windows平台捆绑WindowsMediaPlayer等。国内的杀毒软件厂商，也同样在其王牌产品中捆绑游戏、工具栏、浏览器等软件产品，同样防不胜防。不过，微软也曾经因在Windows平台捆绑IE浏览器销售而被处以高额的反垄断罚金。

甲骨文此次因捆绑新软件的行为被韩国调查，是基于其庞大的市场地位产生的不一样的管制要求。在全球市场，甲骨文居全球集成平台市场第一，份额达到55%；以关系型数据库起家的甲骨文是该领域全球老大，占据了全球数据库市场47.4%的份额，比紧随其后的四五个竞争对手市场份额总和还高，在中国数据库市场上也有高达60%的市场份额；在应用服务器市场占据全球首位。

甲骨文有庞大的产品家族：操作系统Solaris、虚拟技术OracleVM、Java平台、中间件、数据库管理系统Oracle数据库、MySQL、JavaDB2等等，以及收购Sun之后获得的硬件服务器产品等。甲骨文的企业应用软件ERP和CRM的竞争实力也颇强。从甲骨文的产品线可以看出，他是一家从基础软件到应用软件、从软件到硬件通吃的企业，除网络和存储产品之外，他拥有搭建一个企业信息化环境所需的大部分产

品。

韩国在调查甲骨文的垄断行为时指出，甲骨文强制用户升级所有的甲骨文产品并收取费用，如果情况属实，以甲骨文的市场份额来判断，这一行为够得上是滥用市场支配地位的行为。

强制收取升级维护费取证难

那么，在中国市场，甲骨文是否存在强制收取升级维护费的行为？

记者采访一位业内专家时，他指出，软件公司以年费的形式为客户提供升级维护服务是业内的通常做法，一般会收取软件许可费用的 18%~20%。至于甲骨文是否强制用户缴纳所有甲骨文软件的升级维护费，而不顾及用户是否在某个软件产品上有升级意愿的情况，需要调查用户实际情况。但是，由于软件之间有千丝万缕的联系，当一个软件升级后另一个软件不升级是否会影响整个系统运行，也说不好，所以取证的难度比较大。

目前，仅有韩国对甲骨文在此方面的行为做出反垄断调查，还没有其他国家和地区有此意向表示。在 12 年前甲骨文收购仁科公司和 5 年前收购 Sun 公司时，甲骨文都遭遇过反垄断调查。在甲骨文停止为安腾服务器提供升级支持时还被惠普向有关政府方面提起过反垄断调查。不过，结果基本上是不了了之，或是被裁定垄断行为不成立。

甲骨文在中国 IT 业内被称为“IOE”的成员之一，这三家公司几乎垄断了中国的信息化企业级市场。不过到目前为止，国家发改委并没有对这三家公司中的任一家提出过反垄断调查。中国之前对国外信息技术公司反垄断惩罚案例最知名的是高通，也是唯一一个有结果的案例。高通案件在国内国际都产生了巨大影响。此次韩国调查甲骨文，同样也有标志性的意义。无论结果如何，都将促使垄断型公司在反思自己的市场行为时考虑到公平竞争这一要素。

来源：《中国电子报》2015 年 05 月 05 日