

编辑 罗添 美编 宋媛媛 责校 池红云 电话:84285566-3153 shangbaolT@163.com

· 速读 ·

乐酷天借运营培训摆脱价格战

记者近日获悉，乐酷天网上商城正式启动乐酷天大学项目并举办首期电商运营培训课程，旨在帮助商户提升服务品质，通过差异化竞争策略摆脱价格战。

据介绍，此次乐酷天大学培训课程的内容主要是引进和分享自日本和我国台湾等成熟市场的电子商务运营经验。由于日本和我国台湾的电商行业已发展得比较完善，商户更注重基于二次销售的服务，通过服务让消费者认知品牌，进而增加回头客、提升回头客单价。而内地市场则多是走价格为主的市场策略，通过低价来争取一次性的客人，而二次回访和回头率相对比较低。

针对此现状，乐酷天开办此次培训，并表示将为商户的商品销售提供专业咨询，帮助商户提升商品品牌竞争力，增加附加价值。

腾讯与湖南卫视共谋内容推广

近日，腾讯视频和湖南卫视开启《夫妻那些事》杀青暨腾讯视频网络独家版权合作。据了解，《夫妻那些事》将于本月底登陆湖南卫视黄金档，腾讯视频则作为该剧网络独家播出平台，将与湖南卫视同步在线播出。

业内人士认为，卫视和网络视频的版权合作不仅为网民提供了一个与电视台同步在线观看剧目的机会，更为中国传统电视剧产业的新媒体融合与“大剧托管产业共荣”运营模式实践提供了契机。

腾讯公司在线视频部总经理刘春宁表示，腾讯视频将借助跨平台、多终端、云视频平台，全方位实现《夫妻那些事》从采买、推广包装、腾讯视频SEE内容精细化运营理念等各环节的运营模式，最终达成编剧方、出品方、电视台、视频新媒体等产业的多维共赢。

希望云安全推免费企业杀毒软件

云安全近日正式宣布推出国内首款免费SaaS企业用户杀毒软件。

据了解，作为基于迈克菲技术部署推出的首款对于企业用户的SaaS杀毒产品，可为国内中小企业提供具有前瞻性的集“杀、防、管”于一体的安全管理解决方案。包括的功能主要有病毒和间谍软件防护、桌面保护、防火墙保护、浏览器保护、Web过滤等，有效帮助企业防范恶意软件和层出不穷的网络威胁，通过实时监控与分析，将企业在安全方面面临的隐患降至最低。

业内人士表示，此举将颠覆企业级安全市场现有格局，同时在中国掀起SaaS企业杀毒软件免费的高潮。

爱普生推电子纸显示平台芯片

精工爱普生集团(以下简称“爱普生”)为协助顾客开发电子纸应用产品，近日开始提供同时配备电子纸显示控制器芯片和固件的“行业用电子纸显示平台系列”。

据悉，顾客只要将本平台和电子纸显示器相组合，不需要电子纸特有的驱动技术，就可开发电子价格标签等产品。爱普生计划将逐步扩展产品阵容，本平台系列中用于小型有源矩阵方式显示器的新产品“S1D13T03”芯片从2012年1月底开始提供样品，用于中型有源矩阵显示器的芯片样品将于3月出货。

爱普生方面表示，将继续发挥其电子纸驱动技术专长，以丰富的电子纸产品阵容和有利的顾客支持，迅速回应顾客需求并为顾客提供相应的专业解决方案。

LG投影机加大中国市场投入

近日，LG携手神州数码公布其投影机产品线2012年新品计划以及未来投影机行业发展的主流趋势。LG同时宣布今年将继续加大对中国的投入力度，研发的投影机新品将第一时间投放中国市场。

LG重点展示了已投放在中国市场的3D及微型投影机等多款核心产品。据悉，2D转3D功能的旗舰级家用投影机CF3DA，可实现在150英寸大屏上展示超高清3D影片；LG智能LED微投产品HW300TC，具有看电视、无线上网、自动连接iPad2苹果系列产品等功能。

LG方面介绍，去年LG投影机的微投系列产品，在全球同类产品市场的占有率达到24%，位居全球投影机品牌之首。

本报记者 魏蔚/整理

Brightcove上市刺激全球资本市场

国内视频B2B迎发展机遇

视频已成为互联网主流应用和网民主流需求，诸多从业者也从中找到发展良机。同样，在个人用户之外，企业用户对视频制作、传播、存储的需求也促成了B2B模式的巨大市场。近日，美国网络视频发行商Brightcove成功登陆纳斯达克并股价大涨35%，也吸引了业界对该模式国内企业CC视频等的关注，B2B视频模式或将迎来发展良机。

视频B2B被热捧

据悉，美国视频B2B模式领军者Brightcove融资5500万美元成功登陆美股市场并开盘大涨的消息引发行业讨论。分析人士指出，这显现出国际资本市场继视频B2C大热之后，对视频B2B模式的正面认可，以及对其行业前景的利好判断。

这一信号同时也为被视为Brightcove的中国版——CC视频，聚焦了大量的目光，基于当下炙手可热的视频业务和云计算技术，其市场增长空间引发广泛联想。

根据2011中国网络视听产业论坛发布的2011中国网络视听产业报告数据显示，2011年我国在线视频用户量已达3.94亿人，而美国在线视频用户量为1.58亿人，研究表明，我国已远远超过美国，成为最大的单一国家视频用户群体。

据悉，CC视频的服务对象是有视频需求但并非专业的网站，基于云计算技术的在线视频服务平台，通过提供SaaS模式的视频云服务，帮助企



业直接跨过视频应用中的资金、技术、管理庞大成本，使企业只需一台电脑就能实现对视频的存储、播放、转码、管理、编辑、广告管理等操作。

分析人士指出，视频已然成为仅次于音乐和即时通讯的互联网基础型应用。这促使中国企业对视频应用的需求比任何时候都迫切。而在视频和云计算两大趋势的推动下，CC视频即将迎来中国视频B2B模式的市场最佳时机。

国内市场万事俱备

据悉，CC视频是最早一批专注于视频B2B

领域的企业，并经历了长达七年的努力和准备。2007年底，CC视频完成IDG资本A轮近300万美元融资，并于2009年实现盈利；2011年8月份，获得了由迪斯尼旗下思伟投资、IDG、江苏高科技投资集团B轮2000万美元的投资。

而对于目前视频行业中的B2C火过B2B现象，CC视频CEO张远在2011年互联网大会上坦言：“视频行业产品的商业模式正在不断演化，视频行业中B2B的成熟一定会晚于B2C。”而Brightcove的成功上市，无疑已经向中国视频市

场释放出了一个再明显不过的行业信号。不难预测，第二次视频产业的“核聚变”，必将在比美国拥有更大的互联网用户基数和企业的中国真正爆发。

事实上，除了一些近年来发力的后来者，一些因顶不住视频B2C强压的视频网站，也已开始半路出家，着手转向B2B领域。张远对此并不感到突然，他表示：“视频行业B2B领域蓝海初现时，也会迎来很多竞争对手进入。”

据官方提供的数据，2010年CC视频业务收入已经在3000万元左右，每日播放量达5000万次，占据了在线视频服务市场80%以上的份额，覆盖了媒体、教育、行业、企业四大类。除了大量以游戏、论坛为主的免费客户，主要付费用户群体囊括了新华网、江西今视网、天涯、华图网、民生银行等媒体和企业，以及万科、用友等需要用视频做品牌提升、内训管理的客户。

思伟投资合伙人崔麟认为，CC视频在用户操作便捷性、流量控制、成本控制等方面拥有先发优势，竞争者现在做一套系统与它竞争，难度是很大的，国内第三方网络视频市场目前毕竟还处于发展的初期。

本报记者 张绪旺/文
实习记者 高鹏/摄

联想：个人云和安全性是移动互联重点

自2009年底宣布进军移动互联网领域的联想已经推出包括智能手机、平板电脑在内的10余款产品。在硬件层面开疆拓土的同时，联想一直不断地大力升级其软件内容层面的服务，特别是云服务能力和平板终端的安全性。

“最重要的主题还是个人云的概念。”联想高级副总裁刘军曾向媒体介绍。云计算概念，小的厂商在推出，大的厂商也有很多，是全球性竞争。他认为，从硬件层面讲，智能电视、智能手机、超级本以及平板电脑都不是新概念，但把这些终端打通，并实现硬件、软件加云端互动的模式是竞争重点。

“每一个客户应该有一个自己的个人云，这个

云是跟着他走的，能够实现随时随地的访问互联网，这些设备之间是协同工作的。”刘军指出，这是联想出兵云计算的初衷，目前联想旗下“电脑、平板电脑、智能手机、智能电视”四屏终端，要有一个统一的云端。

据介绍，联想个人云概念已经在乐2代产品上加速体现。其智能手机乐Phone第二代乐Phone S2强调基于个人云和社交理念的“云分享”功能：通过了乐Phone S2只需要将照片上传到云端，不仅可将照片一次性分享到新浪、搜狐、腾讯微博上，也可分享到PC、Pad、TV等设备上，也能分享给手机联系人；除了图片、游戏、音乐、视频等内容均能无缝交互到PC、Pad、TV等其他设

备上，实现四屏互动，即便用户不想立即迁移，也可以将资源存放在200G免费云存储空间中。

刘军认为，以前人们强调软件怎么去兼容和适配硬件，而新型智能终端领域，软件、硬件和云端是无缝连接的，并且需要支持跨平台、跨设备交互。

不过，云计算以及多种智能终端交互技术的兴起也让用户担心个人隐私安全问题，不久前，国内多次发生互联网数据窃密事件，谷歌、Facebook这样的国际巨头也经常面临安全隐私风险。

联想乐Phone S2相关产品负责人告诉记者，考虑到智能联网时代安全风险，联想强化了智能终端的安全防护系数。“以乐Phone S2为例，创建了‘五

防三模’机制”，该负责人介绍，内置的LeSec拦截引擎，能够防止恶意吸费，实时拦截恶意应用偷窥和收集用户信息，并具备防病毒、防骚扰能力，保障用户手机信息安全。内置的防盗功能有效保障用户手机硬件安全。而所谓三模“私密模式、访问模式和儿童模式”能够确保不被外人获知私密信息。

据悉，今年联想的移动战略步伐紧密。联想董事长兼CEO杨元庆在年初的美国国际消费电子展上强调：“未来联想产品战略将围绕智能手机、平板电脑、智能电视和个人电脑展开，并立志成为全球个人终端领域的领导级厂商。”他指出，苹果很强大，但并非不可战胜。

本报记者 张绪旺