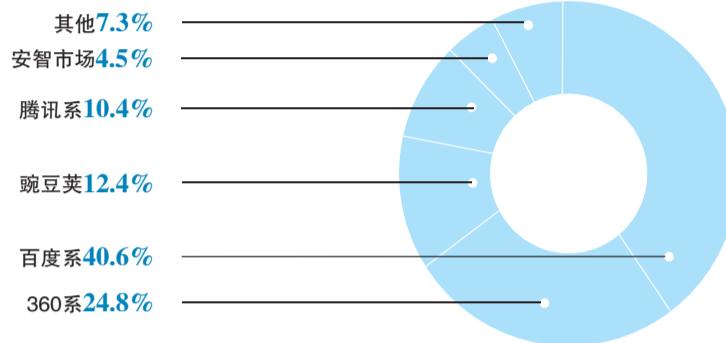


UC、腾讯、360接连加重应用商店业务 移动分发市场战火重燃

在移动分发市场，常年被列为收购对象的UC实现逆袭，收购另一家iOS应用分发平台PP助手，另一边腾讯围绕应用宝进行多入口整合，奇虎360也向百度的咄咄逼人说不，现在看来，百度收购91无线只是开始而非结束。

2013年三季度移动应用分发量市场份额



并购不断

时间离百度并购91无线并没有太久。

近日，UC首席运营官朱顺炎在全球移动游戏发展趋势高峰论坛上透露，UC对PP助手的整合已接近尾声。这是一件很有意思的事情，作为常年被列为收购对象的UC在获得阿里巴巴投资后有了独立发展的底气，反而开始了逆袭的节奏。

即便有人认为UC的目的是为上市加码，但这番收购不只是资本层面的谋略，至少从业务层面讲，UC在加强两条腿走路的能力。

众所周知，UC浏览器目前的用户主要集中在安卓平台，并通过浏览器构建了移动App分发平台，这个平台由UC插件平台和UC网页应用中心组成，其中UC网页应用中心目前用户累计添加应用次数2亿次，月活跃用户5000万。

反观被收购的PP助手，则主要面向iOS应用分发，相比浏览器，是更正统的应用商店模式。资料显示，目前PP助手在iOS端用户达4000万，App日均下载量超过800万次。

“一手浏览器、一手应用商店；一手安卓、一手iOS”，市场分析人士坦言，无论未来是否整合，UC都在

努力占据移动分发的所有入口。

份额谜局

事实上，“小公司”UC如此紧张的缘由在于巨头争抢。百度收购91无线已经给了行业整体一个下马威，易观国际数据称其整合分发能力达到市场的40%，高于常年耕耘该领域的360、腾讯等。

中国IT研究中心(CNIT-Research)发布的《中国安卓应用分发市场监测报告》也显示，今年9月中国安卓移动应用分发市场中，百度系分发平台(含百度手机助手、91助手、安卓市场)占安卓分发市场总分发量41.51%，稳居市场第一；第二位为360手机助手，占比31.42%，豌豆荚与安智市场分别占13.67%和4.05%；其他分发平台占9.35%。

但对于这样的市场份额，奇虎360董事长周鸿祎在财报会议上做出反驳，称百度所有渠道的份额加起来也没有360大，“360在分发渠道上肯定是第一名”，周鸿祎表示，未来会进一步加大在手机安卓应用市场的发展力度。

互联网公司之间数据打架是行业常态，但在互扔“生石灰”背后确实对市场高度敏感，“现在谁是第一可能说不清，但去当第一肯定是要

务之急”。

分析人士指出，移动互联网的产品多以应用的面目出现，类似于PC互联网的产品多以网页形式呈现。“对于巨头而言，抢夺移动分发入口，就如同PC互联网时代对网址导航业务的争夺。

“这几乎是在复制当年好123与360导航、265导航等的争斗，最后成功的只会是巨头。”另一位不愿透露姓名的应用商店负责人如是说。

巨头环伺

百度、360、UC闹得欢，贵为中国互联网一哥的腾讯也不甘寂寞，开始拾掇入口不统一的移动分发业务。事实上，腾讯移动分发能力的强大足以令所有同业者侧目，但之前业务分散在各产品线。

前身为腾讯应用中心客户端的应用宝早在2011年就与PC端的腾讯应用中心、浏览器等产品形成初步的应用分发阵营。但移动互联网时期，腾讯手机管家、手机QQ、微信也在承担此类业务。

而今年下半年以来，腾讯对应用宝和开放平台进行大量调整，希望把移动分发入口集中起来，做到一点接入、全平台分发。

具体而言，原腾讯手机管家(PC版)调至移动互联网事业群，并正式归于应用宝旗下，后者也在之前的手机端基础上增加了PC版应用管理功能。变身之后的应用宝由腾讯开放平台总经理林松涛挂帅。

按照腾讯移动开放平台的发展思路，应用宝将不再是一款小小的应用商店，而成为腾讯基于PC和手机这两大场景及多个平台的综合性流量分发平台。

不过，另一层面，以游戏中心为代表的微信移动分发业务也在咄咄逼人，业内担心存在左右互搏的可能。但在周鸿祎看来，微信并不适合作为应用分发市场，其作用只能帮助腾讯推精品应用。无论如何，腾讯祭出应用宝开始追击百度、360。

北京商报记者 张绪旺

微软大中华区副总裁谢恩伟：

微软将在华深化“云+端”战略

入华20年，TechEd 2013微软技术大会近日召开，与往年不同，微软此次向合作伙伴和开发者推介的重点变成云计算。微软大中华区副总裁兼市场战略部总经理、首席云计算战略官谢恩伟指出，微软将继续把“云+端”的策略坚决执行下去。

谢恩伟介绍，微软在过去12个月在华做了许多的工作。具体而言，微软从2012年的Windows 8和Surface拉开了微软云+端在中国具体执行的第一幕。而在今年6月6日，微软公有云服务Windows Azure在中国开放注册，这使得微软成为全球第一家实现公有云在中国落地的外资公司。

之后的10月，微软把大数据请到了中国；随后微软又把Windows

8.1和Surface第二代带到了中国市场；而就在不久前，微软私有云架构开始在华落地。

谢恩伟表示，行业正处在IT变革的风头浪尖。随着新的设备涌现市场以及用户对于现代化应用的需求不断提升，现代化应用具有共同的特征，如社交性、移动性，往往这些应用的背后都有非常强劲的云平台在做支撑。设备以及现代化应用的使用又海量地提高了数据级的存在。所有这一切设备、应用、大数据的洞察力都需要非常强劲的现代化数据中心以及非常庞大的云计算的能力才能真正实现。

据悉，为实现上述目标，微软发布一系列全新企业级产品及服务，包括Windows Server 2012 R2、Sys-

tem Center 2012 R2等。据IDC最新调查显示，微软企业级云计算产品在亚太区增长势头强劲，实现连续6个季度的持续增长，市场份额达到了39%。

微软公司云计算与企业级产品事业部执行副总裁Satya Nadella指出：“随着云计算发展进程的加快，那些能够提供最佳的软件即服务应用，同时运营一个支持了广泛第三方服务生态系统的全球公有云平台以及能够通过真正的混合云解决方案提供多重云移动性的供应商将成为企业级用户的首选。如果了解一下目前整个市场的格局就不难发现，只有微软真正能够在所有这些领域做到这一切。”

北京商报记者 张绪旺

· IT论道 ·



王斌

知名IT评论员

IT企业蜂拥学小米，学什么

最近，手机企业玩电商几乎成了一种潮流。中兴的NUBIA、联想的VIBE X，以及即将发布的华为荣耀，这些其实都在学小米手机。那么，小米手机的精髓到底是什么？仅是电商么？

有句话叫“好名字走天下”，“小米”这个名字简单、易记，而且是一种食品，给人美味的感觉。不知道NUBIA、VIBE是代表什么意思？从英文上的解释，NUBIA是女人的披肩，这会让消费者产生什么联想？VIBE的英文意思是感性，这又会带来什么联想？

倒是“荣耀”这个名字还算靠谱，给人一种光辉、高贵的感觉。有人可能会说，那小辣椒手机、大黄蜂手机各种学习小米的电商手机品牌名字也还可以，为何没成功？

其实，选好了名字只是第一步，还有比名字更重要的事情。MIUI系统是小米成功的关键，虽然目前MIUI与其他各家的手机系统相比并无明显的优势，但在安卓手机发展初期，MIUI确实是优秀系统代表，这也积累了大量的用户口碑。目前，中兴、华为、联想也都有自己的系统，但想要依靠系统建立口碑已经不可能了。

此外，售价是重中之重。小米手机一直在做“期货”生意，以低于产品成本价的方式推出，然后等待硬件成本回落后出售，开始的几万部可能是赔钱的，但通过赔钱赚取曝光率和眼球，接着开始大规模上量、赚钱。

雷军之所以敢这么干，一方面他做过互联网，互联网公司都是先免费聚人气，然后再赚钱；另外，小米公司雷军说了算，有大量的投资储备，却又没有复杂的审批决策流程，这些是传统手机企业最大的短板。

中兴、华为、联想如何能做到和小米一样的组织扁平化？这就要看领导的魄力，华为余承东似乎获得了任正非的很大授权，可能“荣耀”的决策速度会有提升。那中兴、联想呢？是否针对互联网品牌做过组织架构和管理创新优化？

小米的成功还有一点极为重要，那就是玩转社交媒体。这里不仅有小米论坛，还有微博、微信，小米有上百人的团队负责社交媒体的营销和传播，从来不花钱打广告，靠制造具有眼球效应的营销事件迅速传播。这个团队里的人大多来自媒体，有记者、编辑等，雷军则是个大喇叭，他们擅长引导舆论。

最后一个要说的，就是饥渴营销了。但饥渴营销的前提是产品真的很让用户“饥渴”，你的手机价格、性能等各方面让用户饥渴么？所以小米的成功是个系统工程，任何一方面有欠缺都难再造一个小米。

王斌，笔名磐石之心，多年从事消费电子、互联网、移动互联网行业专业管理咨询工作，多家知名媒体特约评论员。

(以上观点不代表本报意见)

· 电商动态 ·

● 淘宝：再申诉可以有，闹？没用！

针对部分卖家因被误判而不满攻击淘宝一事，淘宝网发表公告称将开放专门申诉通道，对申诉流程做了优化，并延长了申诉期。但是阿里巴巴集团董事局主席马云强调，“谁闹也没有用，不要期待淘宝会向炒作信用和假货妥协”。

● 苏宁易购：你们做比特币投资，我做交易平台

没有交易平台有再多投资比特币的人也没用。据悉，近日苏宁易购正在计划引入比特币入驻苏宁平台，通过开放平台的形式在苏宁易购上实现比特币交易，目前双方正在密谈中。若此次洽谈成功，苏宁易购将成为国内第一家支持比特币交易的电商网站。

● 京东：想快速融资的请认准“京宝贝”产品

“凭供应商采购、销售数据融资”、“无需任何担保和抵押”、“三分钟内完成放款”，以上即是京东近期推出的融资业务“京宝贝”的吸引力。据悉，该业务融资期限长达90天，融资金额和还款时间由供应商自主决定。