

· 动态 ·

中国电信首批40个城市开展4G试验

北京商报讯(记者 曲忠芳)近日,中国电信获准在全国超过40个城市开展4G规模网络实验。这意味着4G发牌之后,建设4G试验网络开始提上中国电信的日程。据了解,中国电信今明两年4G投资约550亿元,其中今年实际上已规划并将落实100亿元。

据中国电信内部人士透露,首批40多个城市内的4G网络建设初期将覆盖主城区、风景区、地铁等重要区域。当没有4G覆盖或覆盖不足时,4G将回落到3G网络,如果3G覆盖不足,则将回落到2G网络。这样可以使4G网络建设初期的规模不用太大,成本也会得到合理控制。就在上周,中国电信已公布了4G移动业务名称为“天翼4G”,并提出了“天翼4G,更快更好”的口号。

三星Galaxy S4 zoom尝试微电影营销

北京商报讯(记者 李卉)三星Galaxy S4 zoom智能手机携手台湾著名制作团队葛纳兰倾力打造的微电影《爱不错过》首映典礼在京举行,这是三星在微电影营销领域的又一次尝试。

三星电子大中华区首席市场官晏昆表示,三星希望通过微电影这种新兴的传播渠道,展示年轻消费群体的所思、所想,拉近与他们的距离,并融入到他们的时尚生活方式之中。

据了解,三星Galaxy S4 zoom是一款智能手机与相机的跨界融合产品。它支持10倍光学变焦,采用1600万像素背照式CMOS传感器和光学防抖技术(OIS),融入了创新的变焦环(Zoom Ring)。Galaxy S4 zoom搭载了安卓果冻豆系统,具备智能模式、轨迹拍摄、动作凝结等强大的拍摄模式。

三国杀王者之战总决赛闭幕

北京商报讯(记者 吴辰光)随着文化创意产业不断升级,中国桌面游戏竞技赛事代表品牌“三国杀王者之战”也逐步走向国际化。近日,2013三国杀王者之战决赛以及颁奖仪式在京举行。

2013三国杀王者之战共有来自全球65座城市的5万余选手参与,最终有500人获得全球总决赛的资格,其中美国、加拿大、澳大利亚以及中国澳门、香港、台湾地区各有一支代表队杀入总决赛。

大赛组委会也为此举办了蕴含三国时代传统娱乐文化的嘉年华活动。有“投壶射礼”的投壶游戏、辕门射戟游戏。也有“三国文化谜题”等历史问答,还有时尚的“二维码”交友,使普通玩家有机会和资深设计师成为好友。

2013搜狐财经年会在京召开

北京商报讯(记者 吴辰光)近日,2013搜狐财经年会在京开幕,年会以“致敬变革者”为主题,推动中国变革改良。

此次会议以论坛活动为载体,旨在汇聚社会各界精英,对年度时政、经济、社会文化等重大话题进行深度解读。而分论坛以“思想”和“行动”分为上下两部分。上午的“keep thinking”环节中,主要围绕“改革在路上,触动利益为何比触动灵魂还难?”主题展开了讨论。下午的“keep walking”环节,分别围绕电影和互联网展开讨论。

会上,58同城CEO姚劲波、久邦数码总裁张向东等互联网从业者,针对追求创新拒绝平庸的互联网思维,在过去究竟打破了什么,未来还将创造出什么,各自给出了自己的见解。

首家微信支付酒店正式上线

北京商报讯(记者 吴辰光)微信日前与7天连锁酒店联合推出的“双12”特惠专场活动页面正式上线。双方推出以“1分钱抢购200元返现券”为主题在内的一系列特惠让利活动,7天连锁酒店全国2000多家分店参与本次活动,微信用户只需要关注7天连锁酒店的公众号“7天会”就能第一时间了解和参与活动。

作为行业内规模最大的连锁酒店品牌,7天也是第一家接入“微信支付”的酒店,此次推出活动特供的“微信价”,旨在借力微信在移动互联网领域的强大社交平台能力,从而触发海量的用户连接权。这种社交平台实现即时支付的连接模式无疑更能快速响应移动互联网时代,以及满足用户随时随地的消费和服务需求。

全面提速在华业务 打造阅读生态链

亚马逊低价电子阅读器抢市

当国内电子阅读器市场降温的时候,亚马逊却吹响了进攻号角。虽然在国内市场起步较晚,但亚马逊认为未来的增长速度会像美国市场一样,并希望借助电子阅读器带动该网站其他产品的销售,从而打造一个阅读生态链。

近日,亚马逊面向国内市场发布了其全新电子书阅读器——Kindle Paperwhite。该电子书阅读器现已在亚马逊官网以及线下零售店中出售,售价899元。亚马逊公司创始人兼CEO杰夫·贝索斯表示,这是公司迄今最好的电子书阅读器,现在这一产品系列将会越来越完善。

据悉,亚马逊全新Kindle Paperwhite电子书阅读器采用6英寸的显示屏,分辨率为1024×758像素,2GB的存储空间,内置WiFi,机身重量仅为206克,此外,在应用上包括新浪微博分享、无忧存档、家长看护、Whispersync功能等。

目前,国内电子阅读器市场正处于急速降温阶段,国内厂商盛大、汉王等相关产品均受到了智能手机和平板电脑的冲击。同时,亚马逊虽然有着全球电子阅读器鼻祖的称号,但毕竟入华时间短,以至于有分析认为其很难有大展身手的空间。

对此,亚马逊全球副总裁张文翊表示,亚马逊全球电子书店上线时的电子书不足10万册,但现在已经超过百万。在中国看到的趋势和美国很像,前两年可能增长较慢,往后就会好些。

据一家调研公司发布的数据显示,拥有Kindle的用户每年在亚马逊上消费的平均数额为1233美



元,没有Kindle的用户在亚马逊上的年平均支出则为790美元。也就是说,一部Kindle能给亚马逊增收443美元。

亚马逊显然明白销售Kindle的重要性,那就是可以带动其网站其他产品的销售。据亚马逊2013年网络购物趋势报告显示,网购品类呈多元化发展,书籍和各种消费类电子产品依然是网购的主流,但是其他品类增长迅速。移动端购物正高速增长,2013年亚马逊中国移动端购物占比增长了142%,已经有越来越多的消费者开始频繁使用移动端

进行购物。

通过Kindle带动整体增长固然是好事,而“组团”推广方式或许能带来更好的效果。就在发布Kindle的同一天,亚马逊还推出其首家在线乐器专卖店,此次上线的乐器涵盖了从键盘乐器、吉他、民族乐器到专业DJ扩音设备以及配件等超过万款商品。据悉,亚马逊目前的乐器频道中,一部分以开放平台的形式邀请第三方乐器卖家入驻,而另一部分则以专卖店的形式由亚马逊自营。

北京商报记者 吴辰光

企业布局云技术 存储方式多元化

移动存储设备市场空间受挤压

国内云存储市场正吸引越来越多的大腕进入。继腾讯、360、金山等巨头发力后,近日,国际硬盘厂商西部数据也借力百度云涉足这一领域,随着巨头之间竞争的加剧,U盘、移动硬盘等移动存储设备的生存空间将被挤压。

日常生活中,常常看到这样的景象,消费者手里往往有多个U盘,容量从4GB、8GB到16GB、32GB等不相同,颜色及形态也五花八门,然而其却有一个共同特点:消费者几乎很少用到。这成为U盘生存状态的一种真实写照。

连日来,针对这一现象,北京商报记者随机采访了50名普通消费者,其中有超过90%的消费者表示至少有一个U盘或移动硬盘,而平均一周使用一次的消费者却仅占1/5,平

均一个月使用一次的也不足一半。

至于不常使用的原因,一位受访消费者告诉北京商报记者:“上学时为节省上网费用,主要靠U盘从同学那里拷贝电影资源,使用得很频繁,但如今一些视频网站在版权、内容资源、网络速度方面等有较大提升,因此往往会选择在WiFi环境观看,U盘也就基本不用了。”

另有部分消费者表示他们更常用的是云盘,即将其文档、照片等资源上传至云盘内,由于网络云盘具有容量空间大、云端同步的优势,无需再携带U盘、移动硬盘即可实现存储的目的。

对此,一位接近国际硬盘及存储解决方案提供商希捷科技的人士表示,在企业市场,云存储已成为各企业布局的重点,而在消费级市场,云存储也越来越被用户所接受,这意味着消费类的移动存储设备受到了挤压。

无独有偶,国内老牌硬件厂商爱国者表示,移动存储设备市场规模近年来一直在缩小,因保有的基础量较大,未来三五年内大容量的移动硬盘可能还有一定市场空间,U

盘越来越往时尚类饰品方向发展,但总体来说移动存储设备成长的空间已很小。据了解,消费类的移动存储设备在爱国者整体产品线的比重已呈现收缩趋势。

北京商报记者发现,在各类IT卖场中,U盘与移动硬盘的销量也逐渐走低。一位销售人员称:“一个月最多能卖出三四个移动硬盘已经算不错了,这是因为,U盘、移动硬盘具有的存储功能实际正在被其他设备融合,如智能手机本身拥有一定的存储空间,市场热销的充电宝也往往配备了存储功能。这些对U盘、移动硬盘都产生了替代作用。”

此外,随着移动互联网的普及,包括微信、手机QQ等即时通讯软件本身也具备文件图片传输的功能,另外电子邮箱等应用也可承载一定的存储功能。可以说,当前传输、装载文件的方式多种多样,U盘、移动硬盘对消费者来说已成为一种可有可无的设备。同时,随着4G时代的到来,网络的大容量、高速度将进一步扩大云存储的普及,这意味着移动存储设备的生存空间萎缩将成为常态。北京商报记者 曲忠芳