

·速读·

亚马逊上线三款Kindle Fire平板电脑

亚马逊中国近日宣布全新Kindle Fire平板电脑家族正式在中国上市，全系新品包括一款Kindle Fire HD平板电脑以及两款不同屏幕尺寸的Kindle Fire HDX平板电脑。亚马逊中国此次发布的Kindle Fire HD平板电脑，配备1280×800高清显示屏、双核1.5GHz处理器、杜比音频搭配双立体声扬声器，售价从1099元起。

据了解，全新Kindle Fire平板电脑家族已于昨日同时在线上以及线下渠道销售，用户可以登录亚马逊中国官网、苏宁易购和京东商城在线选购，也可以亲临12个城市的苏宁电器以及IT渠道卖场体验购买。

科大讯飞发布方言语音识别技术

科大讯飞日前正式对外发布四川话语音识别技术，识别准确率超过85%，达到实用水平。数据显示，四川话在全球约有1.2亿的使用者，数量仅次于日语，多于德语。

据悉，此前没有一种引擎可以把方言语音识别处理好。今年1月，科大讯飞通过云计算、大数据、方言口语适配、深度神经网络等技术手段，实现了方言识别技术突破。据科大讯飞透露，四川话语音识别技术将率先应用于输入法产品，此外，讯飞输入法将于明日发布支持四川话语音输入的全新版本，此前讯飞输入法已经支持普通话、英语、粤语语音输入，并将于年内陆续发布东北话、上海话等方言语音识别技术。

快的打车市场份额增至46.7%

易观国际近日发布《2013年第4季度中国打车App市场监测报告》，数据显示，快的打车市场份额达到了46.7%，超过第二名嘀嘀打车3.1个百分点，继续保持行业第一，第三名大黄蜂打车市场占有率为3.2%。由于大黄蜂打车已于去年11月被快的打车收购，为此理论上快的打车的市场份额达到49.9%。

从目前的市场格局来看，快的打车和嘀嘀打车稳坐市场前两位，并且面临更为激烈的竞争，因而两家厂商纷纷在去年四季度启动新一轮融资。此外报告还指出，去年四季度打车软件行业加速扩张，快的打车已覆盖41个城市。易观国际分析认为，打车App行业烧钱情况将持续，直到盈利模式更为清晰，各厂商将更多依靠产品本身的内容和服务吸引用户。

巨人推手游108好汉招聘计划

趁春节后互联网、游戏业的跳槽热潮，巨人近日宣布推出“手游108好汉招聘计划”，面向全国范围网罗优秀手游人才。这意味着，进入二次创业的巨人正式发起手游攻势。

根据该计划，巨人希望在今春招聘大批热爱手游，有创新、创业精神的研发和运营人员，组建多支团队杀入手游精品市场。来自招聘网站的消息也显示，春节后巨人对手游研发、运营岗位的招聘需求剧增，比如App开发工程师、安卓开发工程师、手机平台软件开发工程师等，巨人手游团队计划在原有基础上扩张至200人以上规模。据悉，巨人去年开始组建手游团队，《征途》手机版、《乱世英雄》等游戏计划在今年推出。

迅雷开启路由水晶版内测

迅雷路由水晶版内测近日开启。为本次内测量身打造、科技与时尚艺术为一体的“水晶”外壳成为一大看点。对于传统硬件产品来说，电路板工艺水准与是否美观都隐藏在外壳之内，不会暴露给用户，而迅雷路由此次则用水晶版的方式秀出内在。

据迅雷路由负责人段晖透露，在正式发布之前，迅雷路由将会召集资深路由用户进行若干轮的测试活动，用户可以在迅雷路由官网报名参加内测资格申请，完全免费，申请结果一周之后可以查询，获得内测资格的人将免费获得一台迅雷路由水晶版，在试用过程中向官方反馈改进意见。对于内测筛选标准，段晖表示将主要参考路由玩家的经验、兴趣意向与动力，以及对迅雷产品服务的熟悉程度。

北京商报记者 魏蔚/整理

Windows Phone(以下简称“WP”)是微软不得不为之的未来，但却一直扮演着尴尬的角色。在市场份额迟迟追不上苹果和谷歌的背景下，微软不得不做出一些柔性改革，比如向中低端市场行进、摆脱诺基亚依赖症……而这一切从扩展盟友开始。

欲摆脱增长颓势和诺基亚依赖症**微软屈尊扩充WP盟友**

提升Windows Phone市场份额是微软新CEO纳德拉的重要任务

微软在巴塞罗那移动世界大会(MWC)上宣布，包括联想、LG、华为和中兴在内的多家公司将成为Windows Phone平台的合作伙伴。微软此次公布的其他Windows Phone合作伙伴还包括印度厂商Karbonn和Lava，以及JSR和Longcheer。微软重申，HTC、诺基亚和三星仍将是Windows Phone平台的合作伙伴。

虽然其中一些厂商已经推出过Windows Phone手机，但是Windows Phone并不是这些公司的关注重点，而外界也一直把上述厂商看做是谷歌安卓系的亲密盟友。

而现在，微软开挖谷歌的墙脚，并希望这些新盟友即将推出的新款Windows Phone手机能改变微软在移动互联网争夺中的尴尬局面。

最新数据显示，微软Windows Phone在全球的市场份额只有4%。其余80%的份额被谷歌Android系统所占领，13%在iOS的手中。这也难怪，当微软在MWC上以“我们已超越黑莓”作为其荣登全球第三大移动操作系统位置的佐证时，引来记者的一阵窃笑——毕竟黑莓更被市场边缘化。

不过，如同禁受得住嘲讽，微软Windows Phone的未来和新盟友依

旧信誓旦旦。据悉，即将发布的Windows Phone 8.1将支持低端手机，同时也将更好地支持非触控设备。来自芯片供应商的信息也显示，下一版Windows Phone将支持高通骁龙200和400芯片组以及双SIM卡，因此适用于中低端设备。

一般而言，联想、中兴、华为等国产厂商以及印度手机厂商代表着全球智能手机市场的冲击性力量，但也普遍被冠以中低端市场的代名词。分析人士指出，无论是盟友的选择，还是技术层面的改进，微软都在低下Windows Phone高昂的头颅，向市场妥协的同时也表现出了更现实的求胜欲望。

事实上，微软屈尊的表现还体现在软件层面，向来高举高打的微软开始

与一些中小公司亲自探讨应用入驻合作。就在近日，中国手游公司蓝港在线宣布与微软达成合作，称旗下手机游戏将全线陆续登陆微软Windows Phone平台。

蓝港在线创始人王峰认为，很多用户都是在PC上的Windows平台下培养起对游戏的热爱，对微软仍有感情，移动游戏越来越接近PC的体验，今年Windows Phone平台可能成为今年移动游戏平台新的增长点。

这种论调得到微软大中华区副总裁谢恩伟的极力赞扬，他进一步介绍，中国Windows Phone的激活数量仅次于美国，位居世界第二，Windows Phone开发平台已经拥有超过9.8万名注册开发者，1/5来自中国，Windows Phone应用商店游戏和应用的数量达到

了17.5万款。

显而易见，在吸引更多应用入驻Windows Phone层面，微软表现出了更强烈的渴求，而中国无疑是不可错过的市场。

值得注意的是，微软在扩展Windows Phone盟友的同时，也在放松对诺基亚的控制，最大的例证就是同意诺基亚推出基于安卓操作系统的产品。而这种策略被解读为微软的“曲线救国”路线。

微软设备业务执行副总裁史蒂芬·埃洛普称，微软一直专注于发展基于活动磁贴的体验上，强调的是背后的云服务。微软将X系列安卓智能手机视为争夺发展中国家、新兴市场的“垫脚石”，其最终目的还是在于让更多的用户了解和熟悉微软活动磁贴的界面和体验，从而喜欢上使用微软的一系列云端服务。

埃洛普认为，微软选择了一个较为有趣的战局，通过在竞争对手的系统平台中植入像Skype、Outlook以及OneDrive一类的服务，有可能会使其在长期竞争中赢得更多用户。换而言之，微软之所以推出Android智能手机，最终目的仍是为“策反”用户，从而使得Windows Phone的界面被更多消费者所接受。

北京商报记者 张绪旺

网络视频App用户黏性差异悬殊

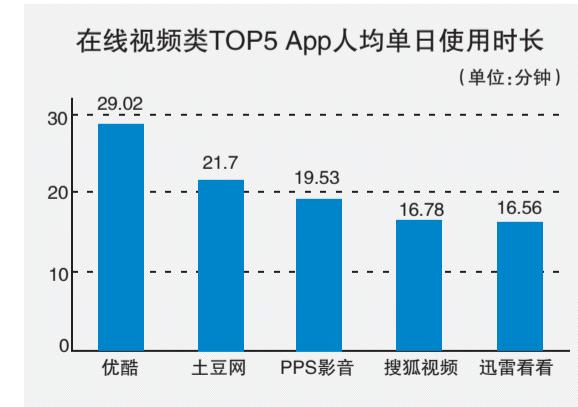
移动业务有多重要，从搜狐视频王牌自制剧《屌丝男士》第三季选择在移动端提前一天上映即可窥一斑，而在各大视频网站明争暗斗的外衣下，艾瑞咨询相关报告近日悄然揭露了视频行业移动端成绩。

艾瑞咨询数据显示，近一周视频App人均单日使用次数，优酷以4.06次排名第一，PPS影音和爱奇艺分别以3.45次和2.78次位居第二和第三名。业内人士认为，衡量App竞争力的指标，除了访问时长、用户规模之外，人均单日指标也是一项重要参考因素。

对用户而言，人均单日有效使用时长和人均单

日有效使用次数，可以反映用户对App的用户黏性和忠诚度。不久前艾瑞发布的数据显示，优酷App不仅在月度使用时长方面超越第二、三、四名的总和，其日均覆盖人数也保持第一位置，为第二名的1.7倍。

同时，据艾瑞MUT最新一周的数据显示，在人均单日有效使用时长方面，优酷和土豆网分居第一、第二位，较第三名PPS影音分别高出49%和11%，其后搜狐视频和迅雷看看列第四、第五名。此外，在人均单日使用次数方面，优酷也是唯一一个每天使用超过4次的在线视频类App。



随着移动互联网的发展，移动设备尤其是智能手机已经成为民众最贴身、使用时间最长的随身物品，而像即时通讯、视频类的App也已经成为民众的重要应用，从早到晚贴

身相伴，其人均单日有效使用时长、人均单日使用次数等维度数据在一定程度上可体现视频App的用户黏性和忠诚度。

北京商报记者 魏蔚/文

张彬/制表