

·看台·

东软欲打造新兴跨国公司

国内知名的IT解决方案与服务供应商东软集团股份有限公司在北京举行了公司产业化20周年回顾暨东软解决方案2011年会。据悉,继沈阳、大连和北京之后,东软集团20周年系列活动也将在上海、成都、广州、武汉、青岛、西安等城市陆续展开。

东软集团董事长兼首席执行官刘积仁就东软集团面向未来整体发展战略做了进一步的阐述:东软将以商业模式创新、全球化战略和企业卓越运营为重点,构筑东软面向未来的可持续发展能力。

第一,在商业模式创新方面,东软将在不断发挥过去积累的优势能力之外,加大向以创新与服务驱动成长的公司转变。

第二,在全球化战略方面,东软要全面实施全球化战略,打破国内业务线与国际业务线的划分,所有业务线的产品与服务都将努力拥有国际与国内两个市场,并促使公司在人力资源结构方面发生变化。

第三,在企业卓越运营管理方面,东软在未来10年将不断通过组织、技术、文化、领导力与人力资源等方面的变革来建立一个高效的东软。

本报记者 金朝力

搜狐微博首推内置诺基亚地图客户端

近日,手机厂商诺基亚联手国内门户网站搜狐,推出首款内置诺基亚地图服务的微博手机客户端。

诺基亚将把地图服务与搜狐微博手机客户端相结合,双方共同推出基于搜狐微博手机客户端的LBS服务。所谓LBS(Location Based Service),就是基于位置的服务,它是通过电信移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式(如GPS)获取移动终端用户的位置信息。

目前,大部分微博手机客户端定位仅能显示用户所在地区,而内置诺基亚地图服务的搜狐微博手机客户端,可以把用户精确定位到当前位置所在大楼及街道,大大提高了定位的准确程度,并通过诺基亚移动终端实时分享自己的位置信息。

搜狐有关人士认为,搜狐微博的使命之一是帮助用户随时随地分享信息,随着搜狐微博用户量的不断增长,信息量越来越大、信息来源日益丰富,位置的作用就越发重要。

内置诺基亚地图后,手机用户可以通过诺基亚地图全球180个国家的地图数据,与朋友分享其位置信息,用户通过该应用可以享受免费的位置签到、导航、实时路况等服务。通过与诺基亚地图服务的合作,搜狐微博创新性地把社交、实时信息、位置三要素打通,为用户提供了更好的产品体验。

本报记者 吴辰光

新媒体成社会公益活动主渠道

中国货运飞船名称征集活动再一次验证了新媒体的巨大力量。日前,由中国载人航天工程办公室主办的中国货运飞船名称征集活动已告一段落。活动组委会公布了最终确定入选前十名的公众提名,分别是:天梭、鲲鹏、天舟、神龙、龙舟、神骥、天马、云梯、神驹、行者。

作为中国载人空间站名称及标识征集活动的一部分,中国货运飞船名称征集活动于4月25日启动,至6月21日零时截止,组委会共收到公众提名9640份,共有377778人次参加了投票。经由载人航天领域专家、航天员、著名作家、知名媒体人士等组成的评审委员会初选,30个名称入围初选结果。经过网络投票和活动评审委员会专家评选,最终评选出十个获奖名称。

7月8日上午,中国载人航天工程网和腾讯网联合邀请了中国载人航天工程办公室副主任杨利伟,空间技术专家、神舟飞船首任总设计师戚发轫及此次活动的评审委员会名称作品评审组组长毕淑敏接受视频访谈,并通过微博与网友在线交流互动,共同探讨中国货运飞船与载人航天领域的奥秘。

戚发轫向网友深入浅出地讲解了中国货运飞船的相关知识,并介绍了载人空间站的构成及建设预想。毕淑敏则提醒广大网友在参与空间站名称及标识时,应该更加开阔思路。当前中国空间站征名活动仍在持续。包括对中国载人航天工程的标识、空间站整体名称及标识、空间站核心舱及两个实验舱的名称征集活动仍在进行中。公众可以登录中国载人航天工程网、中国航天科技集团公司网站及腾讯网专题页面参与活动。

本报记者 金朝力

首次纳入央企集采范畴

国产工业软件寻求突围

记者日前获悉,继操作系统、办公软件等软件被央企成功集采后,国资委首次将计算机辅助设计CAD软件纳入集采范畴。最新数据显示,国产工业软件目前占领了30%以上的市场份额,正在迅速崛起,打破了国外软件长期以来对该领域的垄断。

近日,国资委中央企业正版软件集中采购第二阶段的谈判工作顺利结束,CAXA、金山、瑞星等软件供应商进入央企软件集采名录。CAXA作为国产CAD和PLM工业软件的领军企业,其二维CAD、三维CAD软件成为

国资委央企CAD集采的首批指定产品,其中完全自主知识产权的CAXA实体设计软件是央企集采唯一指定的三维CAD软件。

不久前,国资委副主任李伟也在第三次中央企业信息化工作会议上表示,推进企业使用正版软件工作取得了新成效。中央企业积极落实国家关于推进企业使用正版软件的工作要求,2009年顺利实现了总部全部使用正版软件和二级单位基本使用正版软件的工作目标,51家中央企业及所属单位入选全国软件正版化工作示范单位。中央企业正版软件集中

采购工作初见成效,已有73家中央企业参与集采工作,包括下级单位在内的集采注册用户数达到836个。截至2010年4月,采购规模已经达到543万元,规模效应明显,有效降低了中央企业使用正版软件的成本。

而来自国家版权局的消息说,按照由高到低、逐步推进的原则,国家版权局将推动省级机关于7月底前、省会和计划单列市政府于8月底前、市级政府于10月底前完成软件正版化检查整改工作。

政府采购软件的正版化推进似乎给国产软件带来了希望。长久以来,迫于

外国软件的强势和盗版的压力等种种原因,国产软件一直在夹缝中求生存。其中,盗版一直是威胁国产软件的一大杀手。业界评论员李易认为,盗版问题在客观上助长了国外软件在中国的市场占有率,从而给国产软件带来毁灭性的打击,是制约国产软件发展的最大障碍。

CAXA总裁雷毅对记者表示,尽管我国工业软件取得了长足发展,但工业软件的复杂性和多样性决定了这个行业必须抱团发展,才能形成良性的产业发展生态链。

本报记者 金朝力

机身厚度仅9.2毫米

AOC新一代显示器主打“轻薄”牌

随着显示器市场竞争日趋激烈,各大厂商大打“轻薄”牌。近日,AOC携旗下的众多显示产品亮相2011中国国际消费电子博览会,其中,“刀锋”II代i2353Ph更是刷新了显示器的轻薄度,该产品的推出也有望改变整个市场格局。

继2010年推出“刀锋”后,不仅在当时成为史上最薄显示器,而且还成为了一年来AOC旗下最畅销的明星产品。作为这一经典产品的延续,AOC“刀锋”II代又一次实现了技术的跨越,其机身厚度从12.9mm进一步缩减到了9.2mm,这也将显示器市场带入了新的

时代。

据了解,“刀锋”II代i2353Ph外壳采用金属拉丝的设计,同时IPS炫彩硬屏的采用,让其拥有了高达178度的超广可视角度和完美的色彩表现;双HDMI接口、D-sub视频接口、音频接口和内置的双声道音箱,则为用户带来了更加精彩的多媒体视听享受。此外,“刀锋”II代5000万:1的超高动态对比度,方便实用的折叠式底座壁挂设计,也为用户提供了纤毫毕见的画面细节和极高的应用便利性。正是凭借着这些设计,AOC“刀锋”II代荣获了国际工



业设计界的“奥斯卡”奖——iF设计大奖。

除了“刀锋”II代i2353Ph,AOC还在本届博

览会上展示了八大系列LED显示器产品。此外,根据AOC的产品规划,即将上市的i2240Vw+、i2340V+、i2351Fe、i2352Ve四款IPS新品也首次登场亮相。据了解,今年下半年,AOC旗下的IPS+LED显示器将增加到8款之多。AOC在IPS系列产品线上如此盛大的布局,也昭示着一场前所未有的IPS普及风暴即将来临。

业内人士指出,在3D显示器价格居高不下,且市场普及程度远没达到预期的时候,AOC适时地推出超薄显示器无疑是抢占市场的大好时机。

本报记者 吴辰光/文
AOC/供图

酝酿第二波爆发式增长

当当网两年完成事业部制升级

随着3C事业部、服装事业部、美妆事业部、婴童事业部的陆续成立,加上传统优势的图书事业部,当当网的事业部制转型已经基本完成。当当网正在酝酿第二波爆发式增长。

2008年10月当当网首页进行了一次重要改版,突出了综合购物商城的网站形象。从那时起,当当网就已经在酝酿向事业部制转型。“在当时看来,这是非常大胆的构想。从图书一个品类拓展五六百个百货品类,当当网成为一层卖图书,同时二层卖数码家

电、三层卖服装、四层卖日用百货的综合性网上商城。当然,要将这些百货品类做到像图书一样专业化运作,从人力、物力、资源上都是非常大的挑战。”当当网董事长俞渝说。

其实,早在2007年4月,当当网就开始与包括诺基亚、欧莱雅等300多个知名品牌达成合作,让品牌旗下全线商品进驻当当网。经过一年多的摸索,当当网制定出了向事业部制发展的大胆战略。2008年至2011年间,当当网陆续推出招商模式拓展联营商

户资源、升级百货个性化推荐功能、为联营商户提供货到付款业务、完成全国六大物流中心等一系列战略布局,为各大百货品类的专业化服务打下了坚实基础。

2010年12月当当网在美国纽约证券交易所成功上市。至此,当当网的整合百货化布局已完成,两年前的事业部制发展也已箭在弦上。

经过上市后半年的持续投入和资源整合,在一季度财报“百货同比增长161.6%”下,当当网终于陆

续对外发出成立各品类事业部的消息。

其实,在事业部制布局背后当当网还在打着另外一个如意算盘,就是“价格战”。一向惯用价格战的当当网,“正品低价”是其核心竞争力。而进入百货领域,更加会延续这一策略。最近,当当网就推出了各种数码家电的低价促销,保证全网最低价的基础上再让利10%-15%,这也是当当网全面完成事业部制后的第一次“有针对性”的促销事件。

本报记者 金朝力