

网事连篇

全面拥抱移动互联网

秦海波

移动互联网到底有多热?来看看几位业界大佬的表态。“2013年,移动互联网时代已经到来,3G竞争更加激烈,智能手机加快普及,TD-LTE有望进入商用元年。”中国移动通信总裁李跃说:“我们要有效应对移动互联网业务竞争,打造新的增长点。”

“未来腾讯将继续专注于扩大开放,专注于移动互联网产品。而微信是腾讯第一个完全基于移动互联网开发的产品。”腾讯CEO马化腾说。“在移动互联网真正井喷式爆发的当下,搜

狐要义无反顾地拥抱。我们在移动互联网的切入点是媒体。”搜狐CEO张朝阳说。

新浪CEO曹国伟则干脆点明“移动为先”,并将公司架构大调整,微博业务获得了比门户业务更为重要的地位。

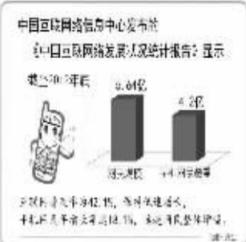
全面拥抱移动互联网,正成为整个产业链的共识。在开放平台和应用商店模式引领下,移动互联网在音乐、电商、游戏、搜索、即时通信等领域的商业价值凸显。据易观智库数据显示,2012年我国移动互联网市场规模达到了1500亿

元,各式各样的移动应用超过了百万种。随着移动互联网环境的改善和智能终端的普及,移动互联网在各应用领域会有更好的表现。

大热的背后,需要冷静思考。不可否认,目前国内移动互联网市场自身的“造血”能力较差,主要还是依靠风险投资对行业进行“输血”。而投资者们也正逐渐回归理性,更多去思考投资产品的价值。“就整个移动互联网业来说,盈利的企业不会超过三分之一。”清科创投总经理屈卫东说,“作为投资者,我们一定要先试一试产品和应用,否则

概念再好我们也不考虑。”

根据一项用户体验调查,一款APP平均存放在用户手机里的寿命只有3个月至4个月。用户黏性大的产品,大多和其生活、工作密切相关并且有比较好的用户体验。目前来看,手机游戏、移动电商、移动广告等具备了一定的“造血”雏形,有望成为移动互联网盈利的突破口。无论从何处切入,最终要靠产品和体验来赢取用户。对于移动互联网企业来说,目前的首要任务是把产品做好,积累市场和用户口碑,通过精品策略赢得认可。



瑞星发布 2012年安全报告

安全报告首次披露了公民个人隐私信息地下产业链。

瑞星2012年安全报告显示,2012年瑞星“云安全”系统共截获新增病毒样本1181万余个,病毒总体数量比2011年上升了28.1%。其中木马病毒886万余个,占总体比例的75.06%,是第一大类病毒。全年共截获挂马网站516万余个,比2011年上升了48.7%。全年共截获手机病毒样本6842个。二维码、微信等移动APP也成为泄露个人隐私信息、传播钓鱼诈骗的重要源头。(翠筠)

斐讯通信瞄准个人移动终端

移动互联推动了智能手机发展。2012年斐讯通信在全球实现约30亿元销售额,相比2011年的11.8亿元增长了2.5倍。

位于上海的斐讯数据通信技术有限公司日前发布了6款新品智能手机,意味着斐讯通信开始全力出击个人智能终端领域,打造新的增长点。在移动互联时代,斐讯除大力推动个性化个人智能终端产品外,还加大了定制终端产品的推广力度,如与《读者》杂志、新华社进行个人终端领域定制服务的合作等,斐讯成为2012年智能手机市场中快速上升的新锐品牌。(范超)

产学研协同创新 加快成果产业化

科研院所与大型企业协同合作,以科技带动产业发展,成为科技创新的一大主体模式。

在移动互联、LED、电动车等领域已经开展了卓有成效合作的中国科学院与TCL集团,实现强强联手。为加快产业化进程,近日双方在北京签署了战略合作框架协议,将围绕先进制造与信息技术等领域,进行关键技术与设备研发,如移动互联、先进医疗仪器、新能源技术与装备等。TCL已发展成为具有多媒体、通讯、华星光电、家电等4大产业的集团。(赵楹)

腾讯微博日均活跃用户数过亿

截至2012年年底,腾讯微博注册账户数已达到5.4亿,日均活跃用户数超1亿,全年热门话题数量接近9000个。

近日,腾讯在北京微博年会上对2012年的热点新闻事件进行了回顾和总结,钓鱼岛事件引发暴力游行、杭州最美司机吴斌、电商大战等事件入选2012年网络热点事件。腾讯微博事业部总经理邢宏宇认为:“微博能够迅速发展,主要在于它成为了传递社会责任和连接情感的纽带,不断向社会传递正能量。”(郭闻)

图片新闻

移动互联网的迅猛发展,给国产手机厂商新的机会。1月18日,国产手机品牌金立在深圳发布了首款搭载联发科MT6589芯片的智能新品——风华2,并表示将借助电商渠道京东商城进行首发预订,这意味着千元四核智能时代的来临。图为工人在亚洲最大的单体智能终端生产基地金立工业园生产A车间操作。陈静摄



- ◆截至去年年底,我国手机网民规模为4.2亿,占整体网民数的74.5%,第一大上网终端的地位更加稳固。
- ◆全新的终端交互方式和用户使用习惯,为移动互联网从业者提供了创新空间,涌现出大批受用户欢迎的移动应用。

移动互联:大幕拉开 竞相登台

本报记者 郭文鹏

导读:2012年,IT业最热门的无疑是移动互联网。一项调查显示,33%的人在看电视时使用移动设备上网;44%的人逛街时拿出手机或平板电脑;吃饭时更是高达66.9%。许多投资者感叹,移动互联时代在中国已悄然来临,各种细分应用是其中亮点。

食指经济

就在上周,腾讯官方宣布其微信用户已超过3亿。另一热门应用微博,3亿用户中有2亿通过手机上微博。网易新闻客户端装机用户已接近5000万,平均每秒1.7个激活用户。“摇摇招车”应用在苹果手机应用商店上线半年多,聚拢了1000多辆出租车,获得红杉资本的千万级投资。智能手机正变成用户的贴心帮手,每一款独具个性的APP应用,都极大丰富了用户的使用体验,也带来了新一轮的商机。

资本涌动但盈利艰难

移动互联的概念很早就已经产生,但是真正发展壮大,还是源自智能手机上iOS和安卓平台

的流行。戈壁投资总经理董玮亮用“疯狂”二字来形容近两年的移动互联网投资环境。目前行业共有近百家企业获得风险投资,已披露融资规模超过了5亿美元。

据统计,2012年我国移动设备上的APP应用数量已经达到百万级,每月平均每个智能手机使用者会保持使用20款移动应用,包括游戏、商务、便捷生活、多媒体、资讯、社交网络等。

但就目前而言,移动互联网的盈利模式还相对单一。一个是对用户收费,以许多游戏类应用为代表;另一个是用户免费,植入广告。这两种盈利方式目前都遇到了一定的瓶颈。首先,国内用户没有花钱买软件的习惯,花几千元买个手机没问题,但是几元买个应用却不大舍得。广告方面,由于考虑到移动终端屏幕小且型号标准比较多,许多商家对移动应用上的广告效果还不太信任。据统计,目前在移动客户端上投放的广告量,尚不到互联网PC端广告量的5%。

和司机确认完个人信息后,上车顺利回到了家。周诗妮是一名普通的北漂女孩,无论走到哪里手机从不离身。她自己也数不清一天里打开过多少次、多少种手机应用,反正一有空闲时间她就会拿出手机来瞅瞅。这也是许多年轻人现在真实的生活状态。

在这种生活状态下,消费者和商家的关系也正在发生微妙的变化,越来越多的消费行为是在移动应用的推介下完成。这也催生了一种新的商业模式“OAO”。简单来说,就是用户通过移动APP和特定的线下实体店商家建立联系,实现消费。和此前PC互联网时代的“O2O”最大的不同,“OAO”模式更便捷、更细分、更灵活。它可以下载到用户手机和平板电脑里随身携带,可

满足用户碎片化需求

尽管眼前的收益有限,但投资者们却不曾否认过移动互联未来的价值。“与互联网PC经济追求大而全不同,移动应用代表的是一种小而美的经济。面对个人、企业碎片化的需求,只要能够抓住切入口,提供好增值服务,就会有成长空间。”巨流无线董事长黄维对移动互联的前景信心满满。

要想有好的“钱”景,关键还是要看产品和服务。尽管腾讯的微信和微博在移动应用上已经聚集了相当的人气,腾讯团队仍表示目前的重心还是放在产品和用户体验上,暂时没有商业化的考虑。“设计出好的产品不会一蹴而就,需要反反复复地去实验和改进。”腾讯微博负责人说。比如说在腾讯微博主页顶端,有一个栏目叫做“实验室”,点击进去会有一些新奇的应用供用户体验,经过一段时间测试,如果用户普遍反馈不错,就会把新功能做成标准版,供所有用户使用。

和已经形成较为成熟的盈利模式的互联网相比,移动互联网仍然需要时间去摸索。就现阶段而言,移动应用开发商要迈过的第一个坎是如何满足用户个性化的需求,安全留在用户手机里而不是被删除。

以通过电信运营商的网络获取用户的实时位置信息,在电子地图平台的支持下,随时为用户提供相应的增值服务。

这一新的商业模式在国外已经相对成熟,有个著名的案例是日本电通公司开发的“iButterfly”(抓蝴蝶)应用。用户开启手机摄像头,然后借助手机移动定位信息以及现实增强技术,可以看到附加在现实环境中的各色漂亮的“蝴蝶”。轻轻把手机拍向蝴蝶,就可以把它们抓住并收藏在手机中。这些蝴蝶身上携带了各种信息,包括附近商家的促销活动、优惠券、免费试用等等,用户可以根据相关规则去兑换。“iButterfly”应用在日本风靡一时,有专家评价它是最漂亮、最好玩、最时尚、最具有话题性的优惠券。

支您一招

潮人们都用手机干什么

在这个移动互联网时代,如果您的手机仍然只是用来打电话、发短信,那您真的落伍了。时尚一族们都用手机干什么呢?小编为大家梳理了目前几种主流的手机应用,供您参考。

第一个是即时通信。截至去年年底,我国手机即时通信用户数为3.52亿,在手机各应用中排名第一。手机即时通信如微信等,切合了移动社交的特点,加入了短信、图片、语音和视频等交互元素及地理位置服务、二维码扫描等功能,使沟通更加便捷和有趣。

第二个是手机搜索。截至去年年底,我国手机搜索用户数达2.91亿,成为排名第二的手机应用。手机搜索可以满足用户随时随地查找信息的需求,并结合了用户的位置和行为偏好,呈现更为精准的搜索内容。

第三个是手机微博。截至去年年底,我国用手机上微博的用户达到2.02亿,是连续两年使用率涨幅最大的手机应用。手机微博用户可以随时随地了解最新事情、发表个人评论,成为获取信息和好友沟通的重要渠道。

第四个是手机视频。截至去年年底,我国用手机在线观看或下载视频的用户为1.3亿,增速仅次于手机微博。3G、Wi-Fi等高速无线接入,为手机视频的发展提供了基础。

第五个是手机游戏。截至去年年底,我国手机游戏的用户数为1.39亿。越来越多的用户习惯在碎片化时代玩游戏,公交车、地铁、排队和就餐等各种场景下均可见在手机上玩游戏的人。

第六个是手机购物。截至去年年底,我国手机购物的用户数为5549万,是2011年年底的2.36倍。服装日化、电影优惠、手机话费、酒店旅行等日常购物行为,都可以在手机端完成。文/金非

巴曙松: 资本市场好看不好用

国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松在博鳌亚洲论坛中小企业论坛上指出,现在的资本市场已经变成了好看的“盆景”,中国应该有自己的“富国银行”,真正为小微企业服务。

巴曙松说,我国的主板、中小板、创业板取得了很大的进展,但目前上市企业最多2000多家,面向小微企业、中小企业的直接融资做得远远不够。按照创业板最低500万盈利门槛,符合要求的小微企业很少。目前,资本市场变成了“盆景”,很好看,但普通企业感受不到好处。

巴曙松认为,我国银行业将迎来机会,谁能很好拓展中小企业、小微企业领域,谁将占据主导。“现在美国银行业市值位居第一位的是一直在做小微企业、中小企业业务的富国银行,它定价能力强、客户基础厚,值得我国银行业重点参考。”巴曙松补充说。(中国经济网记者 高天晓 王蒙)

更多信息请扫描二维码

