



一次计算

模式的变革

佳行



云计算服务在互联网、移动互联网、智慧城市等领域的渗透融合,形成了市场需求与技术进步的双重拉动态势,2013年我国云计算产业规模已超过1000亿元,这份期待已久的“千亿盛宴”,离不开国内云计算产业链的聚合与努力,离不开国产企业“以用户为中心”的创新奋斗。如今,云计算技术在生活中的应用越来越多,也许有一天我们会发现,越来越多的生活习惯被悄悄地改变了。图为第六届云计算大会展示区一角。 佳行摄

云计算：加速商用实践 创造万亿价值

本报记者 徐红

云计算被视为我国新一代信息技术实现创新突破、跨越式发展的战略机遇。曾经让许多人感觉“云里雾里”的云计算,如今有了更多的落地应用,给我们的工作和生活带来便利。

5月20日至23日在北京举行的第六届中国云计算大会上,云存储、云制造、云管理,乃至政务云、教育云、金融云、城市管理云、医疗卫生云、位置

服务云等云应用纷纷亮相,并得到与会者的关注。

不过,眼下云计算还只是小荷才露尖尖角。中国电子学会名誉理事长、原信息产业部部长吴基传在大会上表示:“云计算服务方式在社会管理、生产、生活的信息服务中得到初步应用。云存储服务用户超过4000万,专用云已向教育、医疗、交通、政府、金融、社会

管理等领域扩展。”

云计算是指IT基础设施的交付和使用模式,通过网络以按需、易扩展的方式获得所需的资源。业界专家坦言,经过8年创新发展,云计算已经或正在改变着电子信息技术、产业和应用。由云计算、大数据等引发的新一轮电子信息服务业调整、重组与转变正在上演。

云应用，爱你没商量

“过去一年是激动人心的一年,云计算的发展及价值就像当年电冰箱、电视机出来时,电能所发挥的作用一样。”说起云计算,阿里巴巴集团首席技术官王坚不无兴奋地说。从2012年的萌芽阶段,到2013年快速增长的成长期,云计算的商用化实践展示出的巨大潜力和广阔市场前景的确令人感到惊叹。

云计算对于工作效率的提升非常明显。特别是那些对于IT技术有些“抵触”的中小企业,同样可以用上云

服务,通过手机上的APP就能感受到“云”的力量。锐捷网络公司副总裁、产品总监项小升介绍说:“我用手机可以参与公司各种事项审批,以及内部很多日常业务的办公。在移动方式下,我已经实现30%到40%日常工作的处理,因为我应用了对接网络的Coffice(办公软件名),这款软件在手机上就是一个APP。”

今年的中国云计算大会,谈论的主题就是云应用。展会上,各家都拿出自己的最新应用进行展示,有像亚

马逊、阿里云、腾讯云这样的“高大上”应用;也有如高德云图、京东云、青云这样的垂直领域应用;还有各种云设备、云服务器等应用。“小度i耳目”就是基于百度云推出的无线视频监控安全产品,便捷、低成本的民用级视频监控功能,对于上有老下有小的年轻人来说,能免去很多后顾之忧,可以随时监控家里的各种状况。

业界专家表示,基于云计算的点到面的创新应用已经渗透到各个领域,金融、交通、电力、制造等产业纷纷触网寻求新技术突破;网络游戏、移动互联网、物联网与智慧城市的建设如火如荼;从最小的手机应用到关乎国计民生的大型解决方案,技术与人才争夺战早已打响,云计算商用化实践已经落地并正在加速突破。

云服务，分享商业价值

云计算被业界认为是继大型计算机、个人计算机、互联网后的第4次IT浪潮,也是中国战略性新兴产业的重要组成部分。市场研究机构艾瑞的调查数据显示,去年我国云计算产业规模估值高达1100亿元,业内预计云计算市场规模将在2015年可以达到7500亿元至1万亿元左右。庞大的市场规模和应用前景,成为整个云计算生态发展的强大推力。

云服务越来越流行,无论是现金拮据的高科技初创公司,还是实力雄厚的大规模企业,其都想在这场云计算的顶级盛宴中分一杯羹。中国移动集团公司副总裁李慧镬表示,云计算发展成为产

业共识,IT系统向云计算迁移成为流行的趋势。中国移动、阿里巴巴、浪潮集团等企业陆续推出了云计算服务或云计算解决方案,亚马逊、微软、IBM等国际巨头也进入中国,同时部分云计算创业企业如天霆的快速兴起,国内商业云市场全面启动,眼瞅着竞争格局就要形成,甚至打起了价格战。

从国际服务商来看,谷歌、亚马逊等大牌公司都大幅下调了云计算服务产品价格。拿亚马逊来说,其早在2006年就率先推出公共云计算服务。快速增长的AWS(亚马逊网络服务系统)业务帮助亚马逊从电商公司成功转型为高科技产业巨头。投资者普遍认为,

AWS将是亚马逊未来发展的支柱业务。亚马逊网络服务全球市场副总裁莱曼表示,8年来,AWS已进行了42次降价,从两美元减少到20美分,再到目前的10美分,无论大公司还是资金紧张的创业公司,运营成本都因此大为减少。小米科技、360、三星都已在云服务上受益。

随着信息技术产品服务化趋势的加快,越来越多的产品提供商也开始向信息服务的综合运营转变,同时也为互联网公司向公用云服务商转型提供了重要机遇。国家发改委、工业和信息化部等产业主管部门适时出台了云计算技术创新和产业促进政策,有力地推动了我国云计算产业的快速发展。

随着我国新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化战略的实施,产业升级转型、工业和信

地质云

“盘活”大数据

5月27日,由中地数码集团自主研发的云地理信息系统(GIS)软件平台MapGIS 10正式对外发布,地理信息服务应用也有望随后落地。

地矿行业多年来所积累的资料信息,是名副其实的“大数据”,面对海量数据,如何根据社会需求提取最有价值的信息,成为大数据时代地矿系统的聚焦点。

“地质工作呼唤大数据时代。”中国地质调查局副局长李金发认为,从“大地质观、大资源观、大生态观”的角度看,矿产、生物、水、空气、工业材料等地矿资源,以及资源利用、保护环境、工业材料等形成的一个个地矿信息体系都需要在大数据背景下传承。地质数据搜集、采集、处理、建模,也需通过大数据技术来处理和研究。

拿找矿来说,中国地质调查局总工程师陈辉告诉记者,地质找矿跟医生看病的原理相类似,“望闻问切”后,借助各种检查仪器和病理化验结果,最后凭借医生的临床经验确定病症,进行治疗。地下勘探采取钻孔、三维地震解方式将地下情况搞清楚大概,还不能穷尽所有。最后请出地质专家凭多年“经验”来分析判断。因此,将来如果能采用大数据和云计算技术,自动化读图、智能化分析,更科学地探究地下资源,那么地质大数据将是一次飞跃。

所以说,大数据不仅是资源,还是巨大的财富。此次云GIS软件平台MapGIS 10的发布,正是适应了这种需求,它不仅对GIS软件的生产开发模式是一次技术创新,也是地矿进一步挖掘大数据的软件工具平台。

“大数据驱动下,对人类生存、对每个人的生活都会发生作用。地矿信息数据怎么和大数据更好地结合,值得思考。特别是在‘四化同步’,融合发展的当下,数据也需要跨界融合,这已经不仅是技术问题。”业界专家一致认为。

数据挖掘也在服务民生。基于MapGIS平台构建的山西“数字煤田”信息系统、上海市三维可视化地铁隧道模拟系统等大数据应用,已经开始提供给社会应用。比如市民买房,通过平台就能够查寻住所位置下的地质情况,包括地质条件是否稳定,是否会发生地面沉降等。 文/佳行

威派格西门子“结盟”智慧城市

本报讯 记者陈静报道:5月27日,西门子和供水领军企业威派格宣布战略合作,力争智慧城市的概念率先在供水领域实现。据介绍,威派格拥有的优势是对城市供水系统的了解和基于系统重新构建新的终端设备功能的能力,两者联合开发的“工业互联”系统将通过物联网技术、大数据处理、机器的智能化,以及设备的重新定义相结合,在提高系统整体运营效率的同时,提升设备的安全性。建立智慧城市涵盖的领域非常庞大,必然会使参与其中的企业走向联合。威派格与西门子的战略合作同样是这一趋势使然。

360将推移动搜索产品

本报讯 5月28日,360公司发布了2014年第一季度财报。截至3月31日,360第一季度营收2.651亿美元,净利润4910万美元,相比去年同期,利润增长率高达777%,远超出华尔街分析师预期的2.282亿美元营收。360公司董事长周鸿祎透露,360将很快推出移动搜索产品。借助于搜索和手机助手,360移动搜索将不仅仅为用户提供游戏或应用。“我们也会考虑将手机助手打造成为继浏览器后的另外一个入口。”周鸿祎表示。(马安娜)

支付宝推出“未来医院计划”

本报讯 5月28日,支付宝正式公布“未来医院”计划。根据这一计划,支付宝未来将对医疗机构开放自己的平台能力,包括账户体系、移动支付及金融解决方案、云计算能力、大数据平台等,以帮助医院在移动互联网时代变得更加高效。小微金融服务集团(筹)O2O事业部总经理王丽娟表示:“开放平台是支付宝今年的战略重点。”“未来医院计划”的第一阶段,就是帮助医院建立移动医疗的服务体系。(朱珠)

1号店再破进口牛奶销售纪录

本报讯 5月29日上午10点,垂直电商品牌1号店“进口牛奶全民挑战赛”正式揭幕。仅用时51分30秒,100个集装箱共计200万盒进口牛奶被抢购一空。1号店副总裁黄志雄坦言:“太低估网民的购买力。”据黄志雄介绍,仅进口牛奶一个品类,1号店就拥有来自29个国家和地区的近300种产品。根据海关的统计数据,去年9月,1号店进口牛奶整月的销量占到全国海关进口总额的43.4%,这意味着国内每售出10盒进口牛奶,就有超过4盒来自1号店。(肖潇)

网络文学创新“造星”方式

本报记者 陈静

5月29日,腾讯文学宣布著名网络作者“猫腻”携新书《择天记》加盟。腾讯文学CEO吴文辉宣布,腾讯文学将斥资5000万元针对《择天记》作品同步展开动画制作,这意味着《择天记》将成为网文界首部正式宣布动画化的作品。除此之外,围绕猫腻及其作品,腾讯文学将开展一系列泛娱乐尝试。对于“粉丝经济”特征明显的网络文学来说,这也可以被视为“造星”方式的全新转变。

转变之一在于技术创新。大数据技术的支持,使网文作者可以获得更为精准的市场分析和作品定位,从而确立一套统一互通的全版权运营方案。吴文辉

介绍说,尽管尚在起步阶段,但基于腾讯的大数据平台,腾讯文学已基本建立了一套基于用户行为分析和用户背景的系统,“可以初步判定用户对于作品类型和内容的爱好倾向”。猫腻也坦言,网络文学作者其实更像是市场分析师,“以前只能模糊的知道自己针对的用户群大概在哪个年龄层,分布在几线地区,但未来可以获得更为精确的数据支撑”。

转变之二则在于“大神”作者们对版权二次开发更多地掌控与介入。针对有成功创作经历的网络作家,腾讯文学将在原创文学界率先启动“作品制作人”制度,将围绕“大神”们的作品,成立一支包括作家、编辑、运营、商

务、公关等人员组成的“私人定制”制作团队,吸纳和选择合作伙伴进行下游版权的延伸拓展,并深度介入和参与下游版权产品的开发。腾讯文学为此推出了“一人一千万”明星版权内容全版权推广运作计划。“旨在重点扶持优秀原创作家,预期总投入过亿元。”吴文辉表示。

猫腻告诉记者:“作品就像自己的孩子,每个写作的人都希望亲手将自己的故事变成动画、电影以及游戏等等。如果只是简单出售版权,后续的这些IP拓展就与我无关,未来这个‘孩子’长什么样,是不是与我和粉丝心中的‘长相’贴近就成了疑问。围绕一部作品进行系统的版权开发运营,使版权内容

可以获得更多可能的延展,以及新的生命力。”

2013年,吴文辉从盛大旗下起点中文网“出走”,带领核心团队在腾讯“另起炉灶”建起创世中文网,并最终因此成为腾讯文学CEO。吴文辉公布了创世中文网自去年5月30日上线以来的一周年成绩单:拥有作品8万余部,作品活跃度高,其中24小时内更新的作品超过4000部;订阅量过万的作品近40部。

吴文辉表示:“腾讯是国内最大的游戏开发商,动漫方面拥有原创动漫平台,在影视方面则投资了包括华谊兄弟在内的上游制作公司,在整条产业链上拥有良好的布局。”