



传统企业的“触网”新境界

安之

在今年“双12”的种种新闻中，最吸引眼球的是超市中“搬空货架”的大爷大妈们，他们每个人手中都有一个手机。充分享受了“手机付款超市五折”的他们，在“双12”当天买下了超过90万个面包、100万瓶牛奶、15万个毛毛豆蛋糕、35万个水饺、2万个比萨、21万个馄饨、5万个甜筒、50万个芒果干……

吸引消费者的最大动力当然是实惠的价格，但这次盛况也给传统企业好好上了“一课”。包括三四线城市和中老年群体在内，目前智能移动终端和移动支付的普及率都已达到一定水平。与此同时，随着移动支付的推进，支付体验也在不断提升，消费者在线下场景使用线上支付也越来越便利。

从这两方面看来，在传统互联网阶段被互联网品牌远远抛在身后的传统企业，应努力赶上移动互联网的这班车，甚至实现“弯道超越”。毕竟和将全流程都搬到互联网的电商相比，线上线下相结合的O2O场景显然对于传统企业来说难度更低。

对于传统企业来讲，更重要的机会来自于借由移动互联网实现的业务流程的更新。拿餐饮业来说，网上点单可以极大地节约人力成本；拿家政业来说，来自移动互联网的“预约抢单”和评价模式有助于真正实现信息对称。企业甚至可以借由人们移植到移动即时通讯工具上的社交链开展数据跟踪式的营销：比如商家可以发起一项线上促销活动，企业员工A传给朋友B，B传给C，C传给D，最后D通过点击领取优惠券实现了购买。通过跟踪数据在社交链条中的传播，企业就能知道是员工A促成了购买，因此可以直接下发红包给A进行鼓励。这种基于社交链的人际传播和传统的营销方式比，显然更容易有的放矢。

不过，对于缺少互联网经验的传统企业来讲，在“触网”的过程中必须加强自己的数据安全水平。一方面，由于生态闭环的形成，包括用户账号、住址等在内的大量核心数据都汇集到商家手中，商家需谨防网络攻击带来的数据泄露。另一方面，企业也应树立起正确的安全意识，在避免人为泄露数据的同时，更要确保不随意出售用户数据，而这也需要互联网平台端对此进行监控甚至处罚。

移动互联网带来崭新的未来，对于各行各业的传统企业来说，变革才刚刚开始。



移动互联网正在从连接人与人、人与信息，向连接人与设备、人与服务发展。普通人的生活也因此变得更加便捷。图为在日前举行的微信公开课“微信小镇”的体验中，观众正使用微信直接遥控电视。本报记者 陈静摄

移动互联网：条条大路惠民生

本报记者 陈静

又到一年年末时。如果说去年移动互联网诸多勾连线上和线下的O2O应用还是一种时髦的

“试水”。一年后，人们已可以清晰描绘出它改变的未来轮廓。通过无所不在的网络，来自市场和政府管理部门两端

的驱动，正在不断创新生活服务和公共服务的内容，让普通人享受到前所未有的便利。

市场驱动的“超级入口”

今年“双12”的头40分钟，在线洗衣已付款订单2375笔；第一个小时，保洁、洗衣、洗牙补牙等生活服务被买走了1万多份。在整个“双12”期间，无线占比高达45.8%，线下生活服务类产品成为最大的亮点。通过移动互联网，许多过去难以形成电商产品的服务项目得以“上线”。网友“flower”甚至这样“畅想”未来通过手机定制的一天生活安排：“7点司机送小孩上学、10点家政阿姨上门做清洁、11点快递员上门收取待洗衣服、下午3点美甲师上门做指甲、下午5点私人厨师上门制作晚餐。那时，我期望还能记得在这个‘双12’所进行的第一次好奇尝试。”

市场的驱动让千千万万线下服务提供商借助微信、支付宝钱包这样的“超级入口”在线上生长起来。其道理其实颇为简单。美的IT部移动营销规划负责人吴德欣表示，此前为了推广美的自己开发的移动APP，美的甚至给线下门店的销售人员充话费、发手机，“哄着他们装”，但效果并不理想。传统独立APP开发技术门槛颇高，苹果系统需要经过繁琐的审核，而安卓系统则面临着对上千种机型的一一适配，诱导用户下载安装激活的门槛更高。通过“超级入口”的开放平台，线下商家不需要再制作自己的APP，只要用户“一键关注”，就可以直接下单购买使用，这

就使更多线下企业能够专注于服务内容实施。

移动互联网不仅让线下服务能够在线完成支付闭环，也让传统服务“旧貌换新颜”。在上周举行的微信公开课上，线下商家们也展示出依靠微信“24小时在线”进行的服务创新。厦门科拓总经理孙龙喜分享了“智能停车”案例。在以微信作为连接平台的智能停车场里，借用车牌的视频识别技术，用户无需在进入时拿卡，在进入停车场时还能实时得到应去哪里停车的推送信息，等到停好车，则会被告知到底把车停在了哪里。使用者在消费后可以扫描商家提供的二维码兑换停车券，离开的时候，只要在路上提前支付停车费，规定时间内就可以直接快速离场。在厦门一家万达商城的停车场实践中，过去进场11秒、出场16秒的时间被因此压缩到进出都只需要3秒。

“数据分享”指引智慧城市

如果说千百万生活服务商家进军移动互联网是将其作为开拓市场、创新商业模式的渠道，那么对于公共服务机构和政府管理部门来说，向移动互联网开放数据和资源则成为提高公共服务水平的一条“新路”。比如支付宝和微信都在力推的医院项目。

在刚刚过去的11月，支付宝和微信两大“超级入口”先后宣布开通了医保实时报销服务。在广州华侨医院，医保患者使用支付宝钱包就诊，每一笔费用，系统都会将广州医保门诊统筹支付部分作实时结算，用户在支付宝钱包内只要支付自付部分费用即可，真正实现医保移动实时报销。同样在广州，微信智慧医疗启动了“广州健康通”公众号，21家医疗机构实现了微信支付结

算功能。以广东省妇幼保健院为例，作为全国首家实现微信医保实时结算的医院，将“微信全流程就诊平台”与自费以外的医保、新农合等系统打通，成功实现了全流程微信支付，患者可以利用微信完成医保和自费部分的自动扣费。

通过移动互联网，对数据这一核心资源的汇集与分析，让政府决策部门能够实现以往难以完成的工作。北京市经信委软件与信息服务业处处长姜广智介绍，大数据正在帮助北京治理雾霾。“在与IBM合作的‘绿色地平线计划’中，通过大数据分析，我们可以将外来污染物的运动速度、成分叠加到本地污染源的排放曲线上，就能提前几天甚至几周预测到可能到来的重度污染天，从而分门别类地提供污染源的控制措施。”

软通动力董事长兼首席执行官刘天文对此也颇为感慨。他向本报记者展示了软通动力开发的“城市综合运营平台”：“比如一旦发生火灾，市政部门不仅能够直接调阅管线情况、涉及人口和建筑平面图等汇集在一个平台上的数据，还能派出无人机，通过数据传回实时建模，准确把握即时情况。”他在软通动力第二届创新技术论坛上的演讲中坦言：“以智能化为特征的新一代信息技术在各行各业领域的实践和应用效果已经凸显，‘产业互联网’正在孕育着一场比‘消费互联网’更大的变革，其必将推动智慧城市的建设和产业的升级。”

除了直接使用数据，未来政府部门还有可能将更多数据开放给第三方开发者，从而催生出新的应用和服务。贵州省经信委副主任马宁宇表示，在建立动态的数据采集机制之外，政府服务水平的提高还来自于数据交换机制的建立。“只要政府把控好数据敏感和安全的问题，一些数据完全可以开放出来，让它们产生更大的价值。”

广东惠州

发力智能移动终端制造

本报记者 崔国强

在广东惠州日前举办的第二届中国手机创新大会上，记者看到了创新大赛征集的手机产品设计手机解决方案和手机应用开发等三大类共500多件作品，其中手机产品设计有170件。“希望通过举办这样的大会，帮助惠州真正成为智能移动终端之都。”惠州市市长麦教猛如是说。

作为手机大赛的主办方，惠州在努力把手机产业打造成惠州的城市名片。惠州市政府统筹规划，组建了47家技术创新中心，包括国家数码电子产品检测重点实验室、光电产品生物辐射安全风险评估与质量检验中心等一批平台，为手机创新生产提供了强有力的技术支持。目前全市形成了手机线路集成制造、发射芯片、天线、玻璃基板、触摸屏、蓝牙耳机、充电电池生产的完整产业链。

近年来，惠州市政府不断加强政策和资金支持，把手机产业作为推动产业转型升级的重要抓手。2014年上半年提供专项扶持企业资金3.55亿元，减免企业税费达3.48亿元；通过整合产业发展资金、中小企业发展资金、科技创新等专项基金，鼓励手机生产企业自主创新、开拓市场。在强有力的政策扶持下，一大批企业在自主创新的道路上奋力开拓，全市申请专利已达6029件，每年增幅均达100%以上，其中92%以上的专利申请出自企业。惠州本土企业正源微电子有限公司自主研发的手机射频功率放大器芯片打破了国际技术垄断，填补了国内射频放大技术的空白。

谈到惠州手机产业的未来发展时，麦教猛说：“首先，进一步发挥财政资金放大效应，着力引进技术实力雄厚的企业落户惠州；其次，进一步提高科技创新能力，大力推进重点实验室和企业研发中心建设，以仲恺高新区国家级孵化器为依托，加强科技型中小企业创新孵化，加快创新成果产业化；最后，提升中国手机在国际上的影响力，通过出口信贷、保险等法律制度，鼓励手机生产制造企业走出国门，培育国际化的手机通讯品牌。”

大数据技术与学术大会举行

本报讯 2014中国大数据技术大会暨第二届CCF大数据学术会议于12月12日至14日在北京召开。近百位来自全球产业界资深专家、企业领军人物和一线实践技术的代表，就“大数据生态系统”、“大数据技术”、“大数据应用”、“大数据基础设施”等领域的新技术应用和实践经验进行了探讨。大会还发布了《中国大数据技术与产业发展白皮书(2014)》和《2015大数据十大发展趋势预测》。

从希捷、阿里巴巴、腾讯、百度、华为、浪潮、沃尔玛、亚信等海内外一线IT公司工程师们分享的大数据技术应用案例中可以看出，精准营销成为大数据最具产业规模的应用领域。同时，电网、交通、医疗、通信、政府、农业领域的大数据应用也明显提速。此外，大数据下的可视化、机器深度学习、商业智能、数据分析等最新应用正引发业界关注。（佳行）

360发布手机APP下载排行榜

本报讯 记者陈静报道：360手机助手日前发布第三季度《中国手机APP下载TOP 100排行榜》。榜单显示，QQ、360手机卫士、微信占据下载前3名，排名前列的APP还有酷狗音乐、优酷、手机淘宝、暴风影音、360免费Wi-Fi和陌陌等。在该榜单中，生活、摄影、社交类继续占据了分类榜的最大比重，其中工具类上榜应用高达12款。

报告还提供了APP下载前500名中的产品类型分布图。数据显示，生活、社交、工具类APP占比最高，数量在TOP 500中占比近30%，是开发者眼中最热衷的APP类型。分析人士认为，传统互联网巨头利用先发优势最早进入市场、占领市场相对比较容易，而APP后来者如果没有强大背景，进入门槛将越来越高。

选好“互联网新门牌号”

本报记者 赵 瑾

将近400个新顶级域名，而不是那些以“.com”或“.cn”结尾的域名，纷纷如雨后春笋般在互联网上开通了。像“.club”、“.city”和“.移动”等等，这些不过是新一轮通用顶级域开放注册的一小部分，预计到明年底，还将有大约1300个新顶级域上线投入使用。

域名是互联网上的“门牌号码”和身份识别标志，绝大多数的互联网应用都是基于域名系统开展的。随着传统顶级域名如“.com”、“.net”、“.org”等优质资源越来越稀缺，为满足消费者扩大选择范围的需求，互联网名称与数字地址分配机构(ICANN)于2011年推出新通用顶级域扩展计划。首批新通用顶级

域在去年10月推出，截至今年10月，新域名注册量已达300万个。

新顶级域的到来无疑为域名行业注入了大量的新鲜血液，重新激活了多年来沉闷的状况。新顶级域首次对中文开放，也被视为是中国域名市场的一大利好。“但是目前，中国企业对于新顶级域名态度相对保守，更多是以防御姿态自处。”已连续两年在国内主办“新顶级域全球巡回路演大会”的业内专家、中域国际集团CEO乔敬坦言。

传统顶级域独占市场的局面已成历史，拥抱新顶级域是大势所趋。中国企业如何在这一波新顶级域市场上主动出击，“先先得”，避免自己的

域名被别人抢注？乔敬的建议是，品牌企业选择新顶级域名，可以从考虑所选词汇与自身文化的契合度，以及域名对自身机构文化的传承性等方面入手。此外，申请者应对新顶级域名有比较清晰明确的定位和设想。中文顶级域名作为全球通用的国际域名非常适合国内使用，也能为企业节省大量的推广费用，品牌标识作用更胜一筹。特别是中文域名更易于识别，也有利于防范假冒和钓鱼网站。

受益于国内新顶级域市场对海外注册商开放，全球第二大互联网域名管理机构Afilias公司高级副总裁兼CEO拉普兰特对中国的新顶级域市场

显示出信心。他建议中国企业在选择新顶级域时，要注重域名的质量，而非数量。他认为像“.品牌”、“.移动”、“.在线”等等，都可能会是热门的优质域名。“以‘.品牌’为例，世界互联网将要进入品牌新时代，新顶级域扩展计划实施以来，已有600家全球品牌申请了他们自己的‘.品牌’地址，这一趋势在今后5年内将更为明显。多数知名企业在使用自己的‘.品牌’，拥有自己的品牌地址，对企业来说，可以实现多种效益。首先是更有效的品牌推广，其次是更好的安全防护，第三是更好掌控客户。同时，作为客户来说，也会受益良多。”

赶集网支招选购二手车

本报讯 二手车互联网平台竞相融入公众的视野，分类信息网赶集网也将目光投向此处，并斥资1亿美金发力二手车O2O。据赶集网《2014年二手车行业分析报告》显示，2014年线上交易渠道占二手车交易总量的40%。

赶集网数据显示，从二手车价位分布来看，用户倾向价位低于15万元的二手车，其中5万至10万元价位的二手车最受大众消费者青睐。什么样的二手车最保值？赶集网二手车负责人王晓宇表示，黑色和白色二手车最受消费者欢迎，从车系分布来看，德系保时捷为保值率最高品牌，1年保值率达到82.01%。中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示，二手汽车买卖和服务互联网化是大趋势。随着二手车的交易量的快速增长，消费者购买二手车的习惯正逐渐形成，二手车O2O将成为未来汽车流通领域的一大金矿。（董良辰）