

新闻周榜

金蝶软件向服务转型
北京投建软件园作支撑

本报讯(记者 霍鑫)日前,金蝶国际软件集团有限公司宣布从产品型公司向服务型公司转型。随后,金蝶与北京市顺义区政府达成协议,在顺义新城购地建设占地面积约213亩的北京金蝶软件园,以构建软件产业生态链,战略布局北方区市场。这是继上海、深圳金蝶软件园之后的第三个金蝶软件园,金蝶将在我国形成深圳、上海、北京三足鼎立的业务战略布局。

金蝶国际软件集团相关负责人表示,北京金蝶软件园的兴建是金蝶发展历程中的一件大事。金蝶将以此为契机,加快北方区市场战略布局,为员工、合作伙伴营造创新、共赢、和谐、快乐的工作环境,为客户提供卓越的软件服务价值,为我国软件产业做出更大的贡献。

凤凰科技推出
BIOS 核心系统软件产品

本报讯 凤凰科技近日宣布推出 BIOS 核心系统软件产品。该产品支持代码为 Tiano 的英特尔创新架构平台,并确保凤凰科技的 OEM 及 ODM 客户从传统的 BIOS 环境与驱动程序转移至更有效率且模块化的 UEFI 标准驱动程序与外挂模块。

凤凰科技相关负责人表示,此次与英特尔合作推出支持英特尔创新架构平台的产品,表明该公司将持续不断为客户推出可信度与价值更高的产品,满足产业需求。同时协助企业缩短上市时间并确保其获利。英特尔相关负责人表示,凤凰科技全新的固件在英特尔架构上提供了一个标准化的解决方案。通过这个具有模块化、可延伸的强大架构,凤凰科技可协助设计人员简化固件设计的过程,以满足目前嵌入式系统与台式机高度竞争的需求。

瑞星启动
中小企业防毒“星”计划

本报讯 瑞星公司日前宣布“中小企业防毒‘星’计划”春季促销活动全面启动,瑞星将以极为优惠的价格向中小企业用户提供瑞星整体安全解决方案。

“星”计划针对不同的中小企业应用需求设置了5套方案,均由“瑞星杀毒软件网络版——中小企业版”和“瑞星防毒墙 RSW-320”组合而成。“瑞星杀毒软件网络版——中小企业版”是瑞星公司根据中小企业运营特点量身定制的一款企业级防病毒产品,易安装、易操作、易管理,管理员通过瑞星控制台就可以对网络内的所有计算机进行安装、设置、管理和维护,从而有效实现企业统一防毒的目的。“瑞星防毒墙 RSW-320”是瑞星公司针对中小企业用户推出的一款易于管理、功能强大的 UTM 安全网关,是一个稳定可靠、高度整合的安全一体化智能平台,可替代传统的防火墙、入侵检测等安全产品,解决企业网络防护和网络边缘杀毒的问题。

Symbian 开展
2008 软件精英集结号

本报讯 Symbian 中国公司日前宣布,将在包括深圳、上海、成都和大连在内的中国主要城市发起 2008 年全国范围的精英集结号。据悉,此次精英集结号行动是为 Symbian 中国公司北京研发中心吸纳有经验的中高级工程师。目前 Symbian 北京研发中心有 80 余名研发人员,2008 年将招募至 160 名,预计 2009 年研发人员将达到 250-300 名。

Symbian 中国公司总经理龚定国表示:“对 Symbian 来说,软件工程师即是公司的核心竞争力。Symbian 为富有才华的软件工程师提供有力的支持和发展空间,让员工成长为具备全球化视野与思维、行为方式的高级人才。”

阿里巴巴新动作 垂直 B2B“狼来了”?

▶ 本报记者 张伟报道

不甘寂寞的阿里巴巴董事局主席马云新动作不断。日前,阿里巴巴已经确定在广东部署电子商务,并将把中山市作为阿里巴巴在广东发展的桥头堡。此前,阿里巴巴已与佛山市签署战略合作协议,双方今后将全面推动佛山中小企业应用和普及电子商务,共同开拓国内外市场。据悉,这是马云在今年全国“两会”期间造访广东省委书记汪洋后的最新动作,阿里巴巴计划投巨资抢占珠三角这块制造业电子商务的高地。

据记者了解,在国内垂直 B2B 电子商务领域,走过了几年行业性分类道路,以中国化工网、海虹服装网、中国机械网等为代表的行业性垂直网站已经逐渐成熟,而区域性垂直网站才刚刚兴起。由于存在着较高的专业和行业门槛等原因,阿里巴巴对行业性垂直领域一直没有太多涉足。阿里巴巴广东电子商务发展战略的确定,显现出阿里巴巴欲在区域性垂直领域发展的决心。阿里巴巴的到来,是否意味着垂直 B2B 电子商务领域“狼来了”?

垂直 B2B 大有文章可做

保持一个行业的热度,市场细分是最有效果的方式之一。短短几年内,行业性垂直网站纷纷涌现。上百个行业、上万个产品,每家网站都标榜自己为某行业的门户,竞争可谓惨烈。作为市场细分,2008 年的电子商务还有另一条路摆在后来者的面前,那就是阿里巴巴所看好的区域性垂直 B2B 电子商务。

“做生意的时候,我们常问‘您是做哪个市场的’,往往会得到两种回答:‘我是做建材的’或者‘我是做俄罗斯市场的’。这便是行业性分类及区域性分类。”伊果网总裁郭剑武表示,电子商务走过了几年行业性分类的道路,以中国化工网、中国建材网、中国机械网等为代表的行业性垂直网站已经逐渐成熟,而区域性垂直网站才刚刚起步。



郭剑武指出,国内已经有部分省市出现了区域性垂直商务网站,如浙江温州、义乌这些特点鲜明的市场。由于在政策、语言、物流、支付等环节并不能体现出很强的差异性,因此在国内贸易领域,地区细分还不能完全发挥出优势。但在近几年以中东、日本、韩国等地区贸易为代表而逐渐兴起的外贸 B2B 领域中,区域性垂直网站大有文章可做。据了解,深圳本土电子商务网站伊果网作为一家专注于东欧市场的区域性垂直网站,带着 15 年工厂经验、8 年国际贸易资源进入电子商务市场,短短一年的时间就在当地市场形成了这种模式的雏形。

专业研究机构 ChinaVenture 近日发布的《2007 中国电子商务行业投资价值研究报告》认为,目前中国垂直行业 B2B 平台迎来了新的发展机遇。有发展潜力和资源优势的垂直行业 B2B 平台将成为未来中国 B2B 市场的后发力量,拥有巨大的发展空间。因为该类平台具有两个特点:一是专,集中全部力量打造专业性信息平台,包括以行业为特色或以国

际服务为特色;二是深,该类平台具备独特的专业性性质,在不断探索中将会产生许多深入且独具特色的服务内容与盈利模式。

ChinaVenture 分析认为,B2B 电子商务产业链不仅仅有企业、第三方电子商务平台,还涉及围绕交易提供服务的物流、支付等环节,服务内容多种多样。未来 B2B 电子商务市场的竞争将进入到细分服务和行业的竞争,只有深入地理解市场需求,才能找到属于自己的竞争蓝海,才能与综合类 B2B 平台划出有效的市场区隔。以中国制造网和中国化工网为代表的垂直行业 B2B 平台的个性化和差异化的竞争优势正日益凸显,未来垂直行业 B2B 平台将成为投资者关注的焦点。

“垂直门户网站的发展前景非常光明。”互联网专家、博客网董事长兼 CEO 方兴东表示,未来网络经济的发展与整个中国经济的发展是紧密相连的,传统的商业再加上互联网,绝对可以变成非常有爆发力的商业模式。“专业垂直门户网站给互联网的发展带来新高潮,其良

B2B 电子商务产业链不仅仅有企业、第三方电子商务平台,还涉及围绕交易提供服务的物流、支付等环节,服务内容多种多样。未来 B2B 电子商务市场的竞争将进入到细分服务和行业的竞争,只有深入地理解市场需求,才能找到属于自己的竞争蓝海,才能与综合类 B2B 平台划出有效的市场区隔。

好的发展前景是可以肯定的”。

同一起跑线上赛跑

区域性垂直网站在 2008 年会有怎样的发展和影响,是否会改变中国互联网大热后即冷的现象目前很难预计,但它的出现为竞争日趋激烈的电子商务行业注入了新的活力,为更多想投身电子商务的企业和个人开辟了一条新的道路,这一点毋庸置疑。

“阿里巴巴的成功被过度神化,B2B 领域还有很多机会”。国内专业 B2B 商贸搜索引擎“一呼百应”创始人戴森在接受采访时表示,阿里巴巴不代表 B2B 的全部,更不代表 B2B 终极模式,B2B 领域无论应用和技术方面都还存在巨大的发展空间。

戴森认为,国内 B2B 的应用技术和服务才刚刚开始,接下来的 10 年才是 B2B 电子商务真正的黄金时代。目前我国中小企业数量已达 4300 多万家,预计 2008 年中小企业互联网搜索+B2B 服务市场规模将超过 100 亿元,未来几年内将以 100% 的速度增长。未来还会有更

闪存行业竞争加剧 芯片厂商纷纷扩产

本报讯 随着大容量闪存越来越受市场欢迎,三星、东芝、海力士、英特尔等闪存厂商纷纷进行扩产,以应对市场爆发的需求。

分析机构预计,2010 年闪存芯片的市场规模将达到 200 亿美元。面对庞大的市场,目前在闪存芯片市场分别占 49% 和 34% 份额的三星和东芝大举扩产,有望形成两强争霸的局面。

日经 BP 社发布的调研报告显示,去年东芝先行对其日本工厂的 43 纳米

生产线扩产,并大幅提高旗下工厂闪存芯片的生产能力;三星则加大对闪存生产线的投资,斥资 35 亿美元在其位于美国得克萨斯州的工厂使用先进的 50 纳米技术生产线,近日又买下闪存控制芯片厂商台湾擎泰 20% 的股份,为其进一步扩展做好准备。预计 2008 年,三星和东芝在扩产成功后市场占有率分别为 42% 和 40%。

英特尔的闪存业务目前经营不佳,除了与意法半导体组建合资公司生产闪

存外,英特尔寄望于固态硬盘等产品能重振其闪存业务。海力士最近陷入了经营困境。来自下游厂商的消息显示,去年第四季度海力士引入 66 纳米生产技术对其生产线进行改造和扩产,但技改并不成功,生产线良率产没有达到预期水准,导致最近一批 3000 万颗 1GB 闪存芯片存在缺陷,令其无法满足合同订单而遭受惨重损失,甚至宣布将暂缓扩展的进程。

黄懿

行业聚焦

视频网站商业模式分化日趋明显

国家广电总局日前为逾 10 家网站颁发首批《信息网络传播视听节目许可证》。专家表示,在第一批视频牌照颁发之后,视频网站商业模式分化越来越明显。

据了解,在首批获得许可证的网站中,包括激动网、优酷网、光线传媒等 3 家民营视频网站。

优酷网总裁古永锵表示,优酷已经提交执照申请,目前正在审核中。“第一批通过名单中有 3 家民营视频网站是一个好消息,说明政府对民营视频网站支持力度加大。”古永锵表示,“首批名单中的民营视频网站都是 2007 年之前就已经申领的,而且都是点播类视频网站,他们发展较早。新近发展的视频分享类网站不在获牌之列,主管部门需要时间了解、观察和审核。”

“客户投放视频广告是有版权的,保证安全性的内容更有价值。这是我们这

种定位于媒体性质的视频网站才能提供的。”激动网副总裁傅浩波表示。

尚未拿到牌照的视频分享网站优酷网表示,该公司目前正尝试视频互动营销多种模式。预计 2009 年该公司收入超过 1 亿元。

在激动网看来,媒体定位是该网站能拿到的牌照的重要原因。相对于视频分享网站强调的 Web2.0 特征,以视频点播为主的视频门户网站也有不同的看法。

激动网母公司、由上海民营资本投资的激动传媒旗下有影视内容制作、传统媒体等业务。据傅浩波介绍,除合作模式之外,激动传媒每年都要花费上千万元购买正版内容,而扮演版权集散地角色的激动网,其商业模式是“一次制作,无限分发”。

除了广告收入之外,激动网的另一盈利方式就是把与影视机构的合作内容

进行版权分销(客户包括互联网星空、各地网吧等),据该公司对外透露的数字,目前激动网依靠内容分销和广告,每年收入已达数千万元。

此外,激动网还建立起客联盟,通过与全国 500 多个工作室和数百名演员签约,生产适合在互联网上观看的“起客”电影。这些内容或者投放在激动网的起客频道上,供用户免费观看,或者通过起客联盟投放到国内的 2000 多家网站,其中很多网站把“起客”作为网站的独立频道运营。

傅浩波表示,“无论是购买的正版内容,还是‘起客’,都能够保证内容的安全性,而广告商投放视频广告首要考虑的是广告的安全性。安全性体现在几个方面,首先是内容的版权要合法,第二是视频的内容不伤害品牌,第三是视频内容与品牌相匹配。我们认为彻底解决版权问题的视频内容才是有价值的。” 陈文

行业观察

网络广告代理业显现马太效应

目前,高速发展的网络广告代理行业正在出现强者愈强的马太效应。据统计,以平台资源见长的好耶、以历史悠久著称的华扬联众和以专业技术能力异军突起的龙拓互动在 2007 年均实现高速发展,成为网络广告代理这个规模达 100 亿元的新兴行业三强。

今年年初发布的《Netguide 2008 中国网络广告市场调查研究报告》显示,网络广告代理市场正呈现两大阵营(全案策划和媒介购买)、两极分化(强者愈强)、专业细分(进入垂直市场)三大特点。而强者愈强的马太效应的出现是因为网络广告代理行业已经呈现寡头策划、集中采购、分布投放、效果聚合、精准营销这五大趋势。

寡头策划、集中采购体现了企业规模和资本的意志,不是中小网络广告代理商能够实现的。比如 2007 年,广告巨头分众对好耶的收购,就充分体现出资本力量的强大。华扬联众站在 WPP 集团的肩膀上实现了自身的第一次飞跃,与 WPP 的战略合作使其获得集团内部相关客户的所有互联网业务,虽然目前传出了华扬与 WPP 分手单飞的消息,但华扬已经因为这场“联姻”而拥有了巨大的规模和更大的野心。

在整个行业高速发展和强者愈强的背后,是规模相对较小的网络广告代理商,他们呈现出与 2007 年股市类似的二八现象——只有大概

二成的代理赚到了银子。许多小代理商纷纷将怨恨抛向在明面上制造行业垄断的巨头们,其实,这也有失偏颇。因为目前网络广告代理市场虽然出现第一阵营,但垄断程度还很低,最大者所占市场份额也离 10% 相差甚远,没有哪个大代理商拥有“一手遮天”的能力。二八现象的出现更多的是因为整个网络营销产业链出现分布投放、效果聚合和精准营销的新需求。

广告主经过几年的试探,目前开始质疑以前代理商们提供的“撒网”式方案,更关注投放领域的精准度、投放工具的智能性和投放效果的“可评估”化。这就需要网络代理商们提供更有针对性的策划、采用更有技术含量的工具和更准确的效果评估系统。

2002 年成立的龙拓互动是“实效赢天下”的典型。龙拓互动“让互联网创造实际的价值”的 SOLOGAN 给其他网络广告代理商的发展提供了除了靠资本搏出路外的一条新思路。依靠“智能传播、精准营销、实效付费”这些创新,龙拓互动彻底摆脱了二八时代中一般网络代理商发展面临的一个核心问题——同质化,自己也脱颖而出,位列目前网络营销第一阵营。

网络营销专家表示,马太效应笼罩下的网络广告行业,网络广告代理商要想做‘强’,必须深入了解互联网,根据中国客户的实际需要,提供更深入的客户服务模式和产品,并以数据化为核心,为客户带来实际的好处。

首虎