



各产品轮番受检验 IM市场总是战国时代

3年前,如果大街上有人冲着手机喊话,你一定觉得很傻;如今,微信“喊话”已经成为一种人们习以为常的联系方式;5年前,我们经常收到飞信的集体短信通知;10年前,毕业写通讯录,QQ是必填的一栏;随着移动即时通讯产品的发展,我们的即时通讯习惯也随着时间不断改变。如今,电信运营商与互联网公司联合“出击”,移动IM产品的家族中又增加了易信这个“小伙伴”。

作为中国移动IM的“萌芽”,最初,中国移动与腾讯合作推出了短信版移动QQ,使我们在移动场景下依然能实时沟通。虽然只是传统PC端IM的延伸,它的出现却培养并满足了用户新的行为习惯,证明了移动IM市场存在和发展的可能。与其类似的还有微软推出的移动MSN。

“短信不要钱”的概念让人们逐渐接受了飞信、超信、灵信、“天翼Live”等。电信大佬们不甘示弱,纷纷“试水”移动IM市场,以维护自身在移动产业链中的领导地位。

移动IM产品在基础通讯基础上,增值服务也在逐渐增加。作为市场的龙头老大,微信通过精确的把握用户需求点,集社会化网络、资讯、娱乐、位置服务、搜索、电子商务等为一体,在移动IM市场的发展一时呈势不可挡之态。与其功能类似的软件还有Kik Messenger、米聊、Talkbox等。

如今,电信运营商和互联网强势联手推出易信,中国移动IM发展仍在推进。对此,南京易讯通CEO、互联网分析师于斌认为,随着众多的移动IM产品的更迭替换,中国移动IM产品正在逐渐走向成熟。

对于移动IM产品的成功因素,互联网观察家洪波认为主要有两点:一是时机,二是产品。“抢占先机很重要,微信就是在智能手机发展时期抢占了时机,时机一旦错过,之后就要付出更多的努力赶超;其次,通信类产品本身也很重要,尤其是功能方面,必须要吸引批量用户,符合群体需求,才能存活。”

易信大幅让利优惠 高调参战难掩自身缺陷

作为移动IM市场的新生儿,易信的势头可谓“来势汹汹”,发布后不到24小时便冲上应用商店社交类免费榜第一。

为了争夺移动IM市场的一席之地,易信一出场便使出了“杀手锏”,高举“免费”的大旗,在“免费短信”功能外,“注册即送300M流量”、“活跃用户送60M流量”、“易信定向流量减免”等优惠政策层出不穷,赚足了消费者的关注。

易信的另一大特色就是跨网互通,无论是中国电信还是中国移动、中国联通的用户都可以免费注册并使用易信,同样,易信用户也可以免费向所有运营商用户发送免费短信,还可以向固定电话发送免费留言。

“界面清新,语音清晰,不臃肿,还有免费短信和语音留言哦。亲们,赶快来试试易信吧!”重庆大学大四学生侯思宇,看见网易新闻后,便在手机上下载了易信客户端,做了第一批螃蟹的人。喜欢,便是侯思宇对于“易信”的所有评价。“易信删去了一些我不需要的功能,比如摇一摇、漂流瓶、游戏等,不臃肿了,让我第一次用就很喜欢,因为我只需要一个和朋友、家人交流的软件。”

网易CEO丁磊在易信产品发布会上也丝毫不“吝啬”对易



易信高调宣战搅动市场 微信接招能否化险为夷

移动即时通讯谁主沉浮

周梦清 周星彤 郝丽伟 史晶



微信对阵易信

近日,中国电信和网易共同宣布合资成立浙江翼信科技有限公司,并发布新一代移动即时通讯社交产品“易信”。当天,易信1.0版本正式登陆各大手机应用商店供用户下载使用。

易信一登场,便掀起轩然大波,业界纷纷猜测,易信能否成为微信的真正对手,占据移动及时通讯(Instant Message,缩写为IM)市场的一席之地。中国移动即时通讯发展史中,众多移动产品更迭替换,随着易信的诞生,互联网公司运营商的融合之举,给移动IM市场注入了新的血液。

信的赞美:易信使用了独有的降噪和传送技术,语音质量非常清晰,同时易信是一个能实现短信、通话与互联网IM服务互转的平台,用户可以通过易信发送短信,还可以发送语音留言到对方的手机、固定电话,这全是免费的。

但是,在易信发布后,一些缺陷的出现被逐渐发现。“语音留言有延时和收不到的情况,聊天表情虽然丰富,但质量不高。”侯思宇在体验中就有这样的感受。同为体验者,腾讯产品经理包比认为:“易信对陌生人交友的功能开发不够,完全放弃基于位置服务的陌生人交友,相当于把自己的产品定位完全陷进了熟圈子,这个限制其发展的一个硬伤。”

易信能否挑战微信,也成为大家最为关注的问题。对此,洪波在接受本报采访时表示,就目前来看,微信已具有4亿多用户,几乎所有智能手机用户的好友关系都在微信上,微信已成为市场的支配者。

运营商携手互联网 双剑合璧意在统一江湖

作为运营商与互联网公司联合推出的“混血儿”产品,业界认为,易信标志着电信运营商和互联网公司在移动即时通讯领域实现真正“破冰”。

运营商和互联网公司“抱团”竞争的优势也是显而易见的。艾瑞咨询公司分析师刘大龙认为,电信运营商的资源是易信的一大优势,而与网易的合作正好可以填补电信在互联网经验上的“短板”。

在OTT模式(Over The Top,意为互联网公司越过运营商,发展基于开放互联网的各种视频和数据服务业务)的冲击下,国内电信运营商也迈出了与互联网公司联手进军移动互联网领域的步伐。微信沃卡、易信的相继推出,正是国内电信运营商与互联网公司合作的探索,预示着电信运营商与互联网公司之间开始从博弈走向探索融合。

对于本次合作,中国电信总经理杨杰表示,“与网易成立合资公司推出易信,是中国电信战略转型的重要一步,是主动求变、拥抱移动互联网时代的战略选择。”

丁磊则认为,目前国内移动IM市场发展程度还不够,远没有饱和,竞争不充分,用户和市场都需要更多的选择,新一代年轻群体,更需要新潮与个性化的沟通方式,这是易信的机会。

正是由于移动IM市场这块“蛋糕”的发展潜力,吸引了众多抢夺者。

“竞争最后的受益者往往是用户。”电子商务观察家、万擎咨询CEO鲁振旺认为:“一毛一条的短信,在移动互联网的冲击下,随着移动IM的出现,已经逐渐打破这种通信费用的垄断。”

据美国媒体报道,当地时间8月13日,美国海军船坞登陆舰阿灵顿号搭载着美国宇航局的“猎户座”飞船返回舱在诺福克军港进行了着陆回收测试。美国宇航局正与美国海军密切合作,以研究“猎户座”返回舱在返回地球落入大海后的回收步骤。

“猎户座”飞船是美国国家航空航天局(NASA)的“星座计划”(Constellation program)的一个关键组成部分。

部分。可同时间向国际空间站输送6名宇航员,并能够同时向月球输送4名宇航员。首飞时间最初定于2015年,但2010年初,因为资金短缺、进度拖后、设计思想有争议等原因,美国政府终结“星座计划”,“猎户座”飞船也随之成为泡影。而后该计划又再次“复活”。“猎户座”太空舱直径约5米,总重量约25吨。是“阿波罗”可居住空间的2.5倍。目前设计的“猎户座”至少有两个窗口(驾驶员和指令长的座椅旁边各有一个)和一个舱门。与“阿波罗”类似,“猎户座”的人口舱门在其侧面,对接通道在其顶端(用于和空间站或登月载具对接)。

“猎户座”飞船是航天器特色之一。两种方案——往返空间站的6座位式和执行月球任务的4人式——都在设计中,座位采用可折叠的金属构架形式,以牢固的带子连接。这种设计可以保证着陆期间如果缺失2个降落伞(共4个)乘员仍是安全的,还可以在太空舱着陆后侧翻的情况下保证宇航员的安全。

美国太空总署预期“猎户座”在2014年首航,届时会以无人驾驶的试验形式展开。载人飞行预计在2019年展开,包括在2025年飞越小行星以及飞到地球和月球之间引力的平衡点“拉格朗日点”(Lagrange point)。至于飞往最终目的地火星,则计划在2030年起进行。(珏 晓)



“猎户座”飞船测试现场

了用户与设备的互动性。谷歌眼镜运用准确的地理定位,使用了地图式推送将各类数字信息至用户眼镜屏幕中,使用户能做到在数字信息和真实生活中穿梭自如。多年来全世界多个高校、世界大型子公司、研究所等也都对增强现实技术进行了研发。我国多年来也致力于研发增强现实技术,据北京理工大学光电学院王涌天教授介绍,尽管目前来说国内外AR技术市场还不够成熟,但就长远趋势来看,该技术会在今后多个领域发挥越来越重要的作用,除了舞台中或是一些品牌新产品发布会中使用外,目前我国圆明园的古迹复原工程就有使用AR技术,相信在不久的将来游客们可以观赏到这座万园之园的旖旎风光。

冲击对传统隐私的界定

尽管谷歌眼镜一定程度上拉近了现实与虚拟的距离,但瓶颈还是存在的,比如说,据王涌天教授指出,目前谷歌眼镜中使用的增强现实技术并非,介于眼镜屏幕较小,许多虚实融合场景并不能完全显示,因此如何加强眼镜中增强现实技术的效果,使用户能更大程度身临其境,而不仅仅局限于地图式的信息显示,这将是继续研发的重中之重。除此之外,更关键的是隐私安全问题,研发这类可穿戴电子设备应该时刻牢记那柄悬于头上名为“隐私安全”的达摩克利斯之剑。正是由于相较于其他类型的智能产品而言,谷歌眼镜与使用者的关系更为紧密,倘若不经过仔细观察,许多人是无法分辨是否谷歌眼镜的用户正在控制设备,这无疑对有效保护隐私打上了一个巨大的问号。尽管谷歌CEO对于谷歌眼镜侵犯隐私问题的质疑作出了“谷歌眼镜目前电池续航能力并不足以长时间摄影”的肯定回答,且谷歌也郑重声明“禁止人脸面部识别功能研发”,大部分人看到佩戴谷歌眼镜的人想必还是会心有余悸。欧盟隐私资料保护组织于6月18日发表公开信质疑谷歌眼镜侵犯隐私。即使有人指出只需在谷歌眼镜的摄像头旁装设一个LED灯就能简单解决被偷拍的顾虑,依靠LED灯的闪烁提醒,但在这“后视镜时代”,如何避免谷歌眼镜等可穿戴式智能电子成为一种“新形态的监视设备”需要开发者和使用者的谨慎细致。



图片来自中关村在线

智能眼镜... 天涯咫尺尽在眼前

张保淑 张喆

打破虚拟 现实间的壁垒

从上世纪70年代末起,美国犹他州的科学家伊凡·萨瑟兰和他的学生鲍勃·斯普劳尔就已经开始了这场桌面上的电子革命,他们着手研发数字眼镜和虚拟现实应用程序,这其中便涉及到了AR增强现实技术,该技术将虚拟事物和真实环境有机结合与同步,加强

颠覆人们对眼镜的定义

这款由微型摄影仪、摄像头、传感器、存储传输以及操控设备合为一体的小小谷歌眼

近日,美国东缅因医疗中心一位外科手术医生在手术全程中佩戴谷歌眼镜用第一人称、第一视角记录手术全程,智能眼镜再次抓住了人们的眼球。如今,眼镜不再只是用来矫正视力、保护眼睛的工具或者美容的装饰品,它改变了人们对于智能电子设备的认知。