

2015: 信息科技哪路花开?

本报记者 张保淑

今天,以移动互联网为代表的信息科技革命方兴未艾,其日益广泛的威力改造着这个世界,而生活在其中的每一个人,无论是从模拟信号时代一步步跨入数字时代的“移民”,还是一生下来就浸润在数字时代的“土著”,都在享受着信息科技革命带来的便捷和各种美妙体验。“信息科技2015是什么样?”这是在新的一年里开始之际,在很多人心头萦绕的一个问题。

虽然预测未来是困难的,更没有预知未来的水晶球,但是人们还是尽力调动已有的知识储备,全面梳理分析现有信息,通过逻辑推理演绎,再“插上想象的翅膀”,尽力去描述未来300多天自己生活的世界。近日,知名媒体和市场研究机构如雅虎新闻网、《每日邮报》和IT市场研究公司盖纳等纷纷发表了对新年信息科技发展趋势的展望,可以给我们以启发。

① 中国品牌手机能否逆袭欧美?

如果说“中国制造”在世界手机硬件生产领域威名远播的话,那么手机的中国品牌目前在很多国家和地区还很陌生,但是,这一局面在新的一年里将会被根本改变。美国雅虎新闻网近日刊载的一篇文章引用趋势分析公司研究主管阿维·格林加特的预言,中国牌子的手机将在2015年大举进军美国市场。

“中国是欧美巨头的代工厂。”这是苹果手机外壳“加州苹果公司设计,中国制造”清楚传递出的信息,但是,格林加特认为,2015

年,中国智能手机生产商将从为美国消费者生产廉价预付费安卓手机,转为向其提供高端手机。他明确提到从谷歌公司手中买下摩托罗拉移动公司的中国联想,认为该公司可能借助这一受欢迎的品牌大举进军美国市场。而其他知名中国手机品牌如华为、OPPO、小米和中兴等公司也将把自己的产品纷纷卖到欧美。

从中国市场上洋品牌一统天下,到本国品牌迅速崛起,甚至呈现主导之势,再到中国品牌大批走出国门抢占国际市场,这是我们熟悉

的路径,中国冰箱、空调、彩电、洗衣机等早已演绎过这样的故事,只不过这一次的主角是中国手机。其实,这一趋势已经初见端倪,2014年八月期间,本记者在韩国仁川采访亚运会期间就发现,对三星手机青睐有加的韩国人已经开始用上了“华为”,而那里的“海外代购”手机正在兴起。背后的原因也很简单:与更知名的品牌相比,中国公司生产的手机同样功能众多,而价格只有国际巨头的一半。质优价廉是攻城略地的不二法宝。

② 网络安全“金盾”能否成功铸造?

《查理周刊》遭袭击表明欧洲心脏面临的恐怖主义威胁超乎想象,但是与我们生活联系日益紧密的互联网也面临同样超乎想象的网络攻击,2014年年末发生的索尼影视娱乐公司遭袭事件就是最新的案例,这也应验了网络安全专家一直警告的“数字珍珠港事件”。然而,令人不安的是这类攻击在新的一年里有加强的趋势。据雅虎新闻网报道,美国麻省理工学院《技术评论》杂志主编贾森·庞廷预言,对美国网络基础设施的大规模攻击不仅有可能,而且不可避免。在他看来,西方有用“震网”病毒攻击别人的先例,别人为何不能以其人之道还治其人之身呢?而索尼被黑客攻击事件表明,此类攻击的确奏效。无疑,黑客会在这方面进行更多尝试。

在迈克菲公司的在线安全专家罗伯特·西西利亚诺看来,侵犯个人财产和非法牟利的攻击会有增多趋势。这一年里,人们会发现,黑客将使用勒索软件攻击更多个人——他们会绑架你的数据,只有在付钱后才归还;会有更多犯罪分子向特定人群发出虚假登录要求,以进入他们的银行账户和公司网络。他甚至警告说,黑客攻击可能导致“流血事件”。当然这不难想象,网络虚拟世界里大打出手之后,现实世界里刀兵相见的可能性大大增加。如何防止由网络攻击引发的流血事件无疑是2015年必须面对的难题。

③ 虚拟现实技术更上一层楼?

虚拟现实也称作真实幻境(Virtual Reality,简称VR,又译作灵境、幻真),是近年来出现的高新技术,是利用电脑模拟产生一个三维空间的虚拟世界,供使用者进行视觉、听觉、触觉等感官的模拟,让使用者如同身历其境一般,可以及时、没有限制地观察三维空间内的事物。对该技术在2015年的前景,英国《每日邮报》给予乐观预期:走入普通人的生活。该报刊文称,经过20年的发展,该技术日益成熟,而随着3D制图与传感器技术的突破,其价格将降至消费者可承受的范围。文章特别提到三星与谷歌根据该技术开发的虚拟现实头盔,它能提供一系列让玩家如痴如醉的游戏产品。

麻省理工学院《技术评论》杂志主编贾森·庞廷同样看好虚拟现实技术在新的一年里表现,而原因也类似,那就是以该技术为支撑的产品将给人全新体验,让人欲罢不能,所不同的是,他看重的是奥克斯公司的Rift虚拟现实头盔和索尼公司的Morpheus(“梦神”)虚拟现实设备。他说,对游戏和其他沉浸式娱乐而言,虚拟现实是一种更自然的交互界面。

庞廷认为,庞大的游戏人群希望以一种更自然的方式与计算机和数字娱乐进行互动。2015年,像奥克斯公司的Rift头盔这样的产品将开始重新定义计算机界面这一概念。

说到虚拟现实技术,不能不说谷歌眼镜,这款基于该技术的可穿戴设备是谷歌原计划在2014年推出的主流产品,但由于侵犯隐私等威胁而受挫。2015年,谷歌眼镜或者类似的产品能否消除人们的顾虑,重新赢得消费者认可呢?这是个大大的问号。

④ 智能机器人日益走进生活?

正如当年盖茨预见个人计算机时代到来一样,硅谷技术咨询服务公司恩德勒集团创始人罗布·恩德勒断言:“我们可能即将迎来一场可与30年前的个人电脑革命相媲美的机器人革命。将来,在我们家中、在我们的汽车里、在工厂车间,更多的机器取代了我们人类。我认为,我们将看到一起个人电脑革命式事件,从而淘汰我们现在的机器人交互模式。我还认为,在意识到这些系统能让多少工作岗位变得过时后,人们将感到震惊。”

恩德勒认为“人们感到震惊”的关键时间段就在2015年,他说:“虽然要在这个10年结束后,这股浪潮才会产生真正的社会影响,但从2015年开始,我们可能就能看到其潜力。”实际上,对智能机器人的应用潜力,现在就可窥端倪。此刻,不仅世界上很多国家的自动化生产车间里有一大批智能机器人在精准而不知疲倦地劳作,而且很多家庭机器人也走上清扫护理等岗位。当然,还有各种类型的无人飞机执行复杂多样的任务。

无独有偶,IT市场研究公司盖纳发布的2015年信息科技预测中,也将智能机器人列入其中,认为,智能机器人是物联网高度进化的结果,它能够理解所处环境、能够自主学习、能够自我判断决策。现在已出现的自动驾驶汽车、高级机器人、虚拟个人助理和智能顾问等等只是一些较为初级的智能机器人。

⑤ 智能手表重新定义可穿戴设备?

我们的手、脚、脖子、脑门等部位早已经被移动互联设备制造商盯上了,只是他们之前还在忙着给它们研发设计适合的产品。2015年,这些产品将被更多更廉价地制造出来。据雅虎新闻网报道,美国“全功率”公司首席执行官菲利普·卡恩预言,我们在2015年会看到大量充一次电可用6个月、价格不到50美元的计步器、心率监测仪和睡眠追踪器,这一领域,将出现爆炸式增长和激动人心的事情。

爆发式增长同时也意味着更激烈的市场竞争。来自美国趋势分析公司的格林加特警告说,在利润微薄和竞争极其激烈的情况下,很多研制可穿戴设备的新公司不到年底就会成为竞争道路上的牺牲品。

手腕是很多可穿戴设备制造商目光的焦点所在,他们期待以此作为突破口成功地把手伸进人们的口袋。三星、LG、索尼和摩托罗拉等公司纷纷推出了自己的智能手表,想率先占领人们的手腕部位。然而挑剔的消费者终究不会被停留在概念炒作上的产品所迷惑,这些所谓的“智能手表”因为设计缺陷和功能单一等原因,受到人们的冷遇。那么2015年智能手表能否受到青睐呢?答案是这取决于苹果公司。这种说法多少有些“苹果崇拜症”,不过,浸润乔布斯精神的苹果公司的确值得期待,它被认为最有可能重新定义智能手表,进而重新定义可穿戴设备。据悉,其智能手表将于2015年初上市,届时或将掀起一轮“手腕风暴”。

⑥ 平板电脑被挤压空间还有多少?

“后乔布斯时代的苹果手机的最大创新在于不断变大。”这是挑剔的果粉对苹果创新精神不能持续发出的嘲讽。嘲讽归嘲讽,苹果适应市场需求,果断抛弃“以小制胜”的传统,在Apple5s、Apple5s显著变长之后,全面推出大尺寸的Apple6和Apple6plus。事实证明,这是应对三星大屏手机的利器,再加上其优异的性能改进,短短几个月,就攻陷了三星多年来苦心经营的尺寸优势防线。分析家们预测,2015年大屏手机的趋势将延续发展,会有更多厂商加入大屏手机大战。据《每日邮报》的消息,谷歌公司和诺基亚公司正计划推出优化的6英寸大屏幕手机。

屏幕变大的手机无疑越来越像平板电脑,这就带来一个问题:如果大屏的手机完全具备平板电脑的功能,后者还有多少理由让人值得拥有呢?要知道移动互联网时代,人们既要网络世界随身而动,更要轻装前行,如果可能的话,谁愿意让包里左一个屏幕、右一个屏幕,多屏合一当然是趋势。所以,不出预料的是,2015年平板电脑的增长率将继续下降。实际上,根据市场研究公司IDC的数据,2014年平板电脑销量增长率已经显出强弩之末的疲态,从2013年的52.5%骤降至7.2%。若平板领域没有革命性产品的出现,即使坚持使用平板电脑的人也不太倾向于换一台新的。这就意味着即使是平板的标志性产品如iPad Mini等走上下坡路也不奇怪。有市场研究公司预测,尝到大屏甜头的苹果公司,可能在平板电脑上也如法炮制,推出大至13英寸的大iPad,挑战微软的Surface Pro 3。移动互联网终端之战将愈演愈烈。

终端之战的白热化并不妨碍移动互联网时代高歌猛进,由此带来的成果之一是互联网金融进一步便利化,尤其是苹果公司支付服务Apple Pay的推出,使得用户可以在新iPhone中储存信用卡信息,实现“碰触即付”,并利用指纹扫描验证。在美国的早期评估显示,这种支付方式简单易用。这一切将有望使2015年成为新的电子交易时代开始的标志。

