

IT热讯

免费啦!
微软强势推Win 10



1月22日,在位于华盛顿州雷蒙德的总部,微软发布了其新一代操作系统Windows 10消费者预览版。Windows 10支持PC、平板电脑和智能手机等多种终端设备的协同工作,甚至可以在Xbox One游戏平台上。

事实上,自提出移动为先、云为先的策略之后,微软已经通过年收入44亿美元证明了其在商业云业务的成功,但在亟需补足的短板——移动业务上仍缺少一个亮眼的成绩。

为了加速新系统的普及进度,微软还在Windows 10的销售策略上进行了重大改革,宣布所有Windows 8.1设备可以免费升级到Windows 10。Windows Phone 8.1和Windows 7用户在第一年也能免费升级到Windows 10。

全球智能手机出货量十强出炉
中国企业占6席



1月21日,市场调研机构TrendForce发布的最新报告显示,2014年全球智能手机出货量达到了11.67亿部,较上年同比增加了25.9%,其中中国智能手机品牌出货量总计达到了4.534亿部,占据全球智能手机出货量40%的份额。此外,在全球智能手机出货量十强中,中国智能手机生产商占据六席。

TrendForce智能手机分析师Avril Wu表示,中国智能手机品牌在2014年获得了更多的市场份额,对他们而言,过去的一年无疑给了他们留下了深刻的印象。不过,中国智能手机生产商的出货量仍低于三星和苹果两大巨头的出货量之和,这两家公司去年的智能手机出货量达到了5.18亿部,这也说明了智能手机市场竞争激烈。

平板、笔记本
二合一产品值吗?



2014年Q4的最新统计数据显示,全球PC市场的销量似乎出现了小幅增长,究其原因是我们在传统的笔记本电脑市场看到的一类新产品比较兴旺,那就是所谓的平板、笔记本二合一产品。

相对于传统的笔记本电脑,这类二合一的产品要么采用了可拆分设计、要么采用了屏幕可翻转设计,总之就是设法让你在使用笔记本功能之余,还有办法把这个产品当成一个平板电脑来用。这类产品当然还有标配可触控的液晶屏幕以及升级到支持触控操作的Windows 8操作系统。

从设计思路来看,二合一产品的初衷是很好的,就是希望用户能够在出门在外时可以让自己的数码行囊少装一些东西。不过,如果你并非商务用户的话,并且已经拥有了平板电脑或笔记本电脑等产品,那么最好还是不要多花冤枉钱去买二合一产品,这样真的会挺浪费钱的。



大佬新春致辞忙

互联网名企羊年心向何方?



**阿里董事局主席马云:
做中国的“国家企业”**

日前,马云出席杭州与阿里战略合作第二次联席会议,畅谈了阿里巴巴未来10年的发展。马云表示,2015年阿里巴巴将会进行“很大的变革”以面对未来的发展,他从国家企业、文化经济、体育经济、全球化、农村战略、大数据六个方面来展望未来。

马云表示:“我们不是普通的民营企业,也不是国有企业,我们把自己定位成中国的‘国家企业’。”未来的5年,阿里会聚集三个主要方向:全球化、农村战略,以及成为真正的云计算大数据公司。“希望未来几年要通过阿里巴巴聚集全球超过20亿的消费者。”马云说。



**腾讯CEO马化腾:
服务与用户个性的满足**

从产品导向到个性满足,腾讯似乎总能抓住社会大众的潜在需求不断应变。腾讯应该少提“产品”和“功能”,多谈“服务”和“特性”。近日,腾讯董事会主席兼CEO马化腾在对员工内部演讲时强调这一点。

马化腾认为,服务是以服务对象的需求和满意度为中心,定义所做的一切。“我们很多人觉得自己是乔布斯传人,大神的子孙。会以自己为中心,以自己的认知和感受来设计一个产品该是什么样子。而腾讯,最应该谈的是服务。放下自己,研究服务对象,针对我们的服务对象,应该有一套科学的方法和硬性指标。”



**京东CEO刘强东:
做中国的“国民企业”**

在2015年京东业务规划上,刘强东透露,今年京东的电商业务将在品类扩展、进口商品以及移动端进行重点布局和突破,而金融业务也将是今年京东的另一大亮点。

此外,京东CEO刘强东首次提出京东要做“国民企业”,“什么是国民企业?任何一个国家的国民企业,绝不把假货、水货卖出去。”刘强东表示,“在任何时候,都为社会创造最大价值企业,才有资格称中国国民企业。”

无论企业的未来发展战略是延续传统还是创新变革,能够抓准消费者心理的战略才能更长足地发展。



**小米科技董事长雷军:
小米的“初心”与“野心”**

目前,小米晒出2014年成绩单:期内共售出6112万台手机,同比增长227%,含税收入743亿元,同比增长135%。

在这份面向小米全体员工的内部信件中,小米科技董事长雷军表示,2015年国内智能手机行业整体增长将放缓,同业角逐到了比拼持久力和整体生态系统能力的大淘汰阶段。小米手机要回归“初心”,重视产品创新,和用户交朋友,坚持做高品质、高性能和好体验的产品。他进一步指出,小米智能硬件生态链的战略布局是小米继续高速前进的最重要竞争力,并会继续加强海外市场布局。



奔跑吧,2015家电业

名企去年可圈可点

最近,有一些家电上市公司公布了2014全年业绩预告。商务部监测数据显示,尽管2014年1—11月5000家重点零售企业家用电器和音像器材销售额增速比上年同期回落4.2个百分点,但是部分龙头企业表现还是可圈可点。

美的集团实现了资源共享、多品类协同,产品结构日趋完善,资源和运营效率不断提升,加上互联网转型提速,布局智慧家居扩展成长空间、推动电商业务持续增长。公司预计2014年净利润变动范围在100亿元至110亿元之间,同比增长37%至51%。

旗下TCL通讯刚刚收购Palm的TCL集团也公布了业绩预告,预计全年实现净利润区间为41亿元至43亿元,同比增长42%至49%,实现净利润

30亿元至31.5亿元,同比增长42%至49%,2014年营收超过千亿,其中第四季度单季实现收入超300亿元,同比增速近30%。

预计今年“前低后高”

对于2015年的家电市场,业界基本持谨慎乐观态度。近期关于家电行业的利好信息主要来自两个方面:一是月初,发改委联合财政部、工信部等7部委为落实国务院2014年—2015年节能减排低碳发展行动方案,推出了领跑者计划。尽管该计划尚未出细节办法,但市场分析认为该计划的推出将对家电行业龙头企业带来长期利益。

同时,近期原油价格大幅下跌,铜、铝、钢、塑料等大宗商品价格也持续下行,将给下游家电行业带来明显的“成本红利”。安信证券就测算,铜、

铝、钢、塑料等家电原材料价格今年都将维持低位运行,大家电成本有望因此下降5%左右,有利于家电企业盈利能力的提升。

奥维云网的分析师吴国权认为,面对经济新常态,2015年家电企业应该从三方面寻求突破和增长:一方面是更加关注细分市场,生产出更加针对性的产品;另一方面是更加注重研发和企业核心竞争力的打造;此外要更加注重企业的全面创新,不但要产品创新,同时要在企业管理、生产制造和营销市场方面创新,家电企业不但要看移动互联网时代对企业营销市场方面的影响,同时更应该关注到工业4.0、产业互联网对商业模式、企业和生产制造方面的颠覆。

除此之外,物联网冰箱、智能电视、空气净化器等产品全面触网,在互联网思维影响下家电产品与网络的集合日趋紧密。“智能+互联网,产品+服务”的彩电战略模式,“软件+模式”替代“硬件+功能”的空调互联网策略运作思路让家电不仅智能,而且更能互通。

技术升级加速奔跑

彩电能否更清晰一点?冰箱的保

