

流量漫游费时代昨日终结 部分本地套餐用户或资费上涨

■本报记者 马燕

随着日历翻到7月份,消费者正式迎来了手机国内流量没有漫游费的时代。

为贯彻落实今年政府工作报告中提出的加大网络提速降费力度相关要求,从7月1日起,移动、电信、联通新老手机用户省内通用流量全部升级为国内流量(不含港澳台流量),也就是说不再有本地流量、省内流量和国内流量的价格区分。这也是自去年9月1日三大电信运营商全面取消手机国内长途费、漫游费之后又一落地的提速降费举措。

不过,有专家提醒消费者关注一下自己的资费情况,虽然总体上三大运营商给予了让利,但一些原本的本地套餐用户可能面临资费上涨。

同时,也有分析人士指出,随着漫游限制消失,全国流量费用将大幅下降,不少北上广等高价地区用户可能会流向一些低资费地区办理业务。

本地套餐老用户或资费上涨

独立电信分析师付亮向《证券日报》记者指出,三大电信运营商全面取消流量漫游费,这意味着本地流量和省外流量的资费差基本上被消除了。一些原来使用本地套餐的用户,到了区域外,仍将保持低的资费,会成为受益者。但是,他们也可能面临

资费上涨。

以某运营商的月流量叠加包为例,7月1日前,省内流量月包150M、500M、1G、2G、3G和5G的价格分别为10元、20元、30元、50元、70元和100元。7月1日取消流量漫游费后,同样是10元、20元、30元、50元和70元的价格,对应的流量叠加包中的流量却仅为100M、300M、500M、1G、2G和3G。也就是说,如果用户不出省,实际上对他们来说流量叠加包涨价了。

因此,付亮建议消费者,当政策出现较大变化时,每个人都应该看看自己的套餐,是不是需要调整。这样即使运营商“遗忘”了“老用户”,“老用户”也可以通过主动调整套餐或运营商,或增加一个新的号码,成为运营商新政的受益者。

事实上,分析人士普遍认为,随着语音和流量漫游费的陆续取消,此前三大运营商建立的市场竞争壁垒也将消亡,对于消费者来说,哪个运营商分公司的资费更便宜,就可以完全不受地域限制选择哪个公司办理业务。

“当前运营商各分公司主推低价不限流量套餐,一旦漫游限制消失,全国流量费用将大幅下降,这对于北上广等高价地区用户有着致命的吸引力。”来自分析机构艾媒网的一篇文章表示。

境外将成运营商竞争新战场

在付亮看来,即便出现资费上涨



也不可能长久。目前流量资费处于下降通道中,运营商逐步调低套餐价格,流量包的价格或在价格不变的情况下增加其中包含的流量,即使出现局部的涨价,也是暂时的。根据工信部的数据,今年1-5月份,运营商平均每GB流量的收入,比上年同期下降了接近50%。

中国移动昨日在一份声明中亦称,2015年初到2017年底,中国移动手机上网流量单价降幅约80%,累计惠及27.7亿人次。针对中小企业推出的“速率倍增行动”和“小微宽带”产

漫游费取消,流量资费下降带来的业绩压力不言而喻。对此,中国移动昨日表示,将在推进网络提速降费的同时,加强产品和业务创新,为老百姓提供更多用得起、用得好的信息服务,促进薄利多销。中国电信此前在2017年年报中则谈到,公司积极释放流量价格弹性,推出大流量套餐和互联网卡套餐,扩大流量消费。据悉,中国联通方面亦已通过套餐整合等方式培养用户对流量的消费习惯。

在国内市场“以量取胜”的同时,三大运营商在境外市场竞争的硝烟也愈演愈烈。自2013年以来,我国每年出境旅游人次由8300万增加到1.3亿,未来还会继续增长,而目前国人出境大多选择购买当地手机卡或租用WiFi。对于运营商来说,这无疑是一块潜力巨大的蛋糕。

“根据工信部1月24日发布的《关于移动通信转售业务正式商用的通稿(征求意见稿)》,提出‘民营企业、国有企业、外商投资企业可以依法申请经营移动通信转售业务’,这意味着运营商的竞争压力将不止是民营,具有超前运营经验的外资也将加入进来。”前述艾媒网分析文章表示,“如何更好地把握这一机遇,需要运营商主动邀请世界知名运营商申请国内的虚拟运营商牌照,联合开展国际业务。这或成为未来运营商的主要争夺点。”

智能手机同质化亟待破局 糖果手机杀入细分市场

■本报记者 马燕

随着中国市场趋于饱和,竞争愈加激烈,一些手机厂商开始开辟差异化新赛道。继努比亚、小米纷纷涉足游戏手机之后,手机细分领域再添新品类,天珑移动旗下的SUGAR糖果手机近日宣布将推出全球首款翻译手机S20。

糖果手机CEO陈劲在接受《证券日报》记者采访时甚至预言,翻译手机将终结翻译机。

出境游自助游市场升温 翻译手机或将终结翻译机

据称,糖果手机从2015年开始关注出境游市场,发现中国出境游的游客中,采取自助游的游客正在逐年上升。

而对于中国游客来说,自助游的最大障碍无疑是语言沟通。因此,市面上开始出现了各类翻译机,2018年,随着人工智能的兴起,涌现出越来越多的翻译器。

不过,在陈劲看来,就像10年前流行的卡片机被手机拍照功能取代一样,翻译器最终将会被整合到手机的功能中。据其介绍,糖果翻译手机

S20自带多国语言翻译功能,用户无需额外购买能单一的翻译机,出境旅游只需携带一部糖果翻译手机即可。糖果s20手机的翻译功能和市面的翻译机比有什么优势?另外,其它手机下载一个翻译的app软件是否就可以实现同样的功能?

对于记者的疑惑,陈劲解答称,糖果S20是全球首款翻译手机,保留了手机日常使用便利性的同时又整合了目前市面上翻译机、翻译APP的优点与长处,支持语音翻译、拍照翻译、文本翻译、离线翻译、民族语翻译,准确率高达97%,相较翻译机而言,糖果s20的翻译功能已整合进手机内,不用额外购买设备,出境旅游只需携带一台糖果手机即可;同时手机的大屏幕比翻译机/器拥有更好的用户体验。

陈劲指出,市面上的绝大部分翻译APP都不具备或只局限一两种语言的离线翻译,而糖果翻译手机支持8种语言离线文本翻译、7种语言离线拍照翻译和4种语言离线语音翻译。

此外,糖果翻译手机由软硬件结合的优势,在语音降噪等方面更有优势。

更重要的是,糖果翻译手机并不是单纯的软硬件结合,而是围绕用

户需求打造了一个完整的用户关怀体系“SUGAR CARE”,针对用户痛点提供了一系列的服务。陈劲向记者表示,“我们会考虑很多细节的层面,比如现在大家不管做什么都喜欢拍照发朋友圈,这当中可能就会涉及网络流量的问题,所以我们会给用户赠送8天免费的全球流量,可以覆盖全世界80多个国家;此外,很多国人的外语基础不是那么好,在一些特殊的场景里,比如过海关时面对质询,出现纠纷需要交涉,甚至患病需要与医生沟通时,很难进行有效沟通,因此我们推出了24小时在线人工服务,当用户对类似问题的困扰,就可一键连接这个服务,由我们的专业人员为其解决烦恼,而且值得说明的是,这项服务的头三个月是完全免费的,三个月之后,我们也只会象征性的收取一定的费用,资费会远比市面上的要低。此外还有诸如AI旅行助手,日常短语等多种实用功能,我们希望通过SUGAR CARE为用户带来更有温度、更具人文关怀的服务体验。”

值得注意的是,糖果手机的母公司天珑移动是年产量超过3000万、业务覆盖手机研发、设计、生产、销售、服务提供及品牌运营的移动通信综合服务提供商。拥有深圳、上海、南京、台湾、法国马赛5个研发中心,是中国制造业500强企业,2017年位列深圳工业百强企业第36位。从去年下半年开始,中国手机品牌纷纷进军欧洲,而天珑移动早就通过“海外自主品牌+供应链效率革命”的双轮驱动,独创了“海外+”品牌创新模式,旗下的另一个手机品牌Wiko则早已扎

根欧洲市场,在法国公开市场排名第二,综合实力欧洲排名第四。陈劲介绍,兄弟品牌内部的部分分工,糖果是主打大中华市场,Wiko主打欧洲市场和南亚市场,也不排除糖果以后布局欧洲市场的细分市场。陈劲表示,对糖果翻译手机有信心,其指出,所有的产业竞争最终都是在拼品牌和供应链,从这个角度来说,集团综合实力为糖果手机提供了研发及资金保障,糖果在产品定义和订单准备、交付和形势把控上非常受益。

此外,天珑对品牌长久投入的决心和宽松土壤也是让他有信心的原因之一。“我在天珑集团后最大的一个感受就是,集团对产品长久投入的坚定决心和宽松的土壤。翻译手机的推广上,我们用了很多与传统制造业文化完全不同的互联网的推广方式。从这点来说,集团给予了我很高的自由度和信任度。”

从音乐手机到拍照手机再到翻译手机,智能手机的每一次迭代都是从细分市场开始,然后成为主流的,也许正如陈劲所言,智能手机发展到现在,硬件升级在手机上已经发展到极限,而接下来智能手机的机会在发掘用户痛点和满足用户需求上,疲软的智能手机市场需要破局者。

数据显示,2018年手机行业增长

乏力,一些具有商业洞察力、善于开辟差异化细分市场的品牌为行业带来新增长引擎,从游戏手机到翻译手机,都是市场多元化需求下的产物。

陈劲表示,糖果在激烈的同质化竞争中开辟新蓝海,开创新的需求品类,就是看到垂直细分市场的用户需求还没有完全被满足。

“智能手机从2008年出现到现在正好十年,开始进入智能手机的‘下半场’,上半场大家在上期考虑的是纯粹的硬件,然后就是摄像头、内存、平台的升级等。下半场的垂直细分市场将会更受消费者认可”,对于当下手机行业的竞争态势,陈劲认为,细分市场会爆发出新的机会。

值得注意的,糖果手机的母公司天珑移动是年产量超过3000万、业务覆盖手机研发、设计、生产、销售、服务提供及品牌运营的移动通信综合服务提供商。拥有深圳、上海、南京、台湾、法国马赛5个研发中心,是中国制造业500强企业,2017年位列深圳工业百强企业第36位。从去年下半年开始,中国手机品牌纷纷进军欧洲,而天珑移动早就通过“海外自主品牌+供应链效率革命”的双轮驱动,独创了“海外+”品牌创新模式,旗下的另一个手机品牌Wiko则早已扎

根欧洲市场,在法国公开市场排名第二,综合实力欧洲排名第四。陈劲介绍,兄弟品牌内部的部分分工,糖果是主打大中华市场,Wiko主打欧洲市场和南亚市场,也不排除糖果以后布局欧洲市场的细分市场。陈劲表示,对糖果翻译手机有信心,其指出,所有的产业竞争最终都是在拼品牌和供应链,从这个角度来说,集团综合实力为糖果手机提供了研发及资金保障,糖果在产品定义和订单准备、交付和形势把控上非常受益。

此外,天珑对品牌长久投入的决心和宽松土壤也是让他有信心的原因之一。“我在天珑集团后最大的一个感受就是,集团对产品长久投入的坚定决心和宽松的土壤。翻译手机的推广上,我们用了很多与传统制造业文化完全不同的互联网的推广方式。从这点来说,集团给予了我很高的自由度和信任度。”

从音乐手机到拍照手机再到翻译手机,智能手机的每一次迭代都是从细分市场开始,然后成为主流的,也许正如陈劲所言,智能手机发展到现在,硬件升级在手机上已经发展到极限,而接下来智能手机的机会在发掘用户痛点和满足用户需求上,疲软的智能手机市场需要破局者。

科技巨头的扎堆布局,无外乎看中巨大的市场前景。随着万物互联时代的到来,海量设备联网带来的数据传输需求将倍增,大量的数据都产生在边缘,必须要实时进行边缘处理。物联网(IoT)成为世界公认的全球迈向工业4.0不可或缺的技术支柱。爱立信最新发布的数据显示,到2020年预计会有500亿设备互联,其中50%的数据将在网络边缘侧处理。麦肯锡预测,到2025年,物联网将带来高达11万亿美元/年的年度储蓄和新收入。

专访

青藤云 CEO:网络安全行业呈井喷式增长 将变巨头市场



■本报记者 马燕

在网络安全受到更大关注的同时,网络安全行业也在发生着巨大转变。

青藤云安全CEO张福在接受《证券日报》记者专访时指出,以往网络安全碎片化的市场将慢慢消失,取而代之的将是巨头式市场。

网络安全创业公司纷纷成立 2014年成行业分水岭

“安全行业从过去20年来看就是高度碎片化的行业,以前安全行业的盘子是200亿-300亿元的时候,整个中国上市公司里面收入第一的安全公司一年营收就是十个亿,排名第二

的公司也是十个亿,排名第三的公司还不到十亿元。你会发现,网络安全行业排名前三的公司,只占这个市场里面很小的一部分。”

投身网络安全十多年,在张福看来,国内安全行业在过去之所以发展较为缓慢,与当时网络安全覆盖的行业信息化和互联网化程度息息相关。

在过去,企业主要业务都是封闭的,线下的,非互联网化的,开放程度不高,遇到的安全问题相对较少,遭遇攻击的时候也没有能力知道黑客的存在。因此,企业对于安全的认知不足,没有足够的需求。企业购买安全产品往往是为了满足国家政策合规性要求,对于安全产品和技术本身并不重视,从而导致安全行业成为一个封闭的,强政策驱动的行业,以关系型销售驱动为主。

因此,国内安全市场呈现出两大特点:一是进入壁垒比较高,市场竞争还不够充分;二是市场高度碎片化,依托于关系销售,大大小小的安全公司将市场切割得非常零碎。

但是在2014年这种状况开始发生了变化。与此同时,在2014年,网络安全创业公司如雨后春笋般成立。青藤云就是其中一家。

为什么2014年会成为行业的分水岭?

“2014年,国际和国内发生了很多安全事件,有一个共同的特点,安全事件中遭到攻击的都是大企业,这些企业在安全投入上不可谓不多,也买了很多的安全产品,但是他们依然遭到了非常严重的黑客攻击,黑客都是非常明确地窃取这些企业的核心资产,如工业材料、金融信息等,都是非常有针对性,以前的安全防护措施都像纸一样被一捅就破了。2014年这样的重大安全事件特别多,搞得人心惶惶,大家对过去做了几十年的安全,老的安全是不是还有效,是否能够真正的应对现在的攻击和黑客的攻击,产生了怀疑,这是一个背景。”张福回忆道。

并且,国家开始高度重视网络安全,2014年中央网络安全和信息化领导小组成立。“这是一个很强的信号,意味着国家对网络安全非常重视,要大力推动了。一方面,大家觉得过去的安全是存在一些问题的,另一方面是看到了这样的信号,认为中国网络安全的历史机遇来了,于是2014年安全行业就有很多人创业,也包括我。”

安全市场爆发式增长 年营收百亿元独角兽可期

与其他创业公司不同,青藤云的

产品方向选择了workload Security。张福认定,这是一个虽然需要巨大投入但是能产生垄断性公司的领域。“当时就觉得这个安全未来的核心领域,但是这个方向特别难做,是一般人创业不会选择的。大家现在也发现了,不论做大数据安全,态势感知,还是安全的集中化统一的大品牌,我们这个行业的产品都是非常关键的,一个组成部分。但是在2014年,可能就只有我们和阿里认为这个方向是最好的。”

张福对未来安全市场的发展也有自己的判断,他认为未来中国十年一定会有营收过百亿元的独角兽公司出现。

首先是网络安全市场总量足够大。全球产业都在互联网化,企业线下的封闭业务必须要走到线上并且变得开放,当线上业务变的越来越开放的时候,企业对安全的需求就会成为一种根本性的需求。

从数据来看,安全行业的复合增长非常高。2017年,工信部在《软件和信息技术服务业发展规划(2016-2020年)》中首次明确提出,到2020年,我国信息安全产品收入达到2000亿元,年均增长20%以上。

同时,由于过去安全厂商以关系型销售为主,国内市场还未充分地商业化竞争,所以在产品和技术的竞争

力方面还有很大的提升空间。

安全行业将不再高度碎片化。当企业的业务高度互联网化之后,全行业也将具备互联网化的特点,其根本业务形态会发生改变,从产品销售模式走向在线服务模式,因此安全也将是一个有着规模效应的行业。当未来企业安全需求的大规模爆发时,会出现细分领域优势企业,但也会出现垄断性企业,体量将达到现今BAT的量级。

“整个安全是爆发式、井喷式的增长,这个环境里面,创业公司是有机会能够走出来的,就是不依赖于巨头或者即便和巨头竞争也能走出来,唯一需要的是找准一个巨大的市场,一个非常关键的领域,还有就是有足够的资金投入,只要有资金的支持就能走出来。”张福认为。

“这个领域青藤云安全的产品是最好的,即便去问阿里或者腾讯,他们也会这么告诉你”,张福自信表示,“我们的目标是加速覆盖市场,未来会进行非常密集的融资和发展,所有的营收的钱和融资的钱都投入到覆盖上,这是我们的发展策略。不能成为一家巨头公司,就是在对于市场的覆盖。安全市场有一个特点,是高壁垒,高黏性的市场,就是谁先进去,是极难被替换出来的。”

边缘计算“军备赛”打响 CDN领跑千亿美元主赛道

■本报记者 马燕

近来,以美国科技公司为首,业界正掀起一场关于边缘计算的科技浪潮,包括欧洲、印度、中国在内的科技公司都争相涌入边缘计算领域。

国际数据公司IDC中国区总裁霍锦浩表示,到2021年,全球云计算市场的规模将达到5650亿美元,这其中约有20%为边缘云,市场规模可达到1130亿美元。

全球范围内有关边缘计算的“军备竞赛”正式打响。中国市场上,运营商、设备商、CDN服务商和云服务商都在大举布局边缘计算,以争取在边缘计算新战场的话语权。网宿科技副总裁李东在接受《证券日报》记者采访时表示,边缘计算将是继云计算、人工智能之后的又一次信息革命浪潮,CDN因其天然的分分布式架构,将有望通过升级走向边缘计算的舞台中央。

美中印欧 展开边缘计算军备竞赛

与科技巨头不愿错过云计算的时代浪潮一样,在边缘计算领域,这些科技公司同样不愿意错失任何一次新的技术浪潮。

Gartner 研究公司副总裁兼分析师 Thomas Bittman 曾公开表示,边缘正在蚕食云计算,使工作负载、数据、处理和业务价值远离云。

IDC 中国区总裁霍锦浩在 2018ICT 趋势论坛上表示,到 2021 年,全球云计算市场的规模将达到 5650 亿美元,这其中约有 20% 为边缘云,市场规模可达到 1130 亿美元。

聪明的商业领袖们当然意识到了边缘计算在未来战场的重要地位。美国市场上,边缘计算相关的布局正来势汹汹。亚马逊推出了可以和客户实时互动、实时响应的 AWS Greengrass 边缘计算平台;微软随后发布了面向物联网的 Azure IoT Edge 服务,将计算能力由 Azure 端推送到边缘设备;思科、英特尔等硬件厂商也在纷纷探索 MEC (mobile edge computing) 技术及应用。近期,又有一家硬件厂商加入了这一阵营——随着云端服务需求的快速崛起,企业服务器市场持续萎缩,服务器品牌厂商慧与 (HPE 原惠普) 在一周前斥资 40 亿美元投入到边缘计算的研发当中。

欧洲市场上,边缘计算产业已经形成了产业联盟,以沃达丰、德国电信、西门子、英特尔、ARM 等公司为代表的大型科技企业已经加入其中。新兴市场的玩家们也嗅到了这一科技浪潮的广阔前景。印度的 IT 服务公司很早就看到边缘计算方面的机遇。早在 2012 年,印度 IT 服务巨头 Infosys 联合创始人 SD Shibalal 就认识到基于云业务产品相对于传统 IT 服务业务的重要性,其认为在印度这样的国家,提供这种服务至关重要,他看中边缘计算在数据安全方面的优势。事实上,印度政府已经为智慧城市拨款 706 亿卢比 (约 67.7 亿元人民币),选择了 100 个城市,甚至制定了一份公私合作的商业路线图。

面对这一千亿美元级的金矿,中国市场的科技龙头也在摩拳擦掌。电信运营商、硬件设备商、云和 CDN 服务商等都在紧锣密鼓地加紧布局边缘计算,以期占据市场先机。

网宿科技副总裁李东在 6 月 28 日的世界移动大会上告诉记者,边缘计算将是继云计算、人工智能之后的又一次新的信息革命浪潮,将为上云企业提供一种更为经济更有效率的 IT 架构。

CDN 突破边界 引领边缘计算千亿美元新赛道

科技巨头的扎堆布局,无外乎看中巨大的市场前景。

随着万物互联时代的到来,海量设备联网带来的数据传输需求将倍增,大量的数据都产生在边缘,必须要实时进行边缘处理。物联网(IoT)成为世界公认的全球迈向工业4.0不可或缺的技术支柱。爱立信最新发布的数据显示,到2020年预计会有500亿设备互联,其中50%的数据将在网络边缘侧处理。麦肯锡预测,到2025年,物联网将带来高达11万亿美元/年的年度储蓄和新收入。

围绕着万亿美元级的巨大市场,中国的科技公司也在不遗余力地加大在边缘计算领域的布局。Gartner 公司的云服务提供商研究副总裁戴德·钱柏林 (Ted Chamberlin) 则表示更看好 CDN 厂商在边缘计算领域的发展前景,“老实说我认为,对于边缘路由和交换,甚至对于 DDoS (分布式拒绝服务) 设备中的传统防火墙来说,最大的威胁来自真的能够夺取这个市场的 CDN。直到最近它们才醒悟过来,意识到自己可轻松取代广域网边缘设备市场。”钱柏林说。

全球第二大 CDN 服务商网宿科技早已宣布搭建统一的边缘计算平台,开放边缘计算资源及能力。本月 22 日,北京邮电大学还联合网宿科技发起成立了全国首个产学研结合的边缘计算联合实验室。

“云计算的诞生提升了数据时代的运行效率,但归根结底主要还是服务模式的创新,技术上并未出现颠覆性的创新,边缘计算要实现产业上的跨越式发展,技术上一定会有更颠覆性的东西出来。”李东在接受采访时表示。

早前,业内一名资深解决方案架构师也曾公开表示,CDN 具备较强的边缘能力,尤其是在分发及存储方面,只是为了迎合十多年的互联网发展,CDN 服务商将这种边缘能力进行 CDN 产品化了。

李东告诉记者,随着万物互联时代的到来,CDN 会顺理成章地将其边缘的计算、安全等能力释放,在边缘平台上形成更具竞争力的计算、存储、分发、安全一体化的平台能力。他进一步补充道,“我们非常看好边缘计算的市场前景,这是一个值得投入五年以上的长期市场。”