

# 再见!

盘点 2014 年退役的数码产品



2001-2014  
微软 Windows XP

XP 不仅是微软最受欢迎、最长寿的操作系统，也是一代人的回忆。今年，微软最终停止对 XP 的服务支持，意味着它即将退出市场。因安全性已无法保证，还在使用 XP 的用户，请转投 Windows 7 或 8 更明智。



1996-2014  
索尼 VAIO

索尼今年 2 月正式宣布退出笔记本市场，VAIO 品牌出售给日本产业株式会社。在索尼掌管 VAIO 的 18 年，VAIO 一直是 Windows 领域唯一能与苹果媲美的产品，精致的风格和创新工业设计令人怀念。



2007-2014  
iPod Classic

苹果 CEO 蒂姆·库克解释：“我们无法购买到 iPod Classic 部分零件，同时重新研发新款的投入与消费趋势不符。”显然，智能手机取代音乐播放器的今天，多少用户还会随身携带便携式 MP3 播放器呢？



1999-2014  
微软 MSN Messenger

微软的 MSN Messenger 是一代著名的通讯软件，在商务市场拥有不俗的表现，曾经在国内还被贴上“外企”标志。不过，随着微软业务的转变，Skype 最终在今年彻底代替了 MSN Messenger。

(新华)



## APP 下载哪家强 认准“大牌”很靠谱

对于目前的智能手机而言，不管是 iOS 系统还是 Android 系统，应用市场无疑是其最主要的软件入口，iOS 系统上有苹果官方的 App Store，用户并不用怎么烦恼，但在 Android 系统上，应用市场可谓百花齐放，我们究竟应该怎么选呢？

认准“大牌”比较靠谱些

在中国互联网行业中，“BAT”（百度、阿里巴巴、腾讯）已经基本确立了其行业的格局地位，而在手机应用市场领域中，同样存在“三足鼎立”的市场格局。据易观智库和艾瑞发布的相关市场报告显示，360、百度和应用宝如今已经成为了应用市场中的三驾马车，在不同的细分指标中相互领先，成为最多 Android 系统手机用户的选择。随着国内应用分发领域人口红利逐渐消逝、市场进入成熟期，这一相对稳定的市场格局或预示着中国 Android 应用分发市场真正迈向了“寡头时代”。

CNNIC 第 34 次调查报告显示，2014 年移动端用户依然呈增长态势。但 360 手机助手、百度系分发渠道和腾讯系分发渠道等大型分发平台，以其强大的分发能力成为新

增用户的首选；而排名靠后的分发平台，由于自身缺乏足够资源，不仅得不到新用户的补充，原有用户还在不断流向大型分发平台。当然，这也并不是意味着用户就只能选择上述三家应用市场，在它们之外，实际上还有安市场、91 市场、木蚂蚁市场等二线应用商店可供选择。而不少品牌厂商例如小米、华为、OPPO、酷派、联想、vivo 自营的应用商店也较为值得用户放心使用。但这里面始终有一个原则，那就是尽量选择“大牌”的，因为那些不知名的应用市场，不仅资源更新的速度不理想，网站的安全性也堪忧，经常会出现 App 被黑客攻击“挂码”的情况。

比较市场特色然后做选择

日前，备受 Android 手机玩家期待的腾讯应用宝 5.0 版正式发布。据介绍，应用宝 5.0 全面接入 QQ、微信社交关系链，独创的“好友圈流行”、“好友榜”、“应用部落”等社交化玩法颠覆了应用下载的传统模式，在应用宝 5.0 中，用户可以找到有共同爱好的新朋友。独特的“应用部落”功能以单款应用为核

心，让用户与应用同好者讨论话题、分享游戏福利。此外，应用宝正式宣布签约超人气偶像吴亦凡与陈伟霆为代言人，并发布了全新品牌主张“就要玩在一起”以及广告片，为应用宝吸引众多 80、90 后用户。

除了功能的创新，软件应用的抢先发布也是各大应用市场的争夺焦点。唯一一款开放给球迷做直播的赛事直播软件《虎扑看球》，就最终选择了在百度移动首发。据《虎扑看球》相关负责人称，本次更新的 6.2.0 版本是《虎扑看球》近来最重要的一个里程碑，是赛事直播 UGC 模式的第一步，将鼓励球迷用户来做 UGC 内容产出，让用户来做直播的体育类 APP，而选择百度移动首发，也是看好百度强大的分发渠道和实力。

易观智库认为，中国整体移动互联网基础网络环境的改善，有助于促进移动应用的使用以及移动应用分发量的提升。随着 4G 的推广和逐渐普及，网络质量将得到进一步的提升，而且数据资费也将逐步下降，移动互联网用户通过应用商店下载 App 的积极性随之提高，移动应用分发市场将迎来新的发展机遇。(南方)

## 四弦琴奏响苏宁易购公益频道上线曲

穿着灰蓝色的棉布衣，戴着具有傣族特色的帽子，52 岁的民间艺术家和盛伟怀抱四弦琴，弹奏着音乐走上舞台。跟在他身后的是 5 位 10 多岁的小女孩，6 把四弦琴配合着傣族舞蹈，音乐里有天真无邪的纯净，细细听，也传递着一种坚强、希望和感激。

和盛伟与 5 名弟子是云南玉龙黎光小学的师生，不远万里赶到南京，就是为了给苏宁送上 24 岁生日祝福。因为帮助他们实现音乐梦想的，正是苏宁与爱德基金会联合发起的“圆梦课堂”公益行动。

为了让更多需要帮助的人实现梦想，12 月 26 日，苏宁延续公益庆

生的传统，宣布正式上线苏宁易购公益频道，其中包括公益捐赠和公益众筹两大平台。苏宁云商集团董事长张近东在发布会上说，互联网带来的阳光雨露并不仅仅滋养着企业的创新发展，还推动着公益模式的创新。通过公益平台化的运营，希望凝聚更多爱心人士的力量，形成更大、更持久的社会正能量。

12 月 26 日，张近东与公益机构嘉宾一起按下按钮，启动 2015 年公益行动。现场大屏上不断滚动着全国苏宁员工的实时捐赠数据，这些捐款全部是苏宁员工通过苏宁易购公益频道“阳光 1+1 苏宁社工爱心专区”进行捐赠的。截至当天上午

11 点，苏宁员工自发捐款 250 多万元。

在推出公益频道的同时，苏宁还捐资为贫困地区的孩子修建校舍，建立集移动图书室、移动阅览室、移动电影院等功能于一体的梦想大巴车，扶持贫困地区体育文化建设，关注青少年足球运动发展，延续高管捐资助学等项目。

苏宁上线公益频道，实现了公益机构与互联网平台的双向联合，一方面可以动员更多的社会力量，大规模地解决社会问题，同时也推动着公益走向开放透明。2015 年，苏宁更多的公益行动正在继续。(苏宁)