

新闻热线:010—58884107
E-mail:angela@vip.sina.com

■主编 刘燕 副主编 李国敏 责编 陈杰

“超级基站”再显强大应急能力

□ 本报记者 刘燕



8月3日16时30分,云南省昭通市鲁甸县发生6.5级地震,中国移动第一时间启动抗震应急通信保障预案,当日17时左右,抢险团队、技术骨干携带应急通信物资赶往震中,而中国移动采用“光纤+卫星”通信双保险模式,可抗九级地震的超级基站,再次发挥了关键作用。

地震灾害对移动通信的毁损主要是中断电力供应和网络传输。“超级基站”最大的特点是采用了“光纤+卫星”的双保险,可在地面通信传输光缆中断等非常规情况下,自动切换到卫星通信模式,保障市民打电话和政府应急通信指挥的需求。

其次,超级基站的土建标准比当地设防烈度高一度,其相关基站和配套设备均满足工信部的抗震测试标准;抗震性基站的馈线通过改进、加固,大大提高了抗风、抗震等能力。

此外,抗震型超级基站配置大容量蓄电池和自启动油机,增强了蓄电池的供电能力,能够在断电、断网传输的情况下保障通信,进一步提升公众通信网络对突发事件的能力。

当基站遇到灾害被破坏时,启动油机将马上自动工作,使通信线路顺利切换到卫星通信上,如果油烧完了,发动机停止工作,电源将自动切换到大容量蓄电池上,这将使基站在紧急情况下坚持工作48个小时。

通常情况下,在大型灾害面前,48小时已经足够进行基站相关的抢修工作,多数运营商都能在10个小时内修复部分基站,保障基本通信需求。

据了解,云南全省建有82个超级基站,震区2个超级基站目前运行正常。

汶川特大地震后,中国移动全力推动网络防灾救灾能力的提升,力推“双节点、双平面、多路由”传输网架构,提升通信网络的抗风险能力。2009年5月8日,位于成都都江堰李冰幸福中学的“抗震型超级基站”开通,这是中国首个抗震型超级基站,可在9级地震烈度、12级台风以及百年一遇的冰雹灾害、洪灾发生时,保障通讯畅通。

2010年底,工信部要求三大运营商在省级公司建立应急通信单位,并提出了数量上的要求,中国移动被分到了“建六个应急通信局”的任务。2011年2月,中国移动领导班子为此召开集团决策会,决定在所有省移动公司都建立应急通信局,截至2011年年



底,中国移动已经完成全国各省公司应急通信局的组建工作。虽然建设一个超级基站的费用约是普通基站费用的3倍。

随后,中国移动决定在全国灾害发生可能性相对较高的地区,建设“超级基站”,通过给基站进行加固,增加油机设备、卫星通信设备,确保在突发性灾害出现时,解决通信孤岛问题。

据公开资料,除了在四川地震重灾区及龙门山地震带上的其他50个地区建50个超级基站外,中国移动陆续在全国建设超级基站数量至少已达1553个。

中国移动通过建设超级基站建立起一套“平战结合、天地一体、高效协同”的通信综合应急体系,在突发性灾害和通信需求时的强大应对能力让中国移动基层员工将其称为“定海神针”。

编者:

中国移动网络实施一级灾害响应

截至8月5日上午,中国移动在云南昭通震区有179个基站正常工作,其中,震中龙头山镇周边3个基站运行正常,2个超级基站已调通卫星电路,可基本保障灾区的抗震救灾需要。

截至目前,中国移动网络实施一级灾害响应,已累计派出应急通信车9辆,救灾车辆46辆,保障人员166人和126台便携油机到达救灾现场投入救援工作,并已协调四川、贵州、重庆、广西、湖南等部分省公司调集卫星车辆、便携卫星地面站以及卫星电话等相关资源,随时待命等待调遣。

中国移动现场救援工作人员表示,目前灾区的通信保障工作仍面临较大的困难与风险,由于目前灾区电力中断,道路不通,油料供应已日趋紧张困难。部分基站蓄电池电量已经耗尽,若油机及油料由于道路不通仍然无法送达,灾区部分基站将在油料耗尽面临退服风险。

一周快评

USB接口存安全隐患

近日,海外研究者发现USB接口存在安全隐患。

USB接口用于规范电脑与外部设备的连接和通讯。目前鼠标、键盘、充电等均使用USB接口,用途广泛。海外最新的研究表明,USB接口存在重大安全隐患,仅仅连接一下就有可能导致病毒入侵电脑。不仅如此,通过USB接口连接键盘和鼠标也能入侵电脑。不仅可以通过电脑入侵周边其他设备,也可以通过周边其他设备入侵电脑。对此,为防止信息丢失,用户应只将能够信赖的厂商制造的设备连接到自己的电脑上,并只将自己的设备连接到能够信任的电脑上。总之,要慎重使用USB接口。

看来,除了等待USB接口本身发生变化之外,似乎别无他法了。

我国上半年手机产量增速放缓

根据工信部日前发布数据显示,1—6月中国全行业生产手机8.46亿台,增长14.0%。这个数据相比2013年上半年的14.6亿部(增长23.2%)明显减少。

对于中国手机生产放缓的原因,业内人士分析主要原因有几个方面,首先手机市场呈现饱和状态,遭遇天花板。截至2014年6月30日,我国移动电话用户达到12.60亿户。而中国拥有1.2亿老人、2.2亿儿童,移动用户增长基本饱和。其次,4G手机还没有起来,3G手机已老了。我在国资委营改增的影响下,运营商三年减少营销成本400亿,3G补贴取消,4G补贴尚未明确,手机进入薄利时代。

不过,可喜的是,2014上半年电子信息产品进出口下降,而手机出口排名第一。随着欧洲、印度以及非洲市场的打开,中国越来越多的手机远销海外。据IDC发布2013年全球手机18亿部出货量测算,我国产量占全球出货量份额81.1%以上。据说,小米3在印度仅用了5秒钟便全部售罄。可见,中国互联网手机也能在国际市场逞能。

相信随着下半年4G手机的放量,我国手机产量数据将会变得好看些。

国产移动系统进中央机关政府采购

据中央政府采购网近日发布信息显示,在日前公布的2014年中央国家机关政府采购协议供货名单中,除了微软的Windows系统外,国产操作系统所占的比例明显增大,其中不少是首次入围。阿里巴巴集团旗下YunOS以唯一的移动操作系统的身份入围。

从中央政府采购网上看到,本次个人操作系统的名单中,有Decepin、SPGnuX、中标麒麟(NeoKylin)、中科方德、优麒麟、微软、阿里云、龙鑫等8家。其中阿里云的YunOS为移动操作系统。据了解,YunOS是阿里巴巴集团投资研发的移动操作系统,其应用类型兼容了Android应用和Web应用,于2012年商用之后,被用于智能手机和智能电视或机顶盒设备。通过移动互联网,YunOS将云端服务以一种友好的方式带到各种终端设备上,比如手机、电视、平板电脑、汽车等。

在入围描述中,YunOS被重点提及及安全性。“通过对系统从底向上层层加固,从机密性、完整性、可用性和抗抵赖性等多方面构建了完整的安全体系。”

“中央国家机关集中采购软件项目”是由中央国家机关政府采购中心组织的协议采购项目,是中国政府采购领域级别最高,覆盖面最广的采购项目之一,同时也是地方政府采购的风向标。

目前移动操作系统领域形成了iOS和Android两强割据的局面,YunOS是国内唯一一款独立系统。在经历“被锁门”以及iOS泄密争议的背景下,安全性成YunOS入围的关键。

预售才是众筹的未来

□ 陈杰

互联网金融方兴未艾,其模式之一的众筹却已活跃多年,然而随着项目跳票、延长众筹期限等种种风险的出现,众筹早已不是当初简单的一群理想主义者合力改变生活方式的游戏。虽然众筹类网站即将面临着行业洗牌,但也不乏排队等候进入的团队。当然,有进就会有出,众筹行业翘楚的点名时间此时却喊出“告别众筹”的口号!

说是告别众筹,其实也不完全是,这不过是点名时间的转型之策。智能硬件众筹项目做得顺风顺水的点名时间转型做更象电商的“智能硬件首发预售平台”,理由很简单:对于智能硬件项目这类回报型众筹项目而言,预售才是未来的发展方向。

从2013年起,各厂商的热炒让智能硬件一下子就成为站在风口上的猪了,然而随着WiFi、APP功能硬件如雨后春笋般冒出,各智能硬件最为缺少的是竞争的壁垒,功能同质化、大数据悖论、动力服务误区……所有的一切都不过是在为消费者画饼充饥罢了。当然,随着这些现象级的产品被从智能手机中清除出去,智能硬件也逐渐从“失控”走到“理性”。

全链条封杀恶意软件

中国移动近日推出服务承诺,持续开展恶意扣费软件日常监测,对于发现的恶意扣费软件,第一时间封堵、关停,并公开警示;多渠道受理客户关于恶意扣费的举报,100%查证和回复,对因恶意软件而被扣信息或功能费的,全部予以退还,对违规合作方严厉处罚和公示。

随着移动互联网、智能终端的快速发展,不法分子花样翻新,伪基站、手机恶意软件、电信诈骗等越来越多的诈骗手法出现在手机中。

数据显示,截至2014年6月,中国移动共处置恶意软件导致不知情定制投诉8600余件,封堵恶意软件控制端5000余个,查处违规合作伙伴124家,发布客户预警30期,有效降低了恶意软件的危害,保护了客户的权益。

面对花样百出的手机恶意软件,中国移动聚焦建立了“重点监测、全国受理、集中研判、集中处置”的手机恶意软件集中治理工作体系,为手机安全保驾护航。首先,建立监控系统,开展恶意软件监测。中国移动建立了全国手机恶意软件监控系统,开展各类手机恶意软件的监测;同时建立专门的研判团队,开展常态化的集中研判和集中处置,实现对全网手机恶意软件传播态势的有效监控。

其次,完善工作机制,有序推进恶意软件治理。建立恶意软件常态化监测处置工作机制,开展恶意软件类不知情定制投诉核查处置工作,开展定制终端预装

虽然“理性”了,但智能硬件更多的还是停留在噱头上,如果按照传统电商的零售思维,智能硬件在初期就应该比拼渠道,开天猫店、京东店等到处给渠道供货。如果按照互联网的流量思维,创业团队就该投百度竞价、买导航位置、群发邮件和短信等几个流量入口布局……结果统统不是,点名时间以成功的智能硬件众筹经验来判断,智能硬件只适合首发预售模式。

2011年点名时间开始做全品类众筹,在26个月的时间里项目数755个,平均筹资金额13460元。当其在2013年10月转型到智能硬件首发平台后,10个月平均金额达到82092元,是过去26个月的6倍。以此来对比了BAT做硬件的逻辑:京东做硬件的逻辑,是借助渠道优势,从消费领域切入。腾讯做硬件的逻辑,是靠微信接入,加入社交基因。BAT们做智能硬件以为有流量和渠道就够了,但从数据上来看,在智能硬件项目数上,点名时间是京东众筹的20倍,是淘宝众筹的9倍。在硬件项目最高纪录上,点名时间的K小智能插座项目高达170万,而京东众筹是120万的空气净化器,淘宝众筹是100万

的智能健康秤。从10万以上的项目数上,点名时间

有57个项目,京东众筹是3个,淘宝众筹是9个。显然,“大流量、强渠道”对智能硬件来说,不是衡量成败的标准。

首发预售的优势则在于对团队的尊重,哪怕是一个很小微创新的智能产品,首发预售都能给他们“秀”一把,对于至关重要的智能硬件产品用户体验,首发预售平台可以助团队更好地把控,这也是传统电商平台很难做好的。同时,首发预售解决了众筹模式没办法从字面上了解消费者是来投资、参与还是纯购买的问题。首发预售平台则充分利用有限的首发预售期,让渠道商家获得3—5折的市场价,让早期用户用5—7折抢先体验口碑扩散,让所有参与预售的用户都变成团队的粉丝,从而让这一智能硬件项目获得成功。

首发预售平台不能只想着赚创业团队的钱,要做的是把资源共享给合作伙伴,在产品正式上市之前,用首发预售这一“全民参与”的平台来让供应链、渠道、用户打开“三方共赢”的局面。

IT江湖

软件安全检测。

此外,中国移动对违规的不良合作方坚决采取诸如业务下线、不当获利退还用户、终止合作关系、纳入黑名单等处罚措施;同时持续提升业务管控能力,对收入和流量异动合作方开展重点监控、核查,使用二次确认、安全插件等增强型技术手段降低恶意软件入侵风险。

在客户服务方面,中国移动通过向客户发布手机恶意软件预警信息,加强社会宣传,提示客户提高警惕,帮助客户加强防范。并组织研发推出了“移动手机卫士”和“手机安全先锋”等终端安全软件,免费向用户提供终端杀毒服务,结合已经部署的网络恶意软件监测系统,实现恶意程序查杀的“云”“端”联动治理。

移动安全专家提醒,“智能手机用户不要轻易打开手机接收到的陌生号码发送的信息或链接,勿下载安装任何来历不明的软件,并建议从中国移动MM应用商城(http://mm.10086.cn)等可信安全渠道

门、负责开发工具及平台的DPE部门以及微软中国的市场部等多个部门,都参与到了中国版Cortana项目的研发当中。同时微软(亚洲)互联网工程院还实时与位于雷德蒙德的研发团队紧密沟通,不断的反馈和调整中国版Cortana的开发细节。

基于必须技术的Cortana不仅可以帮助用户进行日程安排,还可以回答诸如“中国版Cortana与全球版本类似,但微软对其进行了全面的定制化,让“小娜”成为最适合中国市场的个人智能助理。除中文语音和自然语言支持,各种实用信息的来源也被替换为中国本地内容,并进行了优化。此外,还有很多专为中国版Cortana开发的功能,包括提供天气更新的时候显示空气质量指数,提供限行信息,帮助用户追踪本地明星,以及利用必应词典帮助用户学英语等功能。(安吉)

阿里多渠道发动爱心捐助

8月4日,阿里巴巴集团宣布向罹受6.5级地震灾难的云南省昭通市鲁甸县灾区人民捐赠500万元。为救灾款项能够更快抵达灾区,阿里巴巴捐赠的500万元善款将直接交给云南省民政厅。4日中午,淘宝公益基金决定追加拨付100万元人道救助款用于灾区救助工作。

除阿里巴巴集团的500万元及淘宝公益基金的100万善款外,阿里各大业务部门启动各种渠道资源,通过平台汇聚网友的力量,为灾区捐款出力。截至4日下午3点,阿里巴巴及其关联公司各平台募集的网友捐款总额已经超过140万元。8月3日晚23点,云南鲁甸地震发生7小时后,手机客户端“支付宝钱包”紧急上线爱心捐助通道“云南鲁甸 有你就有力量”。目前,支付宝与中国扶贫基金会、壹基金、中国社会福利基金会等公益组织进行了合作,通过“支付宝钱包”和支付宝PC端网站的捐赠入口,爱心人士可以向灾区实行捐助。4日早上8点,仅通过中国扶贫基金会捐助通道向地震灾区发起的捐款就已经达到10万元。截至下午15:00,来自PC端和手机支付宝钱包的捐助总额超过80万元。

4日凌晨6点,淘宝网在震后不到14个小时紧急上线爱心募捐平台——“救在第一刻”,联合爱德基金会,中国扶贫基金会、壹基金三家公益机构,为云南受灾地区募集爱心善款。截至4日15点,上线仅仅9个小时的淘宝爱心募捐平台已经收到来自淘宝网网友的累计25809笔捐款,募集善款总计超过了60万元。

与此同时,阿里巴巴智能家居产品天猫魔盒则在 its 首屏上线了鲁甸地震的专题,汇聚云南地震官方最新资讯并随时滚动更新播出;同时支付宝专项捐赠的二维码放置在专题下方,方便魔盒用户通过手机扫码进行实时捐赠。(陈杰)

乐视网深耕粉丝经济

8月1日,作为“第一电影营销平台”的乐视网举办了“杰森·斯坦森中国行——硬汉本色 乐视网有约”活动。现场,杰森被授予“第一硬汉”称号。而乐视网电影频道也通过“产品经理思维”,以及基于乐视生态垂直产业链整合,打造电影产业新模式。

从现场的布置来看,这不仅仅是一次与国际巨星、实力派硬汉的亲密接触,更是乐视整合乐视生态旗下的全产业链为广大朋友们打造的一次体验式聚会。乐视有效整合资源、充分利用行业中独有的垂直整合的“平台+内容+终端+应用”的乐视生态系统给予未来无限可能。配合完整的布局,颠覆行业的发展速度,全程直达用户的运营理念,乐视要做的就是改变过去互联网的游戏规则,一站式满足人们对互联网生活的多元化需求。也正是基于乐视生态垂直整合产业链的优势才促成了乐视与好莱坞顶级动作巨星杰森·斯坦森的这次合作。

《敢死队3》从投资到发行,从院线到互联网,现在又进行深度的内容开发,将与内容强关联的衍生品和游戏带给广大受众,并且最强劲的是把好莱坞巨星“杰森·斯坦森”请来与广大粉丝紧密约会,让整个电影内容真正的融入到电影受众中去。《敢死队》系列电影到中国电影积累了大量的粉丝群体,乐视做的不仅仅是把他引进播出,更是把粉丝群体深度经营。(陈杰)

七夕节电商揽客出奇招

情人节有玫瑰和巧克力,七夕节电商怎么玩?当当网推出的“情倡情趣内衣专场”让大家看清了电商七夕节促销方向,电商希望借助七夕节“从内到外”推动女性消费。8月1日,根据独立购物搜索引擎门户网站帮5买提供的监测数据显示,七夕节期间,电商女性商品降价数量提高了13%,其中内衣类商品降价数量提高了3%,化妆品类商品降价数量提高了10%。

从电商流量分布来看这些女性用品促销力度较大的网站,也获得了较多的流量。京东商城七夕女性专题,不但有鲜花速递,还有配饰和女鞋;唯品会依托自身优势重点推荐了特价化妆品;1号店整合了特价日化商品专场。这些重点关注女性市场的电商,七夕节的流量排名都非常靠前,仅次于淘宝和天猫。以3C、数码产品为主力促销品的电商排名相对靠后。(科文)

“中国”域名实现搜索引擎收录

近日, CNNIC 与奇虎科技有限公司达成战略合作,完成了360搜索引擎对“中国”域名的收录及前台显示功能,并已正式上线投入使用。据介绍,360搜索引擎已经收录2013年8月31日之前已注册启用的“中国”域名,已启用“中国”域名的网站在360搜索引擎中的搜索排名和竞争优势都有所提升,此举将极大地改善“中国”域名的应用环境。

“中国”域名是在互联网上标识中国的中文顶级域名,使用中文来作为企业的网站名称,符合中国人的语言习惯,可满足全球华人弘扬品牌和快捷获取资讯的需求,帮助企业更好地参与互联网竞争。在本次战略合作后,当用户通过360搜索引擎对“中国”域名进行搜索时,比如在搜索框中输入“花王·中国”,在搜索结果中,就会出现“花王·中国”官方网站的相关信息,排名置顶,过滤了很多混杂的网站信息。用户依靠对母语的熟悉,会很容易地找到目标网站,也不用担心搜到钓鱼网站而存在安全隐患。

CNNIC域名专家指出,“中国”域名易懂易记,符合中文用户的使用习惯,此次“中国”域名在搜索引擎上实现收录与优先显示,能帮助“中国”域名网站增加访问量和推广效果,这是其作为我国首个纯中文顶级域名在应用环境改善方面的一大突破,“中国”域名实用价值陡增,相关网站的推广效果也能得到保障。

“中国”域名入根(写入全球域名系统)以来,其应用环境逐年改善。在输入法、浏览器、导航网站方面,支持“中国”域名展示工作均获得了实质性进展,此次得到360搜索的收录意味着“中国”域名应用环境的全面改善,“中国”域名网站可以更加便捷无碍地访问到。相信随着应用合作的推进,会有更多互联网相关机构、企业在其产品与服务中支持“中国”域名,使“中国”域名作为中华文化的互联网象征为更多的中文用户熟知、喜爱、使用。(陈杰)