

“实名制”是道技术堤坝,支撑它的基石,是整个社会的信用体系和监管环节的建立

史上最严电话入网身份登记制度实施

□ 本报记者 刘 燕



业界快评

微软收购诺基亚手机业务

7月3日,微软宣布收购诺基亚手机业务,以及大批专利组合。微软将以37.9亿欧元收购诺基亚的设备与服务部门,同时以16.5亿欧元收购其专利组合,共计54.4亿欧元,约折合71.7亿美元。

上述金额将全部通过现金支付。诺基亚预计,将因此项交易获利约32亿欧元。2012年,诺基亚计划出售的这部分业务带来了149亿欧元的营收,占该公司总营收的约50%。作为交易的一部分,诺基亚将向微软提供10年期非排他性专利授权。微软同时将向诺基亚提供与位置技术相关的专利授权。微软未来有权延长这一专利合作。微软同时也将获得诺基亚Here平台的授权,并成为诺基亚Here业务最大的客户,基于独立的授权协议付费。

本次收购完成后,诺基亚的设备与服务部门将被微软纳入囊中。目前,诺基亚主要拥有设备与服务、Here地图和网络设备三大业务部门,而设备与服务部门主要负责手机业务。值得注意的是,即使成为微软的一部分,“诺基亚”品牌仍将得以保留。根据协议,微软将收购诺基亚的智能设备业务部门,包括“Lumia”品牌和产品,以及诺基亚的手机业务部门,包括诺基亚功能机和Asha系列手机。

微软收购诺基亚手机业务并不出人意料,意外的是价格如此之低,而有了诺基亚这一硬件巨头的支持,微软Windows Phone的生态环境或将得到改善。

惠普中国设新职迎老将

日前,惠普设立了一个全新的职位——“惠普中国区董事长”,只为迎接一位年近古稀的老将——69岁的毛渝南。

惠普中国设立的历史上从未有过的新职位。不仅如此,毛渝南未来的工作也将绕开惠普亚太区,直接向一年之内三次访华的惠普公司总裁兼CEO惠特曼汇报。

有着40多年电信和信息产业从业经历的毛渝南,曾在台湾被誉为“电信教父”。他曾以62岁高龄被邀请出任,在3Com公司在纳斯达克濒临退市危机时使其起死回生、市值飙升4倍。现在,他再次被业绩不断下滑的惠普邀请出任。

对于已快病入膏肓的惠普,顶着台湾“电信教父”光环的毛渝南能否为其带来好运还有待观察。

全球首款3D打印传真机将问世

近日,众筹网站Kickstarter上的一个新项目,有可能会催生全球第一款全能3D一体机,该款机器不仅可以扫描、复印、打印3D物体,甚至可以传真3D物体。这款名为“宙斯”(Zeus)的3D打印传真机由AIO Robotics公司出品,配有一个7英寸的触摸屏,以及4个极易操作的按钮。“宙斯”是一台独立设备,不必与台式机相连即可使用。所以,下次当你需要一把锤子时,可以直接扫描邻居家的锤子,或者让他们给你传真过来。

3D打印机的价格越来越低。MakerBot最近就发布了名为Replicator 2的3D打印机,并且通过美国的众筹部分微软旗舰店销售,价格仅为2549美元。然而,这些机器只能打印3D物体,而“宙斯”除了3D打印外,还兼具3D扫描、复印和传真功能。

在3D打印已屡见不鲜之时,千里传物或将成为现实。

手机信息安全需重视

近日有消息称,韩国工信部推出了一项法案,要求在8月20日至2014年第二季度期间生产的国产手机安装“毁灭开关”,一旦被激活,用户可以选择远程毁灭开关,以免个人信息泄露。

而国内近来一起手机盗窃案也引人深思。有人偷手机为卖钱,有的偷来自己用,有人却只为偷窥隐私。近日,杭州有两名小偷疯狂作案,连偷18部手机,只为偷窥手机内机主的聊天记录,自称“特别的刺激”。专家指出,这再次给人们敲响安全警钟:手机承载的个人信息越来越多,手机一旦丢失,该如何保护自己的隐私安全?据了解,关于手机被盗、保护隐私的问题,业内已经非常重视。事实上在中国,手机用户可以通过安装360手机卫士等APP为手机防盗,尤其可以通过预先设置的手机号码发送一条指令短信到被盗手机,从而远程将被盗手机中的联系人、通话记录、短信、彩信和存储卡数据及时删除,以此保护个人隐私不外泄。并且即使删除手机内隐私信息,用户也不必担心有云安全功能,就如360手机卫士和360云盘已经安全打通,用户可以直接将手机内联系人、短信、通话记录、图片、音乐、视频、软件等重要信息备份到云端,即便手机内数据被删除,也能快速连接云盘查看。

用户信息的安全已成为当前移动终端较为突出的问题,当然也是各安全厂商的商机所在。

9月1日,中国三家电信运营商开始正式实施最为严格的电话入网实名登记制度。工业和信息化部为此出台的两项管理新规,标志着国家在推进电话实名制的同时,将个人信息保护提升到了新的高度。

实名制三年仍有20%用户未登记

三大电信运营商已在全国范围内强制实施电话用户实名登记,未激活的号卡如未进行实名登记,将无法激活及使用服务。

电话用户真实身份信息登记根据《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决议》及工业和信息化部发布的《电信和互联网用户个人信息保护规定》、《电话用户真实身份信息登记规定》的要求开展,目的是为保护广大用户的合法权益,加强网络信息保护和用户个人信息安全,遏制网络信息违法行为。

电话用户真实身份信息登记的具体内容包括:用户在电信运营商各类营业网点(含实体营业厅、网上营业厅、授权代理网点等)办理固定电话装机、移机、过户,移动电话(含无线上网卡)开户、过户等入网手续,在与运营商签订协议或运营商确认提供服务时,须出示本人有效证件原件,提供真实身份信息,运营商将按相关要求对信息进行登记;委托他人办理时,受托人须出示用户和受托人的有效证件原件,并提供用户和受托人的真实身份信息。

其实,早在2010年9月1日,手机实名制就开始按工信部的规定在国内正式实施,但进展并不顺利。工信部当时要求,手机用户实名登记工作分两个阶段实施。第一阶段从2010年9月1日起,全面实行新增手机用户的实名登记;第二阶段以手机用户实名登记相关法律法规出台为依据,用三年时间做好老用户的补登记工作。

上述手机实名制推行3年来,在正规的电信运营商营业厅得到了有效落实,但在非电信运营商渠道如代理销售点、街边报刊亭等则很少要求用户提供身份证明,造成手机实名制形同虚设。据工信部数据,截至今年3月,我国电话用户已达14.5亿户,约有2.8亿电话用户还没实名登记,占总用户的20%,这些用户主要是预付费的移动电话用户。

比起三年前,此次《规定》实名制不仅限于手机用户,还包括固定电话、无线上网卡等几乎全部电话和网络通信设备。《规定》侧重在电话实名登记后用户信息安全的保障,并首次明确泄露、篡改、出售用户个人信息将得到的处罚。还首次提出对不实施、不配合的电信经营者进行行政处罚。

《规定》要求,电信运营商要主动实施新用户入网实名登记,并每年组织一次对电话实名制实施的自我检查,不配合电信管理机构检查的,将处1万元以上3万元以下罚款。

实名制的难点就是各类社会营销渠道的规范管理,那些街边小店、报摊卖卡号的或许将就此退出市场。

个人信息保护面临新考验

手机真实身份信息登记是落实网络信息真实身份信息登记的关键,有助于建设社会信用体系,维护客户权益,对遏制垃圾短信和电信诈骗具有重大意义。与此同时,电话实名制的全面推行,让个人信息保护再次面临考验。

腾讯移动安全实验室此前发布的《2013年上半年手机安全报告》显示,腾讯手机管家今年上半年受理用户主动举报垃圾骚扰短信达到3.56亿条,已大大超过去年全年用户总举报数的3.06亿条,其中广告类占93.47%,违法宣传类占3.04%,诈骗类占2.02%。

工信部、三大电信运营商曾多次表示,严厉打击和防范垃圾短信,但整治近10年,垃圾短信却越打越多,甚至成为令人困惑的“社会顽疾”,各种垃圾短信令人不胜其扰。对于频繁被推送的垃圾短信,移动、电信、联通三大运营商除了客户举报,设置黑名单外,似乎再无其他更好的办法。

个人信息泄露无处不在,防不胜防,消费者,很难知道自己的信息是在什么时间、地点、以什么

方式、被谁泄露的,直接导致举证难、维权难。虽然工信部专门出台了《电信和互联网用户个人信息保护规定》,但目前有近40部法律、30余部法规,以及近200部规章涉及个人信息保护,包括规范互联网信息规定、医疗信息规定,个人信用管理办法等,都无法真正约束个人信息泄露。

电信专家付亮说:“实名制能提高诈骗、犯罪行为成本,但更严格的银行实名制都没解决的问题,手机实名也不会根绝,警方加强严打是关键。”

有专家表示,监管部门应明确对于垃圾短信的投诉和惩罚机制;运营商应强化对垃圾短信甄别拦截;用户则需及时投诉;工商、公安等其他部门也要予以积极配合,形成良好的治理氛围。如何做到通信监管和隐私保护相得益彰,发挥实名制控垃圾短信、遏制诈骗、便利个性化服务的初衷,需要各界共同努力。

记者8月26日在中国移动通信集团公司官方网站上就看到《关于全面开展电话用户真实身份信息登记工作的公告》。对大众所关心的实名制后的个人信息安全问题,中国移动相关负责人表示,中国移动各级公司将严格落实《电信和互联网用户个人信息保护规定》要求,从完善制度、健全技术手段、提高全员意识等多方面入手,切实保护用户信息安全。中国移动已制定“五条禁令”,部署“金库模式”,对于涉及用户敏感信息的关键操作,采取“关键操作、多人完成、分权制衡”的原则,实现操作与授权分离,建立客户信息常态化保护体系。

移动社交进入混战期

□ 陈 杰

最近移动IM市场新闻不断,先有中国电信携手网易高调推出“易信”,新浪在微博进入瓶颈期后也悄然的推出“微米”,而在移动互联网领域不断布局的阿里巴巴也开始重资推广其IM产品“来往”。

然而,目前这一市场上还是微信一家独大。微信拥有公司和QQ多年来积累的优势,同时依靠摇一摇、附近的人等陌生人社交的功能打败了早期的同类产品。不过在陌生人社交的新鲜感失去以后,移动社交平台开始回归到熟人时代,这也是“来往”、“易信”等以通讯录匹配作为好友主要来源的新产品近期增长势头强劲的原因。

虽然微信是一家独大,但也并不是没有任何机会。

当初,微信通过“附近的人”功能击败了众多同类产品,让用户大规模转移到微信平台,随后

的“摇一摇”、“扫一扫”、“朋友圈”和“微信平台”等功能更是让熟人间的黏滞性保证了微信本身的用户基本黏度。然而,除了朋友圈关系之外,微信其他的功能都不能阻挡用户转移使用其他应用。当然,随着微信5.0打通支付功能并植入游戏产品,其商业化进程还是吸引了众多的眼球,但除了打飞机外缺乏亮点的新功能模块,另外微信表情收费也让用户纠结。

很显然,强大的微信不是没有弱点,关键是得有挑战它的勇气。背后有强大的运营商支持的易信不缺乏挑战的勇气,而阿里巴巴集团CEO陆兆禧的一份内部邮件将一直低调的移动社交平台“来往”推上台前,10万元的现金奖励不仅是一种激励,更是一个挑战信号。尽管并未像电信和网易联手“易信”一样公开叫板,但“来往”还是被外界同样视为微信的新对手。

当然,仅有以小博大的勇气还不够,产品能

否吸引用户才是关键。对于后来者而言,面对微信强大的压力,差异化的特色应用才是机会所在。如同当初的主打“约炮神器”的陌陌就是很好的先例。于是乎,“易信”主推流量免费,“来往”主推图片免费、隐私保护,新浪“微米”则主推阅后即焚等特色功能。当然,指望来往、易信、微米等能够一下子就颠覆微信并不太现实。但这些后来者们只要打出自己的差异化特色来聚拢不同特点的用户,这种颠覆也不是没有可能性。

在移动互联网“入口”争夺异常激烈的当前,互联网巨头间围绕移动互联网社交的扩军备战已经打响,微信这份强大的局面将成为过往,未来不短的时间内,国内移动IM市场将进入混战期。

IT 江湖

APNIC会议聚焦亚太互联网发展

8月26日,由中国互联网络信息中心(CNNIC)承办的亚太互联网络信息中心(APNIC)第36次会议在西安举行。来自ICANN/互联网名称与数字地址分配机构、APNIC、ITU(国际电信联盟)等互联网机构、中国科学院、国内互联网等各界专家、行业精英以及APNIC会员代表200余人齐聚一堂,就影响亚太互联网发展的技术与政策等问题进行全面的讨论,广受关注的IPv6相关的技术、部署经验也成为此次大会的热议核心之一。本次APNIC会议是第二次在中国大陆举办,中国在亚太乃至世界互联网社群中的影响力正在逐渐增强。

从1993年到2013年,APNIC成立20周年。从使用简陋的设备为成员单位分配地址的第一个十年,到在技术上逐渐加强,基础设施逐渐完善,并延伸进入新领域的第二个十年,APNIC已经成为推动亚太地区互联网整体发展的重要力

量。APNIC会议是所有亚太成员在政策讨论、互联网发展、技术研究、经验分享等方面“共同进步、协同发展”的重要会议。在亚太地区经济与互联网快速发展的前提下,依赖互联网来开展业务和社交等活动的人、企业和经济体比以往任何时候都要多,APNIC总裁Paul Wilson在开幕式上提到“本地区的微信不是没有弱点,关键是得有挑战它的勇气。背后有强大的运营商支持的易信不缺乏挑战的勇气,而阿里巴巴集团CEO陆兆禧的一份内部邮件将一直低调的移动社交平台‘来往’推上台前,10万元的现金奖励不仅是一种激励,更是一个挑战信号。尽管并未像电信和网易联手‘易信’一样公开叫板,但‘来往’还是被外界同样视为微信的新对手。当然,仅有以小博大的勇气还不够,产品能

进行交流,学习IPv6部署经验和高新技术。” IPv6已经成为当前互联网发展最重要的基础资源,无论是云计算、物联网还是移动互联网都离不开IPv6的实施与部署。但IPv6的最终用户使用率在不同经济体中的表现是千差万别的。APNIC首席科学家Geoff Huston在回顾过去一年IPv6的变化时指出,亚太地区IPv6的部署并不是同时、同步启动的,同时他还希望行业参与者要更加主动地推进部署和应用。据了解,我国在IPv6一致性测试、IPv4/IPv6转换与互通、IPv6网络管理、支持IPv6的有线与无线接入、支持IPv6的内容分发等方面,均取得了一批重要研究成果,为推动基于CNGI的示范应用和产业化发展作出了贡献,本次APNIC大会也将对我国IPv6从研究试点走向规模化商用大有裨益。此外,APNIC第36次会议还就会员服务、IP地址政策、网络安全等议题进行广泛的讨论。(陈杰)

华为融合战略下首款高端存储产品亮相

“全球第一款基于全闪存设计、最高性能、最低时延的高端存储OceanStor 18800F。这是继去年9月华为高端存储横空出世之后,又一重磅级发布。”

这是在号称万人规模的2013华为云计算大会(HCC HCC)上,华为发布这款存储产品时的自我描述。

OceanStor 18800F基于全闪存设计,实现百万IOPS(基于标准的测试模型),微秒级稳定低时延,是全球速度最快、唯一能提供微秒级响应的高端存储。同时实现“0”硬盘故障,是业界第一款消除硬盘故障的高端存储。

“作为全球第一家,也是唯一一家同时自研高端存储系统、固态硬盘及固态硬盘控制器的厂商,华为非常强调存储系统与闪存的融合”。华为存储产品线总裁范瑞瑞表示,OceanStor 18800F与现有的存储系统来说,是“根本上不同的”,它是融合型固态硬盘存储,在高端存储领域首先应用全闪存技术。

这款产品是华为最新“融合”战略理念下的产品。华为本届大会的最大亮点就是推出“Fusion”(融合)战略,通过计算、存储、网络、虚拟化、数据中心等技术创新和融合,采用开放架构与第三方系统融合,实现精简部署、精简运维和精简管理,快速满足不断变化的业务需求,提升企业效率,进而实现“敏捷通道”。(安吉)

《中国信息社会测评报告2013》发布

8月30日,《冲出迷雾:中国信息社会测评报告2013》在京发布,这是国家信息中心继2010年后第二次发布关于信息社会发展水平的定量测评报告。报告显示,我国信息社会发展水平显著提高,2012年信息社会指数(ISI)达到0.3391,比2010年提高了17%,仍处于从工业社会向信息社会过渡的加速转型期。

报告认为,信息社会是以信息活动为基础的新型社会形态和社会发展阶段。报告根据信息社会的知识型经济、网络化社会、数字化生活、服务型政府四个基本特征,构建了测算信息社会发展水平的指标体系。报告对全国31个省(市、自治区)的信息社会发展水平进行了测算。北京、上海、天津、浙江、广东、江苏、福建信息社会指数都在0.5以上,处于全国领先水平。(陈杰)

浪潮承建全国首个省级肉菜追溯平台

海南是我国北方冬春季节蔬菜水果的重要供应基地,借助云计算、物联网等信息化手段,由浪潮集团承建的海南省内肉类蔬菜流通追溯平台9月1日启动。这是我国首个省级肉菜追溯平台,建成后将实现各市县的联网,省一级数据平台能够实现全省范围内原产地肉类的追溯。

肉类追溯追溯系统为每一样农产品办了一张“身份证”,以老百姓从超市里买来的一块猪肉为例,可以通过多种方式了解这块猪肉的“前世今生”;通过销售小票上的追溯码查询,即可得知这块猪肉来源、屠宰、检验检疫、物流、销售等各个环节的详细信息,是否使用瘦肉精、产地来自哪里一目了然;另外,老百姓也可通过短信、电话热线、网络在线、智能手机客户端等方式查询。一旦出现食品安全隐患,监管部门能根据相关信息迅速找到生产负责人,有效增加了政府监管市场的手段,提升了政府监管市场的水平。不仅如此,该系统能实现数据同步共享,流通公共信息服务平台与商务部中央平台、企业信息系统有效对接,实现数据自动传输、跨地区追溯。

据了解,海南省计划在三年内,建成覆盖全省19个市、县和洋浦开发区26家生猪定点屠宰厂、4个瓜果批发市场、110个城区标准化农贸市场,约70个肉类超市以及约1000个重点团体消费单位的肉类流通追溯体系。在时机成熟时,延伸追溯链条,从肉类流通环节扩展到生猪养殖、蔬菜生产环节,以及覆盖全省所有标准化农贸市场、团体消费单位。

浪潮是中国领先的云计算整体解决方案服务商,在食品安全云解决方案中,浪潮逐步形成以食品为链条的全程追溯体系方案和以责任人为链条的责任监管体系方案,先后承接了兰州、济南、潍坊等地的肉类蔬菜流通追溯体系建设。(安吉)

乐语通讯稳居居通社会渠道榜首

近日,联通公司公布了其上半年各社会渠道3G终端合约用户的发展数量。在2012年高居联通社会渠道榜首后,今年上半年,乐语通讯以发展合约用户70万的数量继续领跑联通社会渠道。

“我们很满意这样的业绩数据,这不仅仅是消费者对于乐语3G业务推广能力的认可,最重要的一点,说明我们的零售门店已经形成了3G时代独特的核心竞争力。”乐语通讯高级副总裁赵健表示,“3G正在改变生活,那3G手机和3G业务的精髓将一定是应用和服务,传统的手机零售店的经营模式已经无法满足消费者对于专业服务的需求。”

乐语在行业内率先实现了“从产品到服务、从销售到运营”的战略转型过程,重新定义了零售门店“帮助每一位顾客使用好3G”的使命,培养每位店员“3G销售顾问”的专业素养和能力。乐语创立的零售门店3G业务六要素管理体系——布局陈列、销售流程、产品组织、客户管理、市场营销、组织架构——已经成为零售连锁行业的“宝典”,在行业内得到广泛的应用和推广。

除了手机,乐语的零售店里还提供了智能机必备的移动电源、耳机、保护壳等周边产品,甚至还有与手机匹配的计步器、体重秤、血压仪等智慧健康产品。乐语定义的“手机+周边产品+运营商业务+增值业务+乐语服务”的无线互联产品线能够一站式解决消费者关于移动通讯的所有需求。

在乐语的所有店面内都将运营商的业务实现了标准的可视化陈列,实现了真机体验的销售方式,让顾客自由的体验智能机和3G网络的便捷与快乐,有效的挖掘了顾客的消费需求;销售顾问会根据顾客进店的需求不同,推荐不同的合约和套餐,达到帮助顾客省事省钱的目的;同时,门店的营销活动也调整为基于周边产品、合约、数据业务的促销组合,门店的会员管理也会围绕合约用户的整个生命周期系统的展开。所有的门店店员都要接受乐语学院的系统化培训,成为精通3G产品的销售顾问。

目前,乐语通讯在全国拥有2000余家门店,覆盖26个省份230个城市,18000余人一线营销团队,自2003年创立至今已成为国内领先的通讯连锁企业。乐语通讯创新推出的无线互联五大产品线让消费者在乐语门店一站式解决了手机的所有问题。(杰闻)