



通讯数码周刊

Digital Weekly



欢迎关注
数码周刊订阅号

B1-B4

2015.2.11

总第455期 今日4版 每周三出版
新闻热线 64101903
执行主编 吴辰光

B2 微信祭封杀大旗捍卫领地

微信频频掷出动作，加强了对第三方平台违规行为的整治力度，甚至不惜动用封杀利器，同时对自身生态及平台优化与改善，稳步迈向商业化，将手中的庞大用户基数变现，一场进击与防卫的战斗已然打响。

B3 HTC战略转型效果甚微

当苹果豪取180亿美元利润之时，HTC却交出了一份净利少得可怜的成绩单。日前，HTC公布去年四季度财报，净利润仅5亿元新台币（约合1588万美元），与上年同期相比也下跌20%。

B4 网民安全感刚过及格线

面对“丛林”般的互联网世界，网民的安全感指数能有多高呢？近日，腾讯安全联手中国人民大学共同发布的《2014年度互联网安全报告》给出了答案，目前社会民众对互联网安全的感知整体只算及格水平。

微信的攻防战

正所谓树大招风，当互联网行业里早已成常态的屏蔽手段被坐拥7亿多用户体量的微信频频使用时，自然掀起一阵不小的风浪。近日来，腾讯微信封杀了阿里巴巴系多款App的分享接入，这背后自然是两大互联网巨头的角力升级，不过聚焦微信自身，无论从屏蔽第三方接入，还是从自家产品接入来看，腾讯实则在进行着一场攻击与防卫招式兼备、开放平台与生态闭环互存的微信平台平衡战。

“近期微信平台收到的用户举报显示，很大一部分涉及假货售卖、虚假红包、欺诈等违规行为的源头都来自于少数第三方平台链接分享。为保护用户的权益，从源头上避免相关风险，微信公众平台近期将对违规的第三方平台行为逐步整治。”腾讯向北京商报记者发出的官方声明如是表示。

针对微信的出手，大多被封杀的应用软件，如快的打车、网易云音乐等，纷纷指责微信“不公平”，其给出的理由主要表现在，这些被封杀的应用与腾讯自身的相关业务存在直接的竞争关系，认为腾讯此举是为了扶持自家产品成长，刻意为竞争对手设置障碍，因此很难说“理直气壮”。

中国互联网协会研究中心秘书长胡钢指出，从法律层面上讲，互联网企业确实有权针对自身产品运营制定具体的运行规则，这是生态闭环中的重要部分。作为大平台的微信，一方面在不断扩建自己的生态体系，另一方面对生态内各参与力量的行为又有监督与管理的责任。

除了生态体系外对第三方应用的管理，微信自身在腾讯帝国内部也进行着一场攻防战。攻击是指微信需要打造一个完整的生态闭环，集合广大的应用内容开发者，而防卫则是指微信在接入自身产品及第三方产品时又显得谨小慎微，把握商业化与用户体验的平衡。

一位接近腾讯的知情人士告诉北京商报记者：“盈利与用户体验之间的平衡把握不得不是很头疼的事情。拿前不久推出的微信朋友圈广告来说，前期投放的少数几个大品牌，用户褒贬不一，最初用户会抱着好玩儿的心态，但长此以往，尤其是商业内容的点赞数量大幅增长，会影响到用户的体验，因此微信在这方面的步子也迈得小心翼翼。”

不得不说，微信的这场攻防战绝不是轻松省力的事儿，不仅在行业内会引来同行业对手的指责，而且自身也如履薄冰。

北京商报记者 吴辰光 曲忠芳
(详见B2版)