

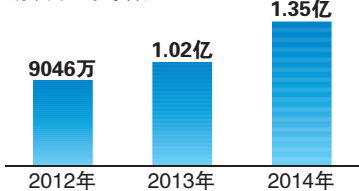
数·读

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,报告认为,目前社会民众对互联网安全的感知整体是正性的,整体社会安全感处于正能量的水平,但这只算是及格水平。下面就介绍一些困扰网民的数据以供参考。

网民安全感刚过及格线

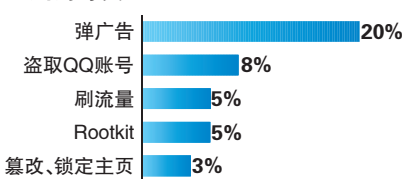
1.35亿

新发现病毒数量



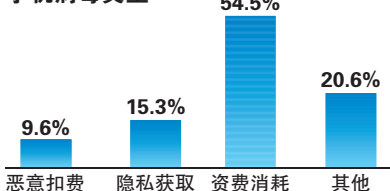
20%

电脑病毒类型TOP5



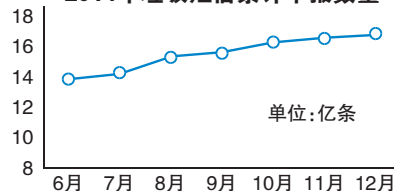
54.5%

手机病毒类型



17.22亿

2014年垃圾短信累计举报数量



近三年新发现电脑病毒数量呈持续增长态势。2014年,新发现的电脑病毒数为1.35亿个,较2013年增加了31.9%,较2012年增加了49.42%。无论是从绝对值还是变化数看,电脑病毒都呈不断更新、持续增长的态势。

究其不断增长的背后原因,一方面是网民用户的持续增加和电脑设备呈几何势增长;另一方面,从上面的分析来看,中国网民的整体网络安全意识还有待提升,整体网络安全环境不容乐观;再次,由于时政类新闻等相关禁忌,网民的信息消费呈现出娱乐化和戏谑化等倾向,满足了“社会代偿”效应,在这过程中,病毒制造者利用用户的这种追求感官化的娱乐刺激心理,制造病毒,大肆传播,如本年度快播程序病毒的大规模传播。

2014年最“恶”的电脑病毒是哪类呢?腾讯反病毒实验室列出的电脑上感染最多的前十位病毒类型为弹广告、盗取QQ账号及密码、刷流量、Rootkit、篡改或锁定主页、恶意注入、恶意下载器、盗取游戏账号及密码、后门或远程控制、劫持浏览器。

其中弹广告被报告频次最高,占到了病毒总数的20%。

对于电脑用户来说,网络浏览器无疑是最频繁使用的应用,但弹窗广告可谓是无孔不入。弹窗广告具有很大的迷惑性,常常利用用户对弹窗广告已经习以为常的社会心态,故意诱导用户去手动关闭该弹窗,实现通过广告木马强迫用户访问其恶意推广网站和传播病毒的目的。

2014年手机端感染最多的病毒类型为资费消耗、隐私获取、恶意扣费、流氓行为、诱骗欺诈、远程控制、恶意传播和系统破坏等。其中资费消耗类病毒被报告频次最高,占到了病毒总数的54.5%。

一方面因为资费消耗病毒对于病毒传播者来说是一种比较直接的牟利手段,停驻在手机后台,耗费流量、系统内存,造成用户的使用不适,是用户最为头疼的病毒,这类病毒成为传播最为活跃的病毒类型之一;另一方面也因为资费消耗病毒会直接造成手机用户的财产损失,用户对这类病毒比较敏感,举报也最多。

随着电子商务向手机端转移和手机支付功能的兴起,手机病毒带来的资金损失将成为更加严峻的问题。保障用户资金安全,将成为手机安全的中中之重。

全年来看,垃圾短信的举报量和增长速率一直在增加,截至去年12月,用户主动举报的垃圾短信累计已达17.22亿条。值得警惕的是,垃圾短信的增长速度还在加快,意味着未来手机用户可能将更加频繁地受到垃圾短信骚扰。2014年全年只有1-2月间垃圾短信的增长速度有所放缓,这与春节等节日期间整体社会活跃度不高有密切关系。

垃圾短信的类型以广告为主,占到了总量的83%。其中,网店电商、房产促销是广告类中最多的。第二大类垃圾短信是诈骗类短信,占总量的11%。其中,热门节目中奖、冒充房东或熟人亲友、赌博诈骗和网购诈骗是骗子最常用的手段。

北京商报记者 吴辰光/文 胡潇/制表

· 看台 ·

国产手机销量占比接近八成

北京商报讯(记者 吴辰光)近日,由工信部电子信息司指导、中国电子信息产业发展研究院主办、中国电子报社承办的首届中国好手机评选在京召开。

会上,主办方发布《2014中国好手机年度报告》,《报告》指出,2014年是国产手机进一步巩固市场份额、并从规模运营向利润运营转型的关键之年。这一年中,国内外手机企业的际遇发生了根本性变化,国际品牌中只剩下三星、苹果两大巨头活跃在中国手机市场,但都难以再续昨日辉煌,而国产手机已经成长为中国手机市场的中坚力量。

2014年国产手机销量占整体手机市场比例稳固在七成以上,并接近80%,其中不乏售价在2000元以上的高端手机。《报告》认为,这些既叫好又叫座的产品,大大提升了中国手机企业的品牌影响力,让“只有规模没有利润的低价位竞争”这一困扰国产手机发展的老大难局面得以改观。不过,在利润方面,国产手机品牌和三星、苹果仍有一定距离。

荣耀新力量影像大赛落幕

北京商报讯(记者 吴辰光)历时4个月的荣耀新力量影像大赛落幕。罗文佳凭借作品《吉娅》斩获一等奖,马宸涓、刘畅分别凭借《共振》、《李晚我想和你好》获得二等奖,三等奖则分别被宋坤儒、韦靓、何龙摘取,其作品分别为《高音区的小鸟》、《模拟人生》、《你是一个勇敢的姑娘》。

除颁奖外,青年导演行动计划也吹响号角。据了解,“青年导演行动计划”以持续帮助更多的青年导演成长为主旨,由华为荣耀联合电影产业的优势资源等专业组织机构发起,针对青年导演,在专业指导、作品创造及作品推广等方面提供全面支持,包括业内金牌导师团队的指导,全方位的品牌包装和作品推广,甚至有可能将作品推送到荧幕。借此,青年导演行动计划将给更多青年导演自信成长的机会,并扶助这些导演快速成长为中国影像未来新力量。

联想神奇工场发力移动互联网

近日,联想集团高级副总裁陈旭东公开表示,为布局移动互联网领域,联想已参与投资了一个名为“神奇工场”的互联网手机公司,该公司将在4月1日正式挂牌运营。

据悉,移动互联是神奇工场的切入点。目前该公司已经开发自有品牌手机产品,预计在今年10月上市。陈旭东指出,神奇工场的手机有很多独到和创新的地方,能够比现有的竞品更吸引人。另外神奇工场的主要竞争对手开发产品通常只考虑一代产品,两代产品之间完全不同;而神奇工场不只考虑一代产品的设计,也会根据对未来技术趋势的预判,把下一代产品的设计方案考虑进去,这样产品的延续性无疑将大大加强。

此外,神奇工场还会在软件服务方面投入更多。联想的乐商店、乐安全这些成熟应用都会并入神奇工场,这些应用已经有了庞大的用户群,乐商店每天的下载量达到了3000万。同时,神奇工场还会去研发更多符合用户习惯的应用,把此前积累多年的技术用一种更贴合用户的方式表现出来。

除了移动互联网,神奇工场还将布局物联网。“近年来,物联网进入高速发展时期,网络的速度越来越快、功耗越来越低,芯片的成本也越来越低,设备接入互联网越来越容易;未来将是一个万物互联的时代。在去年的乌镇世界互联网大会上,软银董事长孙正义说,到2020年每个人身上会连接到1000个设备;据我自己推算,

到2016年,我们每个人至少会连接到10个智能设备。”陈旭东说道。

虽然万物互联的时代孕育着很多机遇,但是一些问题在国内已经凸现出来。现在一些厂商所建立的生态系统相对封闭,希望将创新产品全部都圈在自己的领地中,但这样无疑会限制整个产业的发展。因为,对于最具创新热情和活力的中小开发者来说,他们的产品不应局限在某一个品牌或是体系中,整个产业呼唤一个更加开放的生态系统。

据悉,神奇工场在正式运营后会发布详细的智能家居生态圈计划,将会重磅发布两款明星产品,一款是全球第一款免安装的智能路由器,另一款是全球最小的智能家居控制中心。北京商报记者 吴辰光

搜狗实现全年持续性盈利

持续性盈利。

搜狗CEO王小川表示,随着与腾讯战略合作的不断深入,双方在移动端的深度合作与基因重组,使得搜狗移动端产品差异化优势逐渐确立和扩大,搜狗移动布局实现了突破性的进展。2015年,搜狗将全方位参与竞争,尤其是在移动端增加研发和市场投入,努力扩大市场占有率,成为更具竞争力的挑战者。

过去一年,搜狗通过不断深化与微信的合作,在移动搜索领域建立起了真正的差异化优势。2014年6

月,搜狗微信公众平台搜索独家上线,让用户更便捷地获取海量微信公众号优质内容,首次做到“对手所不能之事”。此后,搜狗搜索移动客户端又增加了微信头条功能,能根据用户的搜索和阅读等行为来判断用户的兴趣,从而给用户推荐其感兴趣的优质微信公众平台文章。微信作为一个强大的生态平台,拥有数以百万计的公众账号,其独特的生态资源正在为搜狗所用,并不断增强搜狗搜索的市场竞争力。

北京商报记者 吴辰光