

编辑 张绪旺 美编 李杰 责校 李月 电话:64101906 shangbaot@163.com

· 资讯 ·

井通落实区块链技术商业级应用

北京商报讯(记者 魏蔚)井通(北京)科技有限公司执行董事、联合创始人郑宇近日表示,已将区块链技术真正形成了可以用于大型企业的应用,近期已与多家企业达成了战略合作,尤其与世界500强企业海航集团展开了多项基于区块链技术的业务合作,将诸多应用一一落地,将中国的区块链技术推进到了世界的最前沿。

据了解,早在2014年,井通科技公司就已经与海航集团相关部门进行沟通与合作,先后在集团采购体系、供应链融资和员工福利等领域落实了一系列应用,尝试将自己的资源进行互联互通。

井通公司利用区块链的加密技术,为各企业封装客户信息和自主沉淀资金,实现了消费分享又避免了客户关系流失,同时将定价权从企业手中授予最终用户,实现了我的地盘我做主的满意感。又利用分布式系统技术特点的低成本快速构建互通互联的分享互换生态系统,服务企业,造福用户。构筑分享经济+区块链的新经济形态。

瑞星红色预警恶性敲诈病毒新变种

北京商报讯(记者 张绪旺 姜红)3月17日,瑞星公司对全体网民发布红色安全警示,一类名为“密锁”的敲诈型恶性病毒开始在国内突然爆发,仅3月16日、17日,瑞星客户服务中心就已接到50余名用户反馈感染此毒。该类病毒通过电子邮件传播,一旦用户点击带毒附件,电脑中的各类文档、隐私文件都将被病毒“上锁”,如不按黑客要求付款,将永远无法恢复正常。

瑞星安全专家介绍,目前该病毒在国内已有约600起个人及企业染毒案例,病毒攻击次数已达到53万次,属于集中爆发的恶性病毒。

目前,瑞星旗下个人、企业级安全产品的病毒库均已进行紧急升级,以启发式方式帮助用户拦截、查杀来自电子邮件中的最新“密锁”敲诈病毒。

神州瞄准二孩红利上线孕妈专车

除电商企业外,移动出行企业也开始瞄准二孩红利。神州专车近日宣布,将联合公安部中国道路交通安全协会共同推出中国首部《孕妇专车安全服务规范》,同时推出国内首个孕妈专车产品——神州孕妈专车。

据了解,《孕妇专车安全服务规范》以孕妇安全出行为核心,在车辆、司机、服务和保障四大方面制定科学、严格的标准,为孕妇出行用车提供行业指导标准。神州专车同时推出的孕妈专车,严格按照《孕妇专车安全服务规范》,并在此基础上进行了全面细化和升级,从四大维度保障孕妇的出行安全,为其提供贴心、高品质、极致的专车体验。

具体而言,在车辆上神州孕妈专车全部为价格15万元以上的中高档车型,车龄三年以内;车内配备呕吐袋、腰枕、胎教光盘等物品,并备有孕妈专用车贴,以告知车内载有孕妇,提醒周围车辆小心驾驶;司机方面,除了全部为三年以上驾龄的专业司机,保证严审无犯罪记录,还要接受医疗救助培训,熟悉孕期基本医疗救助常识。另外,神州孕妈专车要求司机平稳驾驶,且车速不能超过60公里/小时,车内温度控制在22℃等。

对于此次神州孕妈专车的上线,中国道路交通安全协会常务副理事长樊汉国表示:“此次联合神州专车共同推出《孕妇专车安全服务规范》,从交通安全的角度提出了关于孕妇专车的安全服务规范,从而引领整个行业为广大孕妇提供更安全、更专业的互联网专车服务。”

同时,神州专车CEO王培强也表示,“孕妇属于特殊群体,她们在出行过程中处于弱势,其出行安全保护问题应该引起全社会的关注,神州孕妈专车正由此‘应孕而生’。”据报道,今年恰逢“金猴年”,又是二孩开放的第一年,预计全国将有2800万孕妇,创近年孕妇数量之最,而市面上并没有一款真正面向孕妈的专车产品,其出行面临诸多不便,甚至可能发生各种安全事故。

业内人士则认为,神州孕妈专车采用“专业司机、专业车辆”的定制服务模式,针对孕妈这批需要特别照顾的弱势群体,精心设计高品质出行产品,一方面为孕妇的安全出行提供专业保障,引领专车行业发展;另一方面,也有利于推动整个社会关心孕妈出行,倡导安全驾驶。

华人文化控股集团董事长黎瑞刚: 互联网对电影产业影响有限

去年黎瑞刚以华人文化控股集团(以下简称“华人文化”)董事长的身份频繁布阵,包括斥资80亿元拿下中超未来五年版权、联合华纳兄弟娱乐公司(以下简称“华纳兄弟”)成立旗舰影业等大手笔,除了传统文化产业之外,黎瑞刚对互联网的兴趣渐浓,不过他坦言,互联网对于电影的影响只在发行、推广层面。

与微鲸电视发布会上的牛仔裤T恤不同,黎瑞刚在旗舰影业发布会上回归了西服装扮,然而他之于这两个行业都毫无违和感,随意在互联网气质和传媒气质间游走。

事实上,谈起华人文化就不得不提到他的互联网元素。去年10月华人文化成立,投资方名单上赫然列着阿里和腾讯这样的互联网大鳄,互联网与移动成为华人文化的三大投资领域之一,此外华人文化还创立了专注于家庭娱乐的互联网科技公司微鲸科技并打造出互联网电视品牌“微鲸”。

不过,黎瑞刚对于互联网并非盲目推崇,尤其是在电影领域。他向北京商报记者坦承,“互联网可以产生IP,互联网还可以做发行、票务和推广,这是互联网做电影的行为,是优势,但电影其实还是一门手艺活,即使电影的发行和宣传推广受到了



互联网的影响,电影的本身还是故事,不管互联网有多强大,这一点不会变”。

在黎瑞刚的逻辑里,互联网只是电影的术,而目前国内电影领域需要修炼的术不光是互联网。而此术正是华人文化与华纳兄弟成立合资公司的目的,“我希望我们可以在华纳兄弟身上把好莱坞成熟的电影创意和开发流程学习过来,甚至可以说是复制过来。让中国建立工业化、产业化、体系化的故事开发创意的流程。”他对此并不讳言。

黎瑞刚进一步向北京商报记者解释他的以上目的,他直言,“IP的确很重要,行业目前也很热衷于IP,但是过度迷信IP花很多钱去买所谓的大IP并不是最重要的事情。其实IP是需要去发现的,但不光要有好的眼光,还需要有专业的能力去开发,即使你买到了一个好的IP,如果你用很烂的、没有成体系的开发,还是会存在问题”。

双方的合作成果也即将接受市场检验,据黎瑞刚透露,旗舰影业计划在两年内推出12部电影。这家由华人文化领导的财团控股51%,华纳兄弟持股49%,香港电视广播有限公司(TVB)持有前者财团10%股份的公司,将最晚在今年三季度公映首部影片,而该公司的成立时间距今仅半年。

除了电影本身,令业界期待的还有华人文化各板块与互联网的协同。就在旗舰影业高调发声之前,微鲸科技也再度强调内容之于互联网电视的重要性。而与微鲸有血缘关系的旗舰影业的影片储备无疑将为微鲸在内容战场上助力,而究竟华人文化会如何部署各方资源、如何与互联网配合,黎瑞刚笑而不语。毋庸置疑,这不光聚焦了业界的关注,也是黎瑞刚棋局的重要一步。

北京商报记者 魏蔚

输入法微创新时代搜狗领跑

近日,知名移动互联网第三方数据机构比达咨询发布《中国手机输入法产品市场年度报告(2015)》,对中国手机输入法市场竞争格局进行了研究,并对中国手机输入法的用户行为进行了洞察分析。在2015年中国手机输入法市场矩阵中,搜狗输入法稳居市场领导者地位。

微创新不断

2015年中国移动网民规模为61981万人,同比增长11.3%,预计2016年中国移动网民规模将达68303万人。2015年中国手机输入法市场规模达56119万人,预计2016年将达61786万人,增速将达到9.6%。

中国手机输入法市场技术创新不断,细胞词库、云输入、热词更新、自定义功能、表情输入、长词联想等智能化、个性化功能层出不穷,中国输入法市场进入快速发展阶段。

比达咨询认为,影响输入法市场的因素主要有以下三个方面。首先是智能手机的兴起为中国手机输入法市场提供契机,2015年全年中国智能机出货量至4.43亿部,其中小米和华为的市场占有率为15%和14.5%。

第二是移动网民的快速增长促进了中国手机输入法的发展,2015年中国移动网民规模达6.20亿,移动网民占总体网民比例达90.1%,同比增加6303万人。

第三是互联网巨头以及其他专业软件公司的加入对中国手机输入法的发展起到了推动作用,百度等

互联网巨头以及触宝科技等专业公司纷纷布局手机输入法市场,提升市场竞争力。

绝对优势领先

数据显示,2015年中国手机输入法市场,前两位依次是搜狗输入法和百度输入法,搜狗输入法市场份额为68.1%,百度输入法市场份额为17.2%,搜狗输入法以近七成的市场份额处于市场领先地位。

2015年中国手机输入法市场矩阵中,搜狗输入法处于领导者地位,百度和讯飞输入法处于探索者地位,触宝输入法处于观望者地位。

从执行力上考量,搜狗手机输入法以绝对优势领先其他竞争者,搜狗手机输入法市场份额为68.1%,位居第一。在市场发展前景方面,从品牌知名度、产品功能丰富性、用户体验、商业模式四个维度考量,搜狗手机输入法得分最高,位居第一。

最受年轻人欢迎

报告显示,2015年中国手机输入法用户性别分布中,女性占比达到51.9%;男性为48.1%。在用户使用率分布中,搜狗手机输入法在各类人群中整体使用率最高,达到85.7%,相比较而言,搜狗输入法在“90后”、“00后”人群的使用率占比中尤为突出,分别是88.2%和86.7%。

2015年中国手机输入法用户选择手机输入法信息时关注因素分布中,不同年龄段用户在选择手机输入法时关注因素差异明显。“70

后”、“80后”用户更关注出词智能准确,其中关注出词智能准确的“70后”和“80后”分别占各自年龄段的70.2%和70.5%。“90后”、“00后”相比之下更关注界面/皮肤;其中关注界面/皮肤的“90后”和“00后”分别占各自年龄段的78.3%和86.3%。

在用户使用输入法皮肤种类分布中,“70后”、“80后”使用景物风景类皮肤比例最高;相比之下,“90后”、“00后”使用卡通动漫皮肤比例较高。

报告显示,用户在手机上发送的表情频率分布中,有60.2%的“00后”和46.4%的“90后”每天发10次以上。相比之下,则有50.2%的“70后”和36.2%的“00后”不喜欢发送表情,其中emoji和下载的图片表情占比最高,分别为37.9%和34.2%。

用户对颜文字使用情况分布中,“90后”以下人群使用频率均比较高。从整体来看,颜文字在各年龄段的使用率均在一半以上。同时报告还统计了输入法颜文字满意度、输入法邮件满意度、输入法皮肤满意度等,在以上这些项目中,搜狗输入法均以较高的分数位列第一。

在比达咨询报告中,搜狗输入法在各个方面均取得领先排名。搜狗输入法在满足用户高效多元输入的同时,在皮肤、表情、颜文字等方面齐发力,趋向于为用户制造强大的个人IP。符合存在感和个性化心理驱动的手机输入法更能得到“90后”、“00后”的欢迎,这也将成为中国手机输入法的主流发展趋势。