

· 动态 ·

“联通新农村网站”入驻新华网

商报讯(记者 吴辰光)近日,北京联通与新华社北京分社共同启动了“联通新农村网站”(nx.bbn.com.cn或www.uninx.com)在新华网北京频道的正式上线,不仅使这个深受京郊农民欢迎的网站在新华网落户,而且揭开了北京联通为庆祝今年世界电信日而举办的“北京联通让农村生活更美好”系列活动的序幕。

“联通新农村”网站是北京联通为京郊农村量身打造的特色网站。北京联通长期以来高度重视并全力推进农村信息化建设,不断加大对农村基础通信设施的投入,提高通信网络在农村地区的覆盖率;不断推进信息化发展进程,信息化服务水平显著提升。广大农村地区的政府、企事业单位和普通百姓都已享受到从电话声讯到高速互联网的多样化、个性化通信服务。

去年我国软件盗版率降至12%

商报讯(记者 金朝力)互联网实验室昨日发布的2010年中国软件盗版情况调查数据显示,从数量上,软件盗版率(包括免费软件)从2009年的14%下降至12%。这也是互联网实验室在国家知识产权局的委托下第6次发布该数据。

报告研究结果显示,按全部安装计算机软件计算,2010年度盗版率由2009年的14%下降至12%;按应付费软件计算,数量盗版率由2009年的45%下降至41%,比2005年下降了25个百分点。数量盗版率最高的是办公软件,盗版率较低的是地图信息和行业应用软件。

互联网实验室认为,2010年软件盗版率出现下降的原因主要有5个方面,即正版化工作加强、国产软件低价发展迅速、软件企业宣传力度加大、免费软件普及和销售渠道多样化。

北京电信开展电信日体验活动

商报讯(记者 吴辰光)昨天,北京电信开展“5·17”世界电信日“天翼3G改变生活”体验活动。据悉,为进一步走出厅台、门店,将体验带入更多消费者身边,北京电信正组织策划针对北京各大商圈以及卖场的体验展示活动。大型商圈集中区内的用户将通过天翼3G智能手机体验专区感受到3G应用并能进行有奖问答、游戏体验、手机操作挑战赛等有趣的体验活动。

除了在现有的营业厅、合作店、卖场进行体验环境的搭建外,深入社区和商圈进行体验活动的延伸也成为北京电信构建体验式营销服务体系的新思路和新举措。北京电信还联合中关村在线手机频道的编辑针对各种3G智能手机进行现场对比评述,为消费者的选购出谋划策。

中福瑞达推出新安防产品

商报讯(记者 金朝力)中福瑞达日前宣布,推出新的高端安全防护产品,并在北京某射击场进行了现场测试。中福瑞达(北京)安全防护技术有限公司是专业从事玻璃安全防护的高科技企业,在高端用户的安全防护领域,拥有达到军事防卫水准的防弹级玻璃安全膜等30余项产品的发明或实用新型专利。

此次推出的由中福瑞达团队历经两年研制成功的福牌超级前档玻璃,集两项高技术组合而成,一是飞机座舱玻璃技术,第二项技术是获得国家发明专利的玻璃安全膜技术。据悉,福牌超级前档,能够最高抵御250公里时速下500克金属硬质物迎面撞击,即抵御1000余焦耳的动能冲击,抗贯穿强度比现有传统前档提升10倍,同时满足国标GB9656的各项指标要求。

3G门户与新浪微博展开深度合作

商报讯(记者 金朝力)近日,新浪微博宣布与国内最大的移动互联网门户——3G门户进行深度合作。未来,双方将在用户资源、信息流、SNS领域及搜索平台等进行全方位共享合作。据了解,此次合作双方将进行多方面整合,旨在提升新浪微博及3G门户的信息流分享和用户体验,合作内容包括新闻资讯、微博产品、客户端、SNS产品、移动搜索的结合。

业内人士分析认为,随着移动互联时代的到来,各种业务模式和商务合作在不断推陈出新。作为国内知名的互联网应用产品,新浪微博一直力推开放平台,而3G门户也一直强调“平台化”战略。此次新浪微博与3G门户的合作可谓强强联手,势必又将掀起无线互联网领域新一轮浪潮。

携全线产品征战电信日

迪信通欲掘金京郊市场

随着电信日的到来,国内通讯连锁老大迪信通宣布,即日启动电信日系列活动,携全线产品征战电信日通讯市场,同时契合电信日主题在城乡市场重点推广普及智能移动终端设备。

本次活动迪信通联手诺基亚、摩托罗拉、天语等国内外知名手机厂商和中国移动北京分公司,调集了迪信通在售的所有产品,斥资近亿元全力主攻电信日手机市场。

据迪信通相关负责人介绍,今年电信日,迪信通主打的是智能手机和平板电脑。近期上市并在迪信通首发的新品都会参加活动,除智能手机和3G手机,所有2G手机也会参与活动,同时TD手

机和平板电脑也在活动范围之列。

同时,迪信通北京各门店将与中国移动北京分公司再次携手出击,推出中国移动定制的三星i9008手机预存话费送手机活动。该活动目前仅限中国移动全球通用户参加。消费者可直接到迪信通崇文门新世界店、公主坟总店、管庄东微店办理此项业务。

迪信通北京分公司市场部相关负责人表示,除了迪信通推出的多项超值促销活动外,迪信通还充分考虑到今年电信日“信息通信技术让农村生活更美好”的主题,制定了在城乡市场重点推广普及智能移动终端设备的方针。

迪信通已经在北京除城区以外的大部分远郊区完成布点。在大兴、房山、通州、丰台、顺义、怀柔、密云、昌平、门头沟等几大京郊区县,迪信通都已形成绝对优势,同时也在向此前覆盖较弱的地区重点布局,预计年底会对所有郊区形成全覆盖。

迪信通高级副总裁齐峰表示,布局城乡通讯市场,打造北京地区手机消费的“第二城区”,本来就是今年的重点发展战略之一,而这个战略与今年国际电信日的主题也是不谋而合。这充分证明郊区农村通讯市场正在受到业内的普遍关注。

从迪信通今年以来的销售数据看,郊区通讯市场销售增幅正在逐步

超越城区通讯市场。目前,智能手机进入换代期,郊区市场对智能手机换代需求正逐步跟上城区的增长。同时,平板电脑在郊区市场也需求强劲。移动互联网技术在农村的普及正在提速。

齐峰指出,目前,北京城区通讯市场已几近饱和,无论从移动互联网等最新通信技术,还是从智能手机和平板电脑等主流硬件产品来看,农村通讯市场都有极大的潜力正待挖掘。迪信通希望借今年电信日的契机,进一步在城乡市场推进移动互联网技术和智能手机、平板电脑的新型产品的普及,充当农村通讯市场变革的排头兵。

本报记者 吴辰光

北京联通让国家生态县美名远扬

2005年,密云县率先在全市提出了创建国家级生态县的奋斗目标,在全县337个村中积极开展生态文明村建设,把生态环境建设与新农村建设有机地结合起来。而北京联通利用自身BBN网站为密云县上百个村建成了旅游网站,给农民致富带来商机。

为了缩小密云县城与北京市区的数字鸿沟,密云联通2000年便启动数字密云项目。2001年底,北京联通密云分公司与县政府签署了“数字密云”合作项目,2003年即完成全县各乡镇、委办局及大型企业的光纤接入工作,实现了政府网上办公、网络会议、

网上教学和互联网接入等功能。

2006年,为进一步推进数字密云建设,密云联通投资2000余万元,在全市第一个实施“村村通”光纤工程,将电子政务网延伸到337个行政村,有力地促进了当地农村信息化建设。2007年底,共完成自然村(20户以上)村村通电话目标,取得较好效果。

自2007年开始,密云联通向上级公司申请特殊优惠资费,为县城街道、16个乡镇共600多个道路路

控点提供光纤传输通路并承担18个派出所二级监控平台到县指挥中心的传输上联工作,为奥运安保、平安北京及社会治安防范提供通信服务。

目前,密云联通已经建成接入宽带的村和小区共计272个,宽带覆盖率达到91%,有19个村已经实现村村通光纤,预计到今年年底实现59个村。2010年,密云联通累计完成信息化村签约107个,完成率达128.92%,超额完成24个村的签约任务,并且协助完

成96个村的网站建设信息采集工作。

很多农民通过宽带网络走上了致富道路。现在,近30万密云农民足不出村,就可以享受高速便捷的网络服务。去年初,密云联通为每个村都至少配备一台电脑,在贾峪、黄坨子、遥桥峪等30个村建起了网络教室和13个“爱农信息驿站”,帮助农民学习电脑及网络技术,利用科技手段拓宽致富门路。

(蒋水林)



中国联合网络通信有限公司北京市分公司
地址:北京市宣武区骡马市大街9号 邮编:100052
客服电话:10010
网址:www.10010.com

从“买大片”到“拍大片”

搜狐视频借网络剧寻找新盈利点

搜狐视频出品的首部门户剧《钱多多嫁人记》日前获得中国首个网剧大奖——金鹏奖最佳网剧奖。据悉,金鹏奖中国国际新媒体短片大赛是中国唯一国际级的新媒体作品大奖,被专业人士称为新媒体短片界的“奥斯卡”,今年首次设立最佳网剧奖。目前,《钱多多嫁人记》累计播放已超过6000万次。

随着《钱多多嫁人记》在市场和口碑的双线丰收,有专业人士判断,在

剧之后,一大批在演员阵容和制作水准可以比肩传统电视剧的网络剧将呈现井喷,网络剧的第三次浪潮已经呼啸而来。而这次浪潮超过前两次,将在网络视频市场掀起一场前所未有的深刻变革。

其实,从去年底开始,在视频版权费高居不下的情况下,以视频网站主导的网络剧就开始频频亮相。业内人士分析,视频网站的竞争,已经从“买大片”转移到“拍大片”的时代。网络剧代表着未来,或

将成为视频网站新的盈利增长点。

此前,搜狐传媒副总裁邓晔曾表示,搜狐视频计划在2011年再投资10部系列门户剧。事实上,以《钱多多嫁人记》为代表的搜狐门户剧,其快速精品的创作机制,已经受到广告主的充分认可。据悉,《钱多多嫁人记》吸引了现代、TOTO等众多品牌广告主的投放,而搜狐视频近日推出的第二部门户剧《疯狂办公室》也已被东风雪铁龙、智联招聘、宏基三

大广告主买单。目前,《疯狂办公室》累计播放已接近6000万次。

在4月25日搜狐公布的2011年第一季度财报中,搜狐网络视频广告收入同比增长了150%,而网络视频广告客户数量的增长率为88%。张朝阳表示,搜狐不断扩充正版视频内容,发展优质自制剧的努力将使得市场份额进一步扩大。目前,搜狐视频的播放时长已经从13%上升到16%,已经位于行业第二。 本报记者 金朝力