

6月钓鱼网站数量同比上涨628%

# 游戏类网站成钓鱼“新阵地”

其中,2011年6月,联盟认定并处理钓鱼网站4312个,较2010年6月(592个)同比暴增628%。数据显示,自今年5月以来,网络游戏类钓鱼网站数量暴增,6月份更呈现持续增长的态势,较上月增长247%,占到了本月处理总量的2.74%。盛大、腾讯、金山等知名网游厂商及旗下游戏产品官网,以及一些交易平台网站,日渐成为不法分子实施网络钓鱼的仿冒对象。

## 钓鱼网站呈上升趋势

数据显示,网络钓鱼的“热点效应”和“假日效应”等特点依旧明显,随着暑期的到来,游戏类网站已成为新的网络钓鱼高发区域。联盟秘书长齐麟建议广大网民,特别是学生网民,要提高自我防范意识和甄别网站真伪的能力,学会“上下打量”——上看域名、下看验证的网络防钓鱼术,加强对钓鱼网站的主观辨别能力,避免钓鱼网站的不法侵害对个人信息及财物等所造成的损失。

数据还显示,本月钓鱼网站涉及行业

近日,记者从中国反钓鱼网站联盟(以下简称“联盟”)秘书处中国互联网络信息中心(CNNIC)获悉,截至2011年6月底,联盟累计认定并处理钓鱼网站54430个。

前三位的与前期保持一致,分别为支付交易类、金融证券类、及时通讯类,占处理总量的96.24%。所不同的是,网络游戏类钓鱼网站数量增长迅速,成为钓鱼网站仿冒对象的第四位。值得注意的是,在被仿冒的网站中,知名游戏厂商旗下游戏产品网站占比超过90%,如盛大近期公测的新游戏《星辰变》、金山游戏公司的《剑侠情缘网络版叁》等大型网络游戏。



据反钓鱼联盟介绍,暑假期间,网游类相关网站的网络钓鱼风险将大幅上升,这一趋势亟待引起广大游戏玩家和正规网络游戏厂商的重视和警惕。

## 钓鱼“热点效应”加剧

对联盟数据进行跟踪分析发现,钓鱼网站呈现出明显的“热点效应”,当前钓鱼网站的发展紧跟时事热点,对网民的潜在

威胁逐渐增大。6月,教育类网站成为网络钓鱼的热点对象。联盟秘书处认为,随着中高考成绩公布,在未来两个月内高等院校、招生报考、学历查询等教育类网站遭遇网络钓鱼仿冒的潜在风险依然不容忽视。

## “上下打量”防钓鱼

针对网络钓鱼活动的更加智能化和多样化,反钓鱼网站联盟提出了“上下打量”防钓鱼术,帮助网民提高自我防范意识和甄别网站真伪的能力。

“上看”是核对网站上方地址栏的域名和安全证书,一方面,辨识真假网站在域名上的细微差别;另一方面查看交易页面的网址是否是“https”开头,大型的电子商务网站在交易页面都应用了安全传输技术,如果发现不是“https”开头,应谨慎对待;“下看”是看网站下方是否有第三方身份验证服务标识。除此之外,网民还应应对电子邮件、即时通讯工具发送的信息等谨慎对待。 本报记者 张绪旺/文 暴帆/摄

## 微观点

### 北京伟库电子商务公司总裁 杨祉雄

垂直的B2C发展正在引领更多企业走上一条正确的电子商务道路,传统企业再无需试水,只需坚定出击,细分差异化永无止境,不要总看着京东、当当犯难,其实他们与你无关,垂直的B2C市场不惧寡头。

### 东西网创始人 赵嘉敏

Google+ 是一种更像协议的东西,这与 Paul Graham 对微博的认知是一致的。而不管是新浪微博还是腾讯微博,都已经偏离这个方向太远了。

### NOP品牌创始人 刘爽

某传统百货商场的B2C:线上不备库存,就卖商场里有的那些品牌那些款式,有订单了再和商场入驻品牌现拿货发货,价格和商场保持一致,利润就商场扣点那不到20%,就这点还要和商场分账。美国那些大百货商场的B2C真不是这么做的,和人家南辕北辙了。

### 酷6网副总裁 姚建疆

经历了2008年的63%高增长率滑落至2009年14%增长率的尴尬局面,中国网络广告营销市场2011年上半年网络广告营收规模已经达到163.1亿元,预计全年总额将达到373.6亿元,未来4年里,中国网络广告营销市场的规模将呈现平稳增长,增长率稳定在40%左右。

(以上素材采自腾讯微博)

## · 资讯 ·

### 赶集网移动客户端用户破2000万

近日,中国最大最全的分类信息网站赶集网正式宣布,其移动客户端“赶集生活”注册用户突破2000万,居生活领域类手机客户端软件之首,在分类信息领域里是第二名的几十倍。

“赶集网手机客户端预计到年底用户数将达到PC互联网用户数的一半。”赶集网移动互联网事业部总经理王振华透露,其客户端可以轻松实现免费发布和浏览赶集网海量本地生活信息,服务内容包括房产、二手物品、全职招聘、兼职招聘、车辆买卖与服务、生活服务、商务服务、教育培训、票务、宠物、同城活动和同城交友12个大类200多个小类。

据悉,“赶集生活”覆盖Symbian、Android、iPhone、MTK与JAVA平台,并且与诺基亚、摩托罗拉等品牌手机厂商有深入的合作关系。

本报记者 张绪旺

# Google+冲击Facebook引发社交地震

谷歌近日推出了Google+社交服务,7月15日谷歌CEO拉里·佩奇宣布Google+社交服务用户数量已经突破1000万。如此来势汹汹的Google+,引起各界的强烈关注,专业人士表示,Google+的推出可能引起社交网站的地震。

## 增长迅猛 远超预期

Google+社交服务用户数量从推出到宣布突破1000万仅用不到半月的时间,同时,Google+用户每天分享也达到10亿次。这个增长速度在互联网社交服务历史上从未有过,甚至也超出了谷歌的预想。

原本谷歌计划从6月30日起Google+不再需要邀请便可直接登录,但是随后,由于服务器负载过重,谷歌不得不重启邀请制度,并一直实行至今。

Google+的凶猛,也可

以体现在搜索结果的爆炸式增长上。据统计,截至发稿前,Google+在Google的搜索结果已经超过10亿条,在百度的搜索结果已经超过205万条。

## 优势凸显 烦恼并存

外界分析认为,Google+获得初步的成功,与它的众多优势分不开。Google+拥有后发优势,有互联网人士评价“Google+就是把Facebook、Twitter、甚至新浪微博的各种功能加到一起”。

更为关键的是,由于谷歌庞大的产品群,特别是和拥有2亿用户的Gmail打通,使得Google+用户基数不容小觑。此外,谷歌搜索、谷歌地图、图片处理服务Picasa、在线编辑服务Docs以及视频服务YouTube等全部整合进入Google+当中,让一直使用谷歌产品

的用户对于Google+倍感亲切。

不过Google+也将面临众多烦恼:如今,Facebook已经拥有超过7亿的用户,Twitter的活跃用户量也已经达到5亿。在国内,新浪和腾讯微博的用户量都超过1.4亿,此时才起步的Google+显得太晚。令人匪夷所思的是,Google+的男女用户比例严重失调,统计数据表明,男用户占87%,女用户仅11%,这无疑会妨碍Google+的进一步发展。

另外一个来自Google自身的烦恼是:在Google+之前,Google已经推出了社交服务Google wave。分析人士指出,Google wave失败的阴影以及其去向,也将妨碍Google+发展。

## 引发“地震”中国幸免?

“山雨欲来风满楼”,也许用这句话来形容这场

变革再合适不过了。早在2008年,Facebook就全面禁止Google获取其用户数据,在Google+发布以后,Facebook更是禁止用户发Google+的广告。7月4日,Twitter关闭了对于Google的实时搜索功能的支持。外界对此的解读为,这是由于Twitter正在感觉到来自Google+的威胁,采取了反击的策略。

尽管Google+推出了中文版本,但是分析人士认为,Google+对国内的社交领域不会有重大影响,一方面,Google+的主页在国内存活时间甚至不到24小时;另一方面,外国互联网公司由于地域、文化的问题,在中国尚无特别成功的先例。Google+同样面临此问题。记者在与国内用户交流时也发现,不少人仍在抱怨Google+的中文页面难用。

本报记者 罗添

# 新浪试水企业版微博营销

目前已经有超过3万家企业入驻新浪微博,涵盖了汽车、金融、快消等各个行业,这些企业已经将微博作为另外一种形式的官网,将企业的信息主动推送给消费者。李想同时透露,新浪微博企业版已经开始测试,一部分不同行业不同规模的企业已经开始尝试利用新浪微博企业版进行营销。

李想介绍,一些在社交媒体营销意识领先的企业,已经通过设立多个官方微博账号打造微博营

销矩阵。“以微博为代表的社会化媒体会创造新的营销模型,在实现消费者洞察与筛选、营销热点引爆、实时持续营销、服务及品牌关怀等方面表现出来的优势,将对数字营销产生深远影响。”

互联网数据机构DCCI发布的最新数据显示,72%的微博用户会关注微博上的商业广告;近25%的用户在微博上会关注10个以上的企业官方账号;34.3%的用户使用微博获取品牌折扣信息;33%

的用户会点击微博帖子中的图片、链接、视频等信息。数据同时也显示,微博的忠诚度、黏性更高,更多用户趋向于每天多时段、多场合使用微博,而对传统SNS的使用频率则相对趋于平稳。

业内人士表示,微博将更多帮助企业实现与用户的互动和分享,创造营销长尾。企业可以把两者有机结合起来,产生协同效应,让营销价值最大化,新浪双平台开始发挥协同效应。

本报记者 张绪旺