



规范“盒子”

谁得利?

安之

国家新闻出版广电总局近期约谈七家互联网电视牌照方,要求加强互联网盒子和互联网电视的管控,一周内下架所有不具有发行许可证的境外影视剧、微电影等内容。从要求百视通、华数关闭其互联网电视终端产品中违规视频软件下载通道,到表态互联网电视内容资源必须与内容牌照持有方合作,此次约见被业内视为互联网电视强化监管的又一信号,互联网盒子“野蛮生长”抢占客厅的时期已被画上句号。

监管令频出,让产业链各方“几家欢喜几家愁”。受益最多的显然是互联网电视集成业务牌照和内容牌照的持有方,它们对互联网电视内容的话语权明显增大,在竞争中处于有利位置。为丰富内容资源、提高内容竞争力,牌照方也会加强内容采购,直接向传统电视媒体采购内容,因此电视节目制作方也将迎来新的机会。

而受政策影响最为严重的则是视频网站,它们原本计划依靠内容优势向家庭客厅发起进攻,但现在只能成为单纯的内容服务商,此前业已形成的收费视频服务和贴片广告的商业模式也将被改写。而阿里巴巴、小米这样的盒子硬件生产商也颇有几分尴尬,对内容资源监管的加强,使它们不得不选择投入巨额资金通过牌照持有方建设自有内容资源库,或者“忍受”内容单薄,失去对用户的吸引力,已经投产和正在销售的产品有可能会因此受到销售阻力。

不过,多位业内人士也表示,目前政策并未收紧,广电部门只是重申了2011年底公布的《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》的精神,目前确有一些“盒子”为低俗不良及侵权盗版节目进入电视机提供技术和通道,“违规在先”。从整体来看,广电部门从内容输出源头上对互联网电视加以控制,实际上是行业规范行为,有利于行业长期健康发展。



通过在线视频直播的形式实现远程收听和观看,为人们带来了许多方便。图为正在体验通过手机观看视频。

佳行摄



6月13日至7月底,中国电信联合搜狐视频开展“手机看视频,流量全免费”活动。期间,用户看搜狐视频和天翼视讯流量全免费,这大大方便了用户用手机看世界杯比赛。因为在中国电信于6月底在江苏南京举办的2014年天翼手机交易会上,用户正在通过移动端体验4G宽带看体育赛事。

佳行摄

移动互联网： 世界杯交出新答卷

本报记者 陈静

对于诸多球迷和“伪球迷”来说,世界杯的落幕意味着可以和半夜捧着手机看电视的日子暂时作别。对互联网巨头们来说,世界杯落幕的一周则成为其盘点传播和营销效果的一周。网易、搜狐、腾讯、优酷……

互联网巨头们援引来自不同第三方市场研究机构的数据,纷纷表示自己在第一届移动互联网主导的大型赛事营销中“拔得头筹”。

不过,从行业发展的角度看,比“英雄排座次”更为重要的,则是互联

网企业以移动战略为导向的种种全新尝试。适合移动化时代的信息传播方式在此次世界杯报道中崭露头角,背后则是营销模式与产品服务的创新。这些变化,也正代表着未来移动互联网的发展方向。

移动视频“整合”取胜

在线视频网站优酷上周表示,世界杯期间,共有2.7亿人在优酷观看世界杯相关视频内容近5亿次,而在上届南非世界杯期间,各大在线视频网站相关视频播放量合计不足亿次。

在巨大的增长量中,移动视频的贡献“功不可没”。腾讯网副总编辑王永治告诉本报记者,从本届世界杯来看,用户的碎片化浏览全面移动化,像精彩进球和比赛集锦这样的短视频,普通用户已经建立起利用上下班的通勤时间在手机端观看的使用习惯。来自优酷的数据同样验证了他的说法,赛事期间每天早6点到9点,来自移动端的赛事内容观看比例几乎是PC端的两倍。

除了3G的普及和4G的商用让流量门槛日渐降低外,门户网站对资源的整

合也是移动视频“爆发”的重要原因。腾讯推出了比赛分析工具“数据大师”,每场比赛后对数据进行复盘,而每个关键数据都附有视频链接,点击图标就会出现相对应的视频。

搜狐公司CEO张朝阳的说法更加直白:“搜狐全面打通了搜狐网、手机搜狐及搜狐新闻客户端,实现赛事直播资源的共享,用户形成了通过多渠道获取移动视频的使用习惯,这是留给未来的一笔宝贵财富。”他告诉本报记者,通过搜狐新闻客户端观看世界杯视频成为新的增长点,视频播放用户因此增长45%。

用户心甘情愿花费流量的另一原因是门户网站投入大把真金白银获得的独家视频内容。在此次世界杯的报道中,巨星专访成为各家网站的核心资源。赛

前,腾讯宣布独家成为“西班牙国家队官方视频日记”,新浪宣布与德国足协达成合作,每天提供独家采访;网易宣布成为巴西、西班牙国家队独家中文官网;乐视宣布签约C罗与比利时国家队;PPTV宣布成为德国国家队中国区网络视频合作伙伴。王永治表示,在南非世界杯,腾讯的前方记者往往通过在混合采访区“拦截”巨星的方式获得内容,但到了本届世界杯,采访形式则“正规”了许多。“宁可花钱请他们到前方演播室或在酒店接受专访,让用户能够看到有深度的内容,也让品牌能够得到更好的呈现。”

门户网站在视频上的“发力”,让过去投放到地方电视台的广告资源开始转向互联网和移动互联网,传统电视台也因此显出“忌惮”之意。各家网站在世界杯前均有电影院、酒吧看球等线下活动,但最终因央视未对门户及视频网站出售视频直播权导致计划搁浅。王永治坦言:“从营销的角度来看,没有直播权还是硬伤,导致在直播时段,门户网站很难找到‘第一落点’。”

创新营销瞄准“互动”

按下手机屏幕上的话筒按钮,大声喊出支持的球队名字,松开按键,屏幕上的足球应声而起,声音越大球踢得越远,成功进球后即可参加抽奖。

这个看似“神奇”的游戏,就是网易运用声控技术,为桂林三金打造出的“世界杯大声吼”互动活动。除此之外,网易还运用“摇一摇”用户交互技术,为中国移动打造“爆笑摇摇看世界杯”创新互动,以及与海尔合作的“集球星卡换奖品”活动。网易移动互联网部总

经理徐诗表示:“在虚拟球星卡中,有一张万能卡叫‘天尊卡’,这正是海尔在力推的一款产品。”

在本届世界杯上,令人目不暇接的营销方式创新正是另一亮点。新技术带来了新的体验,也为移动互联网流量变现的未来提供了更多想象空间。

世界杯期间,腾讯网的一间会议室里24小时开着5台显示器。其中两台播放着赛事直播和相关电视节目,另外三台则不停滚动着大数据分析平台

AdMaster(精硕科技)为腾讯提供的舆情监控数据,营销团队由此可以获得网民在社交网络、搜索引擎乃至各移动客户端上的行为分析,并判断出及时热点话题。“这为我们进行实时营销提供了重要基础和保障。”王永治表示。当西班牙、英格兰、意大利、葡萄牙等世界强队爆冷回家,腾讯实时营销团队制作出的“再见”系列海报和“老男孩”系列海报,平均速度只有6分钟。

“本届世界杯推动着互联网企业向移动端和视频全面转移与拓展。随着用户习惯的进一步形成,预计到下一届奥运会时,互联网企业的营销和竞争将全面移动化,手机将真正确立主终端的地位。”王永治表示。

智能家居想要“上云落地”

本报记者 陈静

尽管小米、奇虎360和果壳都将智能路由器看做智能家居的核心,但另外一些厂商则寻找着自己的智能家居入口。

7月16日,阿里巴巴集团宣布启动家庭数字娱乐生态合作计划,一台电视可以带来免费视频通话、云游戏、语音购物、云相册等诸多家庭娱乐服务。值得注意的是,在阿里巴巴的智能家居计划中,绝大多数工作被放在云端完成,拿“云游戏”来说,用户无需下载游戏,就可以感受高端配置的电脑主机才能承载的“大作”。原理是阿里云的海量计算和存储资源正成为家庭数字娱乐生态的“强力外挂”,由于计算、图

形处理、渲染等需要巨大资源的部分已在云端完成,智能盒子只需一边将指令发送到云端,一边接受最终的结果呈现在电视机上。此外,阿里巴巴未来还将借由云平台提供实时在线教育课程和基于电视端的网络购物。考虑到近期互联网盒子所受到的政策影响,阿里巴巴此举显然有将其天猫魔盒功能多元化,以提高含金量的考虑。

一边是服务“上云”,一边则是应用“落地”。乐视网则在考虑如何实现智能家居的区域性落地。乐视首席运营官刘弘介绍,国家发改委城市和小城镇改革发展中心联合乐视网等10家单位,

共同发起成立“智慧城市发展联盟”。该联盟旨在向社会大众传递智慧城市发展导向信息,推动城市治理、城市管理、公共服务创新,引领我国智慧城市实现以人为本和持续发展。

继知名地产品牌当代MOMA的开发商当代置业之后,7月19日,乐视又宣布与华贸中心达成战略合作协议,双方将以“华贸蔚蓝海岸”为试点,建设示范性的智慧社区,并形成完整的一体化解决方案。在“蔚蓝海岸”的每一户居民,都将能够通过乐视TV超级电视终端,及时获得通知、提醒、关怀、推荐为一体的实时

应用,未来还可以使用乐视或其他互联网厂商提供的可穿戴设备,将自己的健康数据实时上传到智慧社区的数据中心,定期得到健康状况分析。

不过,尽管智能家居的概念炙手可热,但“上云落地”的尝试是否能突破智能家居的发展“瓶颈”还是未知数。目前智能家居行业还没有统一的国家或行业标准,数据很难互联互通,同时价格依然居高不下,安全性和用户体验也多有欠缺,这些都在限制着智能家居的大范围普及。能否有安全简单并直接解决用户需求和产品出现,将直接左右智能家居发展的未来。



安装APP

要算“明白账”

本报记者 谭辛

由于安卓手机的开放性,很多APP(手机应用程序)会在后台运行不为人知的权限,不仅有泄露个人隐私的风险,也有可能给手机带来安全隐患,还有一些恶意程序则会“偷跑”流量。本期“公开课”教您如何一眼看透APP权限。

其实,查看某款APP具体的权限很简单。例如在安装应用的时候,可以展开APP权限声明来查看。对于已经安装的应用,可以进入“设置→应用管理”,展开下方的“权限”,点击“全部显示”,即可看到该应用的所有权限。

一名APP开发者告诉记者,安装应用时要仔细查看权限,尽量不要安装和APP主功能无关却又涉及读取手机隐私(如通讯录、短信)权限的应用。而当下普遍的现象是很多APP会索取特别多的权限,比如拍照、地理位置,如果你不答应就无法安装APP。那么同意之后,我们如何对APP的权限进行防范和管理?推荐用户安装可以监控权限的安全软件,例如“LBE安全大师”、“360手机卫士”、“腾讯手机管家”,它们都具有软件权限扫描,隐私监控的功能,并且可以对权限进行有针对性的允许、禁止以及开启时提醒等功能。

目前,比较敏感的权限有:读取联系人、写入联系人数据,硬件控制,定位,创建蓝牙连接、完全互联网访问,修改、删除SD卡内容等。上述APP开发者说,比如游戏软件,如果有读取本机联系人记录的权限就要注意了。对于通讯类应用,建议关闭定位和读取电话状态功能。对于浏览器类应用建议关闭定位、硬件控制。对于文件管理类应用则建议关闭网络权限,因为这一类软件有时会通过自带网盘与用户联网,用户设置不当就会产生不必要的手机流量浪费。

长城会推动移动营销发展

本报讯 7月18日,长城会在京举办“RTB如何引领品牌主走向移动之路”主题沙龙,并正式成立“移动营销顾问委员会”,与营销公司、广告主、技术提供商、监测公司,以及对移动营销感兴趣的公司和投资公司一道,将为长城会会员提供更全面、更深入的垂直领域行业分析。长城会方面表示,将通过全球性活动和移动营销系列培训等形式,推动移动营销行业发展,并努力实现为业内培养全方位移动营销服务人才、为企业解决相关移动营销难题。

(洪洁)

一起作业网获2000万美元融资

本报讯 记者赵瑾报道:一起作业网7月16日宣布,由老虎基金、顺为基金等共同投资的2000万美元C轮融资已经完成。由此,一起作业网的市场估值将升至约1亿美元。虽然上线不到三年时间,一起作业网已经跃升为国内最大的小学生在线作业平台,目前已拥有700多万小学生注册用户。据创始人兼CEO刘畅介绍,一起作业网近期正在与各类出版社、教育机构、教育代理商等密切沟通,将用互联网平台打造出全新的在线教育合作模式。

首批可信云服务认证名单发布

本报讯 在7月15日召开的2014可信云服务大会上,我国首批“可信云服务认证”名单发布。据了解,“可信云服务认证”是我国目前唯一针对云服务的权威认证体系,该体系将选择云服务的用户提供切实可信的依据,同时也为建立可信的云生态奠定基础。工信部总工程师张峰指出,建立可信云服务评估认证机制,是推动我国云计算健康发展的有效途径。据悉,目前国内有19家云服务商的35项云服务通过了“可信云服务认证”。

(谭辛)

那好网上线主推直播课程

本报讯 由前世纪佳缘创始人龚海燕创办的那好网正式上线。据介绍,那好网是中小学在线教育领域中,将学业课程与素质教育课程相结合的教学平台。师生可以通过直播视频互相听见看见,跨越不同地区建立网络上的虚拟班级。那好网方面介绍,通过实时的在线视频交互,教师和学生之间可以互相监督,这意味着教学效率和学习效率的共同提高。龚海燕认为,直播互动的课程会更有现场感,更有存在感,也更能唤醒学生的学习热情。

(姚阿娜)

本版编辑 徐红