新动力

优朋普乐布局三大引擎

# 互联网电视如何突围

本报记者 艾 芳

近日，互联网电视行业的领军企业优朋普乐宣布完成了5.28亿元的新一轮融资，在资本寒冬前能拿到这样一笔巨资实属不易。除融资外，优朋普乐董事长邵以丁还公布了2个重磅消息：一是优朋普乐获得了互联网电视双牌照授权，二是将成立新公司全面布局互动电视行业。

目前的互联网电视行业，不仅有百视通和华数等传统势力，还新加入了乐视和小米的竞争。优朋普乐在激烈竞争中应如何重新布局？邵以丁表示，将以优朋科技、优朋传媒和华闻优朋三大引擎进行全面布局，全新打造一个“不一样的优朋普乐”。

第一个引擎是科技。优朋普乐旗下的B2B业务优朋科技正是这次5.28亿元融资主体。经过9年的快速发展，优朋科技已经由OTT（互联网电视）发展为同时具备IPTV（交互式专网网络电视）、DVB（双向数字电视）、OTT三大业务板块的全互动电视内容平台运营服务商，这三大业务也被视为智能电视的未来。

据统计，目前优朋普乐所提供的服务平台上月度总活跃用户数达到1620万户，总播放用户的月度活跃用户数已经突破820万户。

第二个引擎是内容——华闻优朋。不久前，优朋普乐联合华闻传媒共同出资2亿元成立了华闻优朋，主要致力于独家版权内容采购、分销与影视项目投资。华闻优朋的建立，让人联想到了爱奇艺联手华策影视，以及小米电视与各大视频网站的结盟。它们的相似之处在于，通过产业合作形成优势资源的互补，来获取更多、更好的内容。据了解，优朋普乐和华闻传媒预计将在华闻优朋身上追加投入8亿元，进一步巩固这个内容引擎的实力。

第三个引擎则是新成立的优朋传媒。优朋传媒将专注于互联网电视B2C市场的业务发展与商业价值变现。优朋传媒将在年内启动高达5亿元的新一轮募资。这意味着，转型后的优朋普乐将在2B、2C、内容三大业务方向上总计投入近20亿元，致力于成长为中国最大的互动电视内容平台运营服务商。2015年公司的商业变现手段将主要包括基于内容的用户付费、广告、游戏以及TV电商等。

目前互联网电视行业面临比较严苛的政策监管，这也使得小米、乐视等互联网公司在电视领域一直“步履蹒跚”。优朋普乐则通过与广东南方新媒体、国广东方签署互联网电视牌照授权合作协议，成为业内首家获得双牌照授权合作的运营服务商。而目前广电总局总计在全国只发放了7张互联网电视牌照。面对互联网电视的激烈竞争，只有那些脚踏实地的企业才能突出重围。

应对日益严峻的安全威胁，既要不断创新技术，更要加强国际合作——

# 网络安全：“看得见”才有真安全

本报记者 陈 静

在2015中国互联网安全大会上，中国和美国、以色列、澳大利亚、韩国等国家的120位全球顶级安全专家，深入交流全球信息安全最新发展趋势，共同探讨网络安全行业未来。

① 2015中国互联网安全大会名誉主席、360公司董事长兼CEO周鸿祎做主题演讲。

② 前美国国家安全局局长、首任网络司令部司令基思·亚历山大做主题演讲。 新华社记者 李 鑫摄

“2015年，全球网民数量将超过30亿，有49亿台设备连上互联网。传统行业逐步数据化、在线化、移动化、远程化，人、企业、社会服务都与网络深度绑定，其安全风险和安全威胁的影响也更加严重。”中国互联网协会理事长、中国工程院院士邬贺铨说。

同时，网络安全形势也愈加严峻。美国电信运营商Verizon年度调查报告显示，2014年全球接近8万家公司被黑，其中2122家公司基于行业法律被迫公开承认关键数据被盗，涉及全球超过60个国家，范围之广历史罕见，传统的安全产品和防御手段逐渐力不从心。

在新的形势下，如何应对网络安全风险，网络安全的未来将向何处去？日前，2015中国互联网安全大会在北京召开。来自中国、美国、以色列、澳大利亚、韩国等全球多个国家的120位世界顶级安全智库和安全专家对这些问题进行了深入探讨。在他们看来，一方面需要技术创新，通过大数据技术提供的可视化分析防范未知风险；另一方面则需要进一步加强网络安全的国际合作。通过这些“看得见”的安全手段，真正更好地应对当下不断变化、快速增长的安全威胁。

## 数据驱动新安全

网络安全并非新话题，但如今形势正在发生全新的变化。网康科技执行副总裁左英男告诉记者，变化来自几个方面。“一方面IT基础设施在飞速变化，很多企业员工都会用自己的笔记本、电脑、手机接入企业网络办公，企业也在进行云计算和虚拟化的改造，这些都让传统基于边界防护的安全措施很难奏效。另一方面，攻击手段也在不断发生变化，高级持续定向攻击愈演愈烈，这就让传统基于特征的检测方法无法应对。”此外，汽车、家电等大量智能硬件接入互联网，也不可能单靠装在设备上的软件来保护。

“从技术上来看，数据驱动安全是大数据时代安全行业的一个共识，通过对各类网络行为数据的记录、存储和分析，结合安全技术和防护经验，可以从更高的视野和角度、更广的维度上去发现异常、捕获威胁，实现威胁与入侵的快速监测、快速发现和快速响应。”奇虎360总裁齐向东表示。他介绍说，数据驱动安全需要三大核心技术，一是大数据采集器，“这要求有足够多的触点，我们有360天机、天擎、天巡和天眼组成的终端和边界的安全大数据采集系统，在个人网络安全领域，拥有超过13亿的用户，相当于13亿个安全大数据的‘探测器’”。二是大数据引擎，“它能通过关联分析，快速地找到我们想要的数据，并通过可视化技术，让我们用肉眼能看见安全威胁”。三是情报感知，使大数据技术能与网络攻防技术相结合就能做到威胁情报及时感知和告警。

大数据技术带来的安全防控效果让国家电网公司前科技部主任刘建明印象深刻。他表示，国家电网每年仅日志数据就有40TB，每天内外网邮件附件超过10万个，“我们一共分了6个场景，通过大数据技术对这些数据进行分析”。他向记者展示了安全处理视图界面，上面是一根根粗细不等的色带，“这些体现出的是各个攻击节点之间的联系，关联度高，线条就比较粗，大数据带来的可视化技术，不但能让我们通过毫不相干的数据分析中间的关联性，还能让这些关联性一目了然”。

除了企业内部针对自身数据进行分析之外，专家们也表示，还应该形成合力，分享威胁情报，让大数据在更大范围内发挥效力。国家互联网应急中心副主任云晓春就表示，应该集合研究机构、安全企业和相关安全机构的力量，共同建立国家级威胁情报平台，“在这个平台上，大家可以交换自己关于网络安全的数据和威胁情报，以应对未知风险，保护国家和企业的网络安全”。

## 携手开创新秩序

仅有技术创新是不够的。公安部网络安全保卫局总工程师郭启全表示，互联网的开放性使得网络犯罪呈现出跨国性、流动性的特点。“据统计，面向我国境内网民90%以上的诈骗网站、钓鱼网站、赌博网站的服务器位于境外，我国也成为黑客攻击破坏等网络犯罪活动的主要受害国。这让国际合作成为打击网络犯罪的必由路径”。

从商业领域来看，国内外安全企业、互联网平台和传统企业的安全合作已并不鲜见。奇虎360董事长周鸿祎透露说，360威胁情报中心利用安全大数据与亚马逊、Facebook、Twitter、汇丰银行、英国电讯全球上百家企业、大学和机构合作，分享数据和安全威胁情报，包括美国和英国在内的几十个国家的网络安全应急响应小组也已申请使用360的数据。

但在更高层面，各国还应该建立基于合作共赢的网络空间新秩序。国家创新与发展战略研究会副会长郝叶力坦言：“在网络空间需要摒弃现实世界中的丛林法则，让新技术转化为新文明的助力，而非孤立的竞争利器，这需要我们建立多元共生、合作共赢的新型价值观，这也是建立全球网络空间新秩序必须确立的逻辑起点和基本共识。国与国之间要保持战略定力，也要坚持战略沟通，拿中美两国来说，处理网络空间的问题，要密切携手，同舟共济。”前美国国家安全局局长、首任网络司令部司令亚历山大同样表示，中美两国在网络安全方面面临的挑战和威胁十分相似，必须加强了解，通力合作，同时探索建立相关的标准和规则，构建出一整套合作机制。

“我国积极参与和推动联合国国际电信联盟、亚太经合组织等政府进行的网络空间合作，共同应对网络安全威胁与挑战。”工业和信息化部网络安全管理局局长赵志国表示，未来还将进一步加强携手合作。“工信部将继续扩大网络安全领域的国际合作，支持应急组织、行业协会和企业等开展多种形式的国际交流，共同促进形成有利于互联网发展的国际共识和行为准则。同时，应对国际安全威胁、净化互联网环境也需要政府之间、政府与企业之间密切配合、形成合力，需要社会各界及广大用户提高防范意识，共同构建安全可信的互联网环境”。

指尖新经济

# 互联网让汽车变“轻”

本报记者 黄 鑫 实习生 陈 琪

在日前召开的2015腾讯智慧峰会上，腾讯科技和企鹅智酷共同发布了《2015中国汽车消费新趋势报告》。报告指出，互联网带来的开放式平台和丰富的交互，正在把汽车变得越来越人性化和软件化，让汽车变“轻”变“软”。

通过蓝牙或USB接口，手机可以和汽车相连接，用车载系统接电话、听音乐、导航等已经不是什么新鲜事了。报告显示，有接近40%的调查者认为需要车辆行驶中的智能手机互动需求，95%的用户对手机互动功能呈开放态度，表示愿意尝试。显然，若有实用性的产品走向市场，用户的使用热情很容易被激发。

调查也显示，相比于其他城市，一线城市用户对手机汽车互动功能的使用热情更高，这归功于一线城市有着更为成熟的移动互联网产品生态。随着宽带提速降费的推进实施，移动互联网产品生态将更为优化，从而推动手机汽车互动应用的丰富和普及。

导航可以说是车主使用最多的功能之一了。阿里巴巴移动事业群总裁兼高德总裁俞永福透露，今年“十一”当天，用户使用高德导航规划服务次数过亿，用户相比去年“十一”同比增长超过120%。高德还推出了“一个高德，一云多屏”战略，要把高德车联网业务纳入体系，并在抓紧时间研发新一代的一体化引擎，以打通高德在手机和汽车的相关业务。

调查数据说明，导航对有车一族而言极为重要，尤其是在外地出行时，四线城市中接近70%的用户都需要使用，几乎不使用导航的用户仅占7%左右。《2015中国汽车消费新趋势报告》也指出，全国新道路建设速度快，但导航更新滞后的问题，成为众多车主在使用导航时遇到的最严重问题。如今导航实时联网逐渐解决更新滞后问题，但用户也反馈手机应用导航费电，这在一线城市更突显。导航定位不精准、导航无路况显示也是两个普遍存在的问题，还需要更多网络技术提升。

此外，在高端功能方面，用户最注重提升汽车的安全性能。需要配备车道预警和主动刹车的用户，一共达到60%以上。由此可见，这将成为互联网以及汽车厂商新的价值挖掘点。

# 房产O2O国际化布局加速

本报记者 许红洲

中国人投资海外房产的热情不断高涨。统计显示，2014年，中国人投资海外房产的金额比2013年增长46%，仅美国一地就达到286亿美元，创下历史新高。北美的加拿大，欧洲的英国以及澳洲的热点城市更是经历了不动产投资爆发式的增长，整体海外置业需求处于上升态势。

基于此，国内最大的房产O2O平台链家地产启动海外战略并加快布局。3月链家海外事业部正式成立并随即开设了美国业务部，6月链家英国业务部正式成立。目前，链家海外置业已覆盖美国、加拿大、英国、澳洲等多个热点国家和地区。10月22日，链家海外事业部与众多业内及海外从业人士共同探讨房产服务行业向海外拓展的现状与未来，并透露链家将加快海外市场的开拓，完善其房产O2O国际化的布局。

“未来一年内，链家海外事业部将会进一步扩大覆盖范围，实现港澳、北美、欧洲、澳洲、东北亚和东南亚地区的全方位布局，并通过直接与间接两种服务方式为中国投资人提供适合国人思维方式和习惯的全球资产配置服务。”链家海外事业部总经理时今强说。

由于国外的房产政策与国内差异极大，加之税收、汇率、利率等多种因素的共同影响，海外房产购买或投资并非简单的交易买卖，所以海外房产服务的专业要求非常高。海外置业顾问不仅要精通各国的语言和文化，还必须熟悉中国国内和各国房地产市场，掌握第一手最新房地产情报和分析预测，同时熟悉中国本地和海外房地产置业具体操作模式。对此，链家董事长左晖表示，国际运营是链家全产业链进一步完善的重要环节，也是链家国际化的必然趋势，海外事业部还承担着学习和借鉴发达国家市场经验的重任。依托已经成型的全产业链房产O2O平台，链家将在海外建立完整的产品线，完善销售渠道，与金融等第三方机构开展合作，以实现海外业务全线闭环。

# 阿里巴巴“千县万村”项目落户兴化

**本报讯** 日前，江苏省兴化市政府与阿里巴巴（中国）软件有限公司签订合作协议，阿里巴巴在兴化建立一个县级运营中心和200个村级服务站，打造农村“互联网+”服务平台。由此，阿里巴巴“千县万村”项目正式落户兴化。

为配合“千县万村”项目，兴化市地税局第一时间开辟了农村电商纳税服务“绿色通道”，并在全市巡回举办农村电商涉税答疑会，主动宣传电商涉税优惠项目。同时，该局积极与地方政府联动，深入农产品交易市场，及时传递相关产品、供需、消费等市场信息，助力拓宽农产品电子商务增收途径。今年，兴化将在200多个行政村先期建立电子商务示范服务点，大力发展农产品电子商务。（万 军）

近日，北京市门头沟区地方税务局、国家税务局联合推出“门头沟税务”微信公众号，向纳税人讲解税收新政。图为纳税人在税务干部指导下扫描“门头沟税务”公众号平台二维码。 索登明摄

本版编辑 来 洁

我国微商行业从业人数达1007万人，市场规模960亿元——

# 微商火起来，更要管起来

本报记者 李万祥

从2011年的萌芽期到2014年的爆发期，火起来的“微商”正逐步走向行业规范化。据预测，今年移动购物在整体网上零售中所占比例预计将达40%。

作为一种社会化的移动电子商务模式，“微商”始于朋友圈，逐步扩展到QQ空间、微博、易信、来往、陌陌、博客、论坛等网络社交空间。自2013年开始，微商生态圈逐渐形成，包括微品、微店、微商团队、微商平台、微服务，并且扩展到微商业模式、微创业等。

“随着电子商务行业呈现出移动化、模块化、碎片化三大发展方向，相应形成了微商的三类模式。”腾讯研究院高级研究员杨乐认为，这三类微商首先是移动化电商，包括手机淘宝、手机京东等，以及最近新兴的口袋购物等独立的APP应用；其次是模块化电商，是除了传统电商公司自己开发的独立移动应用外，其他的移动APP应用（如打车软件、影评软件等）中嵌入电商模块，如“微信小店”、新浪微博中的“微卖”等；第三类是碎片化电商，这类电商呈现出充分碎片化状态，从货品展示、沟通、支付到物流的交易各环节，用户可以充分利用各类工具（互联网工具或传统工具），根据自身需求，自主选择、自由组合，最终完成整个交易行为。

截至今年1季度，微商行业从业人数已经达到1007万人，市场规模达到960亿元。中国信息经济学会《微信对社会经济影响力研究报告》描述称，2014年微信对信息消费的拉动达到952亿元，估算对就业的拉动达到1007万人。

微商迅猛发展的同时，监管难题也随之凸显。《2015中国微商发展研究报告》指出，目前整个微商体系机制尚未完全建立，仍存在诸多需要完善的问题，从售后管理、消费者维权保护机制、第三方数据统计、舆论监督管理、信用体系建立与评估等尚缺乏系统。

“移动电商的监管要把握好鼓励创新、最小干预、适度监管、线上线下一致、自律与多元共治等五大原则。”北京大学电子商务法律与发展研究基地常务副主任薛军教授认为，移动电商不是虚拟经济，而是新型业态，作为一种分享经济，移动电商可以降低交易成本，有力推动消费。

薛军同时表示，移动电商具有特殊的交易理念与环境，即特殊的信用保障体制、信息传播模式、交易场景。移动电商监管要有针对性，以事中事后监督为主，减少以审批准入为主的事前监管，以过程监督为基础。这就要运用大数据的现代监管手段和技术，明确平台的责任、权利与义务。

国家工商总局今年年初公布了《侵害消费者权益行为处罚办法》，对侵害消费者权益的行为类型进行了全面归纳，明确规定了两大类侵害消费者权益的行为。其实，这些侵害消费者权益的行为在微商中同样存在。

对此，杨乐指出，根据新《消费者权益保护法》，除明晰经营者、消费者、政府有关部门的具体权利职责外，网络交易平台提供者和碎片化工具提供者，作为微商中的重要主体，亦应在保护消费者合法权益中发挥重要作用。由于两类服务提供者主体性质的不相同，其承担的责任也不尽相同。

“碎片化电商模式涉及的多种工具提供者也应履行应尽的社会责任。”杨乐分析，移动化、模块化电商中的网络交易平台提供者，应承担网络交易平台的责任，按照新消保法的规定，责任不容回避。

目前，《消费者权益保护法》中只规定了网络交易平台提供者的责任，并未就碎片化工具提供者的责任作出专门规定。对此，杨乐建议，碎片化的工具提供者应完善用户风险提示制度，畅通用户举报渠道。在对恶意网址进行拦截与提示的同时，碎片化的工具提供者要配合政府部门，探索共建长效治理机制。