

黑白方阵或蕴“毒”

见“码”就刷不可取

本报记者 韩洋 苏立萌

二维码或藏病毒

近期,有网警在微博上发布信息提醒市民:“小心二维码或藏病毒,不要见‘码’就刷。有不法分子利用大部分手机终端安全级别不够高,手机平台难以进行身份识别的破绽,制作含病毒的软件,然后利用二维码骗取钱财。”

据了解,不法分子主要是利用

二维码下载的方式传播手机病毒,先把这类病毒伪装成手机聊天软件,然后再通过二维码提供下载链接,用户一旦扫描了这个携带病毒二维码,就会自动由手机发送短信,进行骗取手机话费等等不法行为。

市民小高是个二维码使用者,

每次看到广告牌、网站上印有二维码,他总喜欢拿起手机,拍一拍、扫一扫,看看里面隐藏的是些什么内容。

“上周在网上扫描了一个二维码,弹出一个陌生网站。手机马上提示说有病毒,那一次吓得我这几天都不敢再用二维码了。”

“毒码”确实存在

小高的担忧是否多余?就此,记者咨询了郑州联通的资深手机软件专家。

“目前,这种寄生于二维码的手机病毒确实存在。用户扫码之后,被导向恶意网站或者自动发送短信,进而使用户步入陷阱,骗取手机话费等。”该专家告诉记者。

“有很多手机使用开放式的手机平台,如果下载了这样的病毒软件,手机的短信发送接口可能会被病毒‘强占’,在用户不知道的情况下发送短信。这类短信往往都要扣除数元的话费,导致手机话费快速流失,进入不法分子的腰包。”

此外,专家提醒,由于二维码技术“门槛”较低,普通网友在网上搜索一款二维码生成器,就可以按照自己的意愿,制作二维码。一般二维码生成后都需要加密,然而有相关资质的企业在全国非常少,这就使个人信息有泄露出去的危险。

仔细甄别防“中招”

有危险总不能用吧?随着智能手机用户的逐渐普及,二维码的应用也越来越广泛,轻松获取身边事物信息的生活方式已经渗入人们的生活,用二维码是必须的,不过,我们应该掌握如何安全利用二维码。

“对于非正规网站发布、非正规渠道获得的二维码不要轻易扫

描,在扫码前一定要鉴别来源是否权威。”郑州移动的相关技术人员提醒市民,不要见“码”就刷,选择可靠的二维码,防止病毒趁机而入。

同时,为了安全起见,下载安装手机杀毒软件也是非常必要的,并要注意及时更新杀毒软件,及时对手机进行杀毒,做好手机保护工

作,让“毒码”无机可乘。

此外,郑州移动的相关技术人员还告诉记者,这类病毒软件目前还无法在苹果手机这类的封闭手机平台上传播,此类平台对短信发送接口“保护”严密,可以自动阻止一些软件的不轨举动;但开放式的手机平台却易受这类软件的攻击。



联通调整部分版本 iPhone 合约价

本报讯 近日,中国联通宣布,该公司从10月16日起针对8GB版iPhone 4和16GB版iPhone 4S的存费送机合约计划进行调整。其中,8GB版iPhone 4的合约购机总价调整为3699元,降幅达1300元;16GB版iPhone 4S的合约购机总价调整为4899元,较之前合约价格下降981元。

据了解,中国联通此次调整后的合约套餐仍分为10档,其中部分套餐“零元购机”门槛也有所降低。例如,8GB版iPhone4签约在网24个月的零元购机门槛从原来的286元套餐降至226元套餐,签约在网36个月的零元购机门槛从原来的186元套餐降至156元套餐。同时,16GB版iPhone 4S签约在网36个月的零元购机门槛从此前的286元套餐降至226元套餐。(陈敏)

移动透明消费提醒全程覆盖

本报讯 根据最新统计数据,今年8月,中国移动累计发送入网提醒短信4200万次,流量提醒超过10.5亿次,业务扣费提醒达到5.4亿次,详单查询确认及提醒共计3700万次,各类提醒发送量超过16亿条,营造了全方位的透明消费氛围,提醒服务举措获得了广大客户的好评。

记者了解到,作为“为民服务创先争优”活动的重要内容,中国移动围绕客户业务使用全过程,提供“无缝”的提醒服务,包括入网提醒、流量提醒、扣费提醒、敏感操作提醒、套餐余量提醒、高额消费提醒和欠费停机提醒等十多项免费提醒服务,全方位贴近客户服务。

新客户入网,将会收到入网提醒短信,告知当前使用套餐中可使用的各类通信量、各类业务和套餐资费,以及套餐外业务及资费,确保客户在入网之初,全面了解已订购的业务、资费情况。

对于手机上网客户,如果没有订购数据流量套餐,每月首次上网时,将会收到流量使用提醒短信;已订购数据流量套餐的客户,当本月实际使用量接近及达到套餐规定流量时,将会收到短信提醒,告知套餐内包含的流量,已使用流量和剩余流量。

为避免在不知情的情况下,产生高额流量,中国移动还将对数据流量费用达到较大金额的客户,及时发送提醒短信。对于境外漫游的客户,中国移动推出免费国际漫游流量提醒服务,及时告知客户已产生国际漫游数据流量或当日累积使用的国际漫游数据流量,提醒客户关注可能出现的异常使用情况。(苏立萌)



时下风靡的二维码,在日常生活中、网络上频繁出现,甚至有报道说个别墓碑上都印有这种点点块块的黑白方阵。方便、快捷,面积小、集成信息量大、易于传播等优点使二维码成为时尚新宠。

然而,近日,一条“二维码或藏病毒,不要见‘码’就刷”的微博引起网友热议。有着独特“魅力”的二维码,难道隐藏着难以察觉的病毒?记者进行了相关调查。



时尚消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

糖酒会 不仅仅是展示

本报记者 武姣

豫酒如约赴闽南

截至目前,全国糖酒会已成功举办86届,而本届糖酒会将为酒业市场带来新的福利,进一步强化自身作为产销对接平台、营销体系构建平台、品牌宣传与推广平台、信息传播与发布平台、投资贸易与合作平台的功能,更好地发挥“晴雨表”的作用。

据了解,豫酒曾在2006年就已抱团参加全国糖酒会,并使“豫满中国”的形式成为会展业一个有力的品牌形

象,而在今年,豫酒重新出发。

宋河酒业作为豫酒代表,在糖酒会现场搭建115平方米的展位,先于10月16日开展了“2012中国白酒发展趋势高峰论坛暨‘中国礼遇 国字宋河’战略发布会”,力邀300余人参与。借助糖酒会的平台推广主导产品,向国内外经销商和消费者传播、展现宋河的“精神面貌”。

“本次糖酒会,酒祖杜康占据展

会场有利位置之一,投放近150平方米展位,所布展台将为大家展示出酒祖杜康的特有文化。”杜康控股相关负责人向记者透露,杜康十分看重省外市场,本届糖酒会亦是杜康走向全国的一次重要契机。

此外,河南张弓、宝丰等酒企在通过精心准备之后,也已出现在糖酒会现场,与其他豫酒品牌一道充分展现河南白酒独特、靓丽的形象。

糖酒会上来“取经”

记者了解到,本次糖酒会国内一线品牌五粮液、汾酒等高调亮相展会,福建本土多家知名名酒企业也参展,还专门设置了“中国台湾食品专区”。

“目前杜康在华南区市场已经突破了亿元大关,这次参加福建糖酒会,就是要进一步巩固华南市场。并通过一系列的高端白酒营销讨论会,与业内人士共同探讨、互动交流。”杜康控股相关负责人说。

糖酒会无疑能促进竞争机制的形成,对于每个企业来讲,在相互交流过程中也是一次很好的学习机会,有利于培育、锻炼更精练优秀的营销队伍,特别是适应国际市场交流的高级营销

人才和企业家。然而,河南九度营销顾问机构总经理马斐则认为,参展商应量力而行,尤其在参加糖酒会之前,一定要从竞争最大化的角度多加考虑,不能只认准市场拓展的机会而透支有限的资金。

相反,与其说竞争,也可将全国糖酒会看做酒行业聚会性节日,暂且抛开糖酒会的商品交易职能,借此机会尽可能利用有效的展会空间,通过适当的“秀”来宣传提升自身品牌形象,尤其在新品推介方面能使产品、市场定位更加精准,也能完成产品与服务市场调查,从而扩大企业的影响力,相

信豫酒本次糖酒会定能收获颇丰,不虚此行。



资料图片



宋河 实务做得更务实

10月14日下午,两时许,正是午休时间,然而宋河股份的办公室内外,楼上楼下,十几名工作人员正在整理行装,偶而有人打来电话,接听者压低了声音“火车站进站口见,马上出发”。

下午四时许开出的列车,在运行21个小时后开进福州,宋河即将在全国秋季糖酒会上进行展示与推广活动,事实上,早有先遣部队此前数日已经抵达闽地,做前期工作。

每有展示,宋河大多参加,对于广告商而言,这样的“大户”比起某些新晋贵酒业挑三拣四的做派似乎更容易接触。话虽如此,但是观察今年以来宋河的一些做法,宋河已经不满足于被动地去参加活动,而是伺机而动,因地制宜,懂得聚焦。凡是吻合自己定位和诉求的事情,凡是自己所需的事情,推进的效率都极高,让人耳目一新,宋河排兵布阵的打法已经迥异于常了。

先是,宋河酒出现在今年安阳航空展现场与贵宾宴席上,这很有些借船出海的感觉,甫一出现,就有同业喝彩,认为这个国内外航空航界巨头聚会的时尚场面上,宋河占尽风光。接下来,神九飞天之际,宋河开始冠名省会各大报媒的专刊,以“礼遇中国成就”为题,为中国航天事业与河南籍的中国首位女宇航员刘洋喝彩、共鸣。紧随其后,同样的模式运用伦敦奥运会中,“礼遇中国荣耀”,为征战伦敦的中国运动健儿加油。在微博中开展的“分享宋河,祝福中国”等一系列微营销活动,做出了有益尝试。

一系列的营销活动,有乱花渐欲迷人眼的化学反应,而与之相伴而生的实务层面活动,更让客商们感受到了一种信心,这种信心来源于宋河一城一策、因地制宜的方略。

仅仅九月上旬,在濮阳和北京举办的两次活动,就堪为范例。9月6日,李连成高举双臂表示感谢,感谢的镜头被许多媒体发布或转载,是日,宋河股份与濮阳县西辛庄联合出品的“村官酒”上市。李连成是全国优秀村支书的典型代表,是豫剧《村官李天成》的原型,他曾说:“想着奔小康,就得办工厂,自己有‘发展粮’。”而这一点,正是宋河千挑万选所要寻觅的伙伴之一。9月7日,宋河人再赴京城,由河南省政府驻北京办事处、北京河南大厦主办,宋河股份承办的“品鉴传统经典酿造 传承中原美酒文化——中原红品鉴推广会”在京举行,玉玺瓶身、秤砣造型、李斯篆书等,使中原红蕴含太多的文化气韵。当天,有300多位在北京工作、生活的河南籍精英欢聚一堂。宋河股份董事长朱文臣自豪地说:“中原红的品质可以媲美任何浓香型白酒。”

实在,再实在些;具体,再具体些。这是一位新闻界前辈曾经告诫的为文之道,现在的宋河与以前相比有哪些区别,我以为,主体更鲜明了,活动更实在了。这是一个不懈前进、不断探索的过程。

(喻现)

见 泉

2012中国白酒发展趋势高峰论坛暨“中国礼遇 国字宋河”战略发布会举行

本报讯 10月16日,由糖烟酒周刊杂志社和宋河股份联手打造的“2012中国白酒发展趋势高峰论坛暨‘中国礼遇 国字宋河’战略发布会”在福州市西湖宾馆隆重举行,糖烟酒周刊杂志社执行总编辑柳旭波、河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉、宋河股份总裁兼营销公司董事长王祎杨以及来自全国各地的经销商等200余人出席会议,共同探讨白酒新周期下的格局之变。

糖烟酒周刊杂志社执行总编辑柳旭波代表主办方首先发言,他在讲话中首先提到了该杂志对经销商快速成长成因的分析:一是与成长期企业结盟,二是拥有拳头产品。在他看来,宋河与西凤、衡水老白干就是这样具有潜能的企业,并表示目前宋河厚积薄发的势头已日益明显。

今年以来,宋河股份正在以坚定而稳健的姿态,引领豫酒走上复兴之路。

宋河品牌的崛起,将增强豫酒板块实力,推动豫酒品牌的扩张与全国化的发展。为此,河南省酒业协会对宋河的全国化发展进程也抱有极大的信心。宋河股份将承担起豫酒引领者的责任,高举豫酒复兴的旗帜,带动豫酒地产品牌的复苏。与会的河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉认为,作为豫酒龙头的宋河在河南拥有首屈一指的科研技术力量、基础实力及品牌影响力等,他期望宋河在

河南白酒市场乃至全国市场发挥豫酒的领袖示范作用,也希望全国各地的河南人多关注宋河。

宋河股份总裁兼营销公司董事长王祎杨向大家介绍了宋河喜人的发展态势,并感谢经销商长期以来与之合作。她提到宋河的上市预期,并表示蓄势的宋河今年销售额将获得较之去年三倍的增长。

(喻现)