

你是不是已经习惯了每天没事就刷一刷微信圈？在了解好友生活动态、与朋友轻松互动的同时，各种传言、营销有没有让你感到困扰？

国家互联网信息办公室近日联合工业和信息化部、公安部等部门开展为期一个月的微信等移动即时通信工具专项治理行动，集中整治移动即时通信公众信息发布服务中的违法违规行。

净化“朋友圈” 移动即时通信治理出重拳

本报记者 周娟

营销刷屏不堪其扰

“好友生活动态被各种心灵鸡汤、可疑的养生秘籍、耸人听闻的传言刷屏，越来越多的商家也利用朋友圈搞起微营销，让人不堪其扰。”前不久，一篇名为“该不该戒掉微信朋友圈”的帖子引发网民热议，一时成为热门话题。

近年来，以微信、陌陌为代表的移动即时聊天工具异军突起，以其方便快捷的交流功能受到用户欢迎。但与此同时，谣言、诈骗等问题也正在这种新型社交平台上快速泛滥，成为广大用户“不能承受之痛”。

国家互联网信息办数据显示，我国移动即时通信服务用户已突破8亿。但是，移动社交平台上因谣言泛滥、诈骗活动猖獗、暴力色情等信息大肆传播而饱受诟病。

记者在采访中了解到，许多微信用户都收到过此类“刷屏”骚扰，有的甚至“改头换面”，在不同的朋友圈中衍生出多个版本。相比之下，虚假营销对用户是更直接的利益损害。据悉，微信公共账号已超过200万个，其中相当一部分沦为“营销卖场”，以次充好卖假货、“集赞兑奖”“骗打赏”等案件时有发生。

专家表示，与微博不同，移动即时聊天工具以熟人作为媒介进行传播，用户对信息的信任度更高，安全隐患也更大。

公众账号首当其冲

国家互联网信息办有关负责人强调，此次专项行动，重点整治移动即时通信工具的公众平台等公众信息发布服务环节，特别是具有传播和社会动员功能的公众账号。严厉打击移动即时通信公众信息领域传播谣言、暴力、恐怖、欺诈和色情信息等违法违规行为。对不履行管理责任的企业依法追究。

专家认为，如果任由虚假、涉黄信息充斥朋友圈、公共账号，就会影响用户体验，进而阻碍整个社交网络环境的健康发展。

落实用户真实身份信息注册的规定

定是本次专项治理行动的关键。除了个人账户与手机捆绑外，对发布公共信息的公众账号还需采取更严格的准入办法。有专家表示，可采取微博的后台实名认证自愿的形式，实现用户隐私和管理需要之间的平衡。

记者了解到，公安部将在此次专项行动中协助企业加强实名认证工作，强化对网站相关审核人员的服务和培训，对违法违规行为进行严打。此外，工信部也将加强对相关企业网络经营许可、网络传播视听节目许可证和互联网新闻信息许可证的审核力度，相关措施将被纳入电信分类目录成为长效机制。

通信企业积极响应

专项治理活动启动以来受到了各方广泛关注。据悉，微信、易信等全国七个主要移动即时通信企业均表态将积极响应治理行动，并着手开始清理整顿工作。

腾讯相关负责人在专项治理启动会上表示，将通过落实实名制，规范群组管理，实行绑定手机号码等方式，进行用户真实身份信息注册，对已有的公众账号做一次全面清理，坚决关闭违法违规账号，加强朋友圈内容审核管理，坚决关闭通过朋友圈传

播违法有害信息的账号。

易信宣布从即日起启动“清风行动”，采取7×24小时不间断的人工审核机制，一旦发现违规内容及账号，立即采取封停措施；同时从严格审核第三方合作伙伴资质，建立全民举报机制，对网络非法信息采取“零容忍”。

同时，来往、陌陌、米聊、光明网时光等移动即时通信商也分别从各自产品的特点出发，承诺将积极履行社会责任，坚决打击违法违规信息，努力传递正能量，为用户提供一



名词解释

即时通信是指能够即时发送和接收互联网消息等的业务。如今，即时通信不再是一个单纯的聊天工具，它已经发展成集交流、资讯、娱乐、搜索、电子商务、办公协作和企业客户服务等为一体的综合化信息平台。

随着移动互联网的发展，互联网即时通信逐步向移动化扩张。一些重要即时通信提供商都提供通过手机接入互联网即时通信的业务，用户可通过手机与其他已经安装了相应客户端的手机或电脑收发消息。常见的移动即时通信工具包括微信、易信、陌陌、来往等。

通信提醒

栏目记者 周娟

公共场合 慎用免费WiFi

“您好，请问WiFi密码是多少？”很多人只要来到餐厅、咖啡厅等公共场所，都会拿出手机、电脑来“蹭网”。

信息安全专家表示，目前大多数公共场所的免费WiFi普遍缺少安全防护措施。不仅如此，用户使用免费WiFi时，还有可能掉入黑客自行搭建的“山寨WiFi”陷阱。因此，用户应该拒绝使用来源不明的WiFi，尤其是免费又不需要密码的WiFi。

中消协近日发布预防个人信息泄露的消费提示。首先，就是不要浏览不正规网站。为了避免上网时被跟踪，建议消费者定期清理电脑中的Cookie。第二，不随意登记身份信息，不轻易填写详细资料。在注册网站、论坛登录账号时，消费者要尽量做到“有限提供”。第三，分级管理个人密码，密码设置要多变。第四，安装使用正版软件，设置软件正当权限。第五，消费者如在公共场所不需要使用WiFi网络，建议及时关闭。在使用个人电脑上网时，不要轻易让陌生人远程操作自己的电脑。第六，信息外泄要及时补救，保留证据主动维权。消费者要对个人信息予以妥善保护或及时销毁，不要随意处置含有个人信息的快速单据、交通票证和电子数据等。

专家特别提醒，用户尽量不要用免费WiFi进行网银、支付宝等涉及财务的操作，必须进行此类操作时，专门的应用软件客户端的安全性高于第三方浏览器。平时应尽量关闭手机等移动电子设备的WiFi功能，在需要时再打开，以免自动掉入陷阱。



名酒

郑州举行家庭羽毛球赛 新疆冠名糖酒交易会

杜康美酒到处共飘香

本报5月31日~6月1日，由郑州市体育局、郑州市羽毛球协会联合主办，洛阳杜康控股有限公司独家冠名赞助的“杜康杯”2014年全国快乐家庭羽毛球公益公开赛，在郑州市第十一中学体育馆举行。

据了解，一年一度的快乐家庭羽毛球公益公开赛，由郑州市快乐家庭俱乐部于2008年发起，目前已连续举办七届，成为郑州、河南甚至全国知名的羽毛球赛事，今年则有来自8省23个地市的170多个家庭350多人报名参加。

为扩大参与度，更加公平、公正地比赛，此次大赛按照年龄分为夫妻A、B组和亲子组等。经过为期两天的激烈角逐，最终，来自焦作的郭巍、刘毅夫妻荣获夫妻A组冠军，来自深圳的廖祥辉、胡从笑夫妻荣获夫妻B组冠军，而首次设立的亲子组冠军则由来自石家庄的父亲王福成、王鹏荣，他们均赢得了万元奖金以及酒祖杜康封坛美酒。

除了各地组合上演的精彩对决，“杜康杯”2014年全国快乐家庭羽毛球公益公开赛最大的亮点，就是世界羽毛球冠军孙俊、葛菲夫妇也亲临现场，不仅作为助阵嘉宾点评，还与此次大赛决出的冠军组合友情开打，相互切磋，让他们也过了一把挑战世界羽毛球冠军的瘾。

“羽毛球是绿色健康、老少皆宜的平民运



杜康控股董事局主席周涛(前左五)与大赛获奖选手合影

动，利于家庭亲情关系的交流与融合，这与酒祖杜康所倡导的绿色生活方式，以及和睦、和谐的人情关系不谋而合。”杜康控股董事局主席周涛表示，未来杜康还将赞助高尔夫等更多赛事，倡导人们享受绿色、健康的运动生活方式。

又讯5月30日~6月1日，新疆自治区酒类专卖管理局、新疆酒类流通协会与全疆752家会员单位联合举办以“弘扬产业文化，推动品牌建设”为主题的“2014新疆糖酒商品交易会”，会议在乌鲁木齐红光山国际会展中心举行，洛阳杜康控股有限公司全程冠名了本届

糖酒会。

本届糖酒会积极与国内外葡萄酒协会、行业专家、学者、进口葡萄酒企业联系，充分体现出“规范化、专业化、品牌化”等特色，中国酒类流通协会、上海酒类流通协会、广东省酒类流通协会、甘肃酒类专卖局等机构踊跃组团参展。

作为本届糖酒会冠名单位，洛阳杜康控股杜康特曲新疆营销中心、华豫山商贸有限公司负责人李山河介绍，本届糖酒会杜康控股推出贴近老百姓消费的杜康特曲等十余款系列新品，其中入口绵软爽烈的一款杜康头曲，零售价仅为78元/瓶，是一款适合当地市场的白酒，而杜康新品金奖特曲，其酒质好，饮后上头慢，醒酒快，它的价格也只有百元左右，适合中档酒宴的招待用酒。

为了丰富展会内容，本届糖酒会还同期举办了“一品浓香”新疆知名酒类产品推介会、全区酒类经销商合作交流洽谈会、“醉美新疆”丝绸之路葡萄酒高峰论坛、葡萄酒种植学术交流、葡萄酒产业发展高峰论坛、“醇色与品位”新疆葡萄酒展示品鉴会、进口葡萄酒品鉴、“感受新疆葡萄酒”生态发展文化之旅、新疆乌苏啤酒大赛等系列活动，形成一大会议主题、八大互动活动、十二个活动环节的展会格局。

(张子璇)

年轻群体将成葡萄酒消费主力军

在香港落下帷幕的2014年亚太区国际葡萄酒及烈酒展览会上，欧洲最大葡萄酒企业法国卡思黛乐葡萄酒业务全球总裁阿兰·卡思黛乐表示，未来中国葡萄酒消费市场前景一片向好，而年轻一代将成为葡萄酒消费的主力军。

据亚太区国际葡萄酒及烈酒展览会最新发布的报告，中国葡萄酒市场在经历了持续10年高达25%的年均增长后，尽管2013年葡萄酒消费量出现下滑，但是在未来5年间仍将恢复增长，并成为全球领先的葡萄酒消费国。

“基于我们的市场调研，中国在3~4

年内会取代美国成为全球最大的葡萄酒消费国，达60亿瓶，因此整体销量都会有所提升，这是我们对中国仍非常有信心的原因。”阿兰·卡思黛乐认为，未来卡思黛乐将在2~3年内在国内再迎来新高峰。

在限制“三公消费”的政策背景下，由团购大宗主导的消费模式发生了微妙的变化，随之而来的是“个人消费”市场逐渐兴起。“个人消费到底能否填补团购大宗消费下滑空缺，我目前还不能预计，但我们关注年轻消费者这个在个人消费领域的主力军。”阿兰·卡思黛乐表示。

酒海微观

在此次展览会上，不难发现水果葡萄酒、起泡酒和桃红葡萄酒等多种“轻”型葡萄酒的身影。而法国卡思黛乐也特意将旗下菲尝系列水果葡萄酒、斐列香槟和多款桃红葡萄酒放在展位显眼的位置。

“针对年轻消费者，除了刚上市的水果葡萄酒外，今年还会引入起泡酒、香槟酒、桃红葡萄酒等。”阿兰·卡思黛乐透露，卡思黛乐集团与全球第二大香槟制造商波多利集团合作的产品——丽斯特桃红葡萄酒也将于今年7月份引入中国。逸香国际葡萄酒教育授权讲师 田晓明



卡思黛乐展场一角

口子窖开创复合兼香型白酒先河

兼香型白酒又称复香型、混合型，是指具有两种以上主体香的白酒。

2010年3月18日，全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会于落户口子酒业，作为兼香型白酒标委会秘书处承担单位，口子酒业主要负责兼香型白酒行业标准立项、起草和制定工作，由此口子窖也和五粮液、茅台、汾酒一起成为浓、酱、清和兼香型白酒的各自香型的领袖。口子窖传承2700年酿酒技艺并勇于创新，独创“一步法兼香工艺”，将浓香与酱香巧妙融合，并点缀式融入芝麻香、清香、豌豆香等香型，口感独特层次丰富。

扶贫帮困 回馈社会

安徽口子酒业股份有限公司，是新中国成立后第一批建厂的白酒企业，1949年“国营濉溪人民酒厂”创立。1997年由淮北市口子酒厂、濉溪县口子酒厂合并成立安徽口子集团。2002年12月，口子集团联合其他发起人股东成立安徽口子酒业股份有限公司。

多年来口子酒业在发展壮大的同时不忘回馈社会，“扶贫帮困、奉献社会”作为企业文化核心价值观之一，助力慈善，诚信天下。每年赞助“口子酒业助学基金”捐助特殊教育学校，为残疾人就业提供帮助，优先提供退伍军人就业，汶川地震、青海地震更是第一时间筹集善款，奉献爱心。

产品独特 深受喜爱

口子酒业作为兼香领袖，产品拥有口子窖、口子坊、老口子等系列品牌。口子窖真藏系列产品作为公司的核心战略品牌，产品有：真藏5年型、真藏6年型、真藏10年型、真藏20年型、真藏30年型产品结构完善，满足不同消费群体的需求。

近年来，随着消费者生活水平的提高和消费观念的转变，白酒消费需求呈现多层次、多类别、多样性。兼香型白酒正迎合了白酒消费市场的发展及消费观念的变化。 赵秀丽