

近日,文化部、国家互联网信息办公室等15个部门联合发布了《未成年人网络游戏成瘾综合防治工程工作方案》。

随着我国互联网使用日益低龄化、便捷化,未成年人沉迷网络游戏直至成瘾已成为一个严重的社会问题,严重影响未成年人的学习生活和身心健康,甚至成为青少年违法犯罪的重要诱因之一。近年来,相关部门出台了一系列旨在保护未成年人健康上网的政策法规,学校和家庭不断加强对未成年人上网监督和管束,取得了积极成效,但仍未从根本上缓解我国未成年人网络游戏成瘾日趋严峻的态势。

为贯彻落实党的十八届六中全会精神和十八大精神,发展健康向上的网络文化,坚持未成年人保护优先原则,努力减少网瘾对未成年人的危害,由文化部等15个部门联合组成的全国网吧和网络游戏管理工作协调小组从2012年3月份开始,深入调查研究,广泛征求专家等各界意见,起草了《未成年人网络游戏成瘾综合防治工程工作方案》,决定从网络游戏成瘾入手,实施未成年人网络游戏成瘾综合防治工程。

该方案明确了近期、中期和远期工作目标,并围绕目标确定了工作重点:一是调动科研机构、精神卫生机构各方力量,研制本土化的网瘾诊断测评系统,在未成年人出现网瘾症状前进行有效的事前干预,减少网瘾危害,降低诊疗成本。二是围绕网吧、网络游戏、网瘾干预机构的管理,进一步完善、细化相关制度规范,建立健全网瘾综合防治的法制体系。同时保持对网吧违规接纳未成年人的高压态势,督促网络游戏经营单位切实落实各项未成年人保护措施。三是充分调动企业、家长、学校、社区等社会力量,从预防、干预、控制三方面入手,构建企业与家长、家长与学校、未成年人与社区、学校与学术机构之间的联动机制,增加未成年人学习和生活的多样性、丰富性、自主性,努力营造有利于未成年人健康成长的学校、家庭和社区环境。四是加强科学全面的新闻宣传和舆论引导,改变目前媒体多以网瘾的危害和个别严重违法案例为主的信息传播惯性,积极引导青少年关注和利用网络的正向案例。(据人民网)

## 液晶电视为何刺激眼睛

生活中我们常见的灯光、CRT、太阳光都属于自然光,而且各个方向振动的波光强度也都相近。那么液晶电视发出的光究竟属于哪种光呢?下面就让我们通过实验来研究一下吧!

测试方法很简单:把相机的CPL偏振镜放在眼睛前面,偏振镜往相机镜头上装的那一面靠近眼睛。透过偏振镜去看屏幕画面,缓缓转动镜片。如果是液晶,当镜片转到某一位置时,画面就是漆黑一片与关机一样。CRT电视机、等离子电视机不管怎么镜片转都能看到画面,只是亮度稍有变化。唯独液晶电视不行,有一个位置会一片漆黑。这是因为,此时电视发出的偏振光

正好与你手中的镜片阻止透过的那一角度的偏振光重合,光线就全部被挡住。

液晶屏自身不能发光,需要屏背后的灯管进行发光,而等离子和显像管电视都是主动发光,不需要背后的光源。如果把液晶电视背后的灯管的偏振光升级为自然光那就当然是个伟大的创举了,但问题是如何改变,因为液晶屏的亮暗本质上就是在控制偏振光的多少。通过以上的实验,我们发现液晶电视发出的偏振光对我们的眼还是有一定伤害的。建议大家观看一段时间后一定要适当休息一下,眺望一下远方,缓解一下眼部的疲劳。(据万维家电网)

## 买节能家电现场提货 有条形码就可直接领补贴

财政部、国家发展改革委、工业和信息化部日前联合发文,要求简化消费者购买节能家电信息核对手续,不得要求消费者购买

后二次返回商场领取补贴。记者近日走访苏宁、永乐思文等几家家电卖场发现,目前消费者在卖场购买节能补贴家电时,如果是直接提货带走产品,可当场领节能补贴,但大多数消费者购买节能产品时选择送货上门,必须在收到货后才能取得条形码,然后再带着条形码、身份证、发票原件和复印件返回卖场,领取相应的补贴款。

**政策:补贴资金应在5日内结算**

据了解,2012年6月以来,三部门先后启动了高效节能平板电视、空调、冰箱等7类家电推广工作,推广期限暂定为2012年6月1日至2013年5月31日。去年10月,三部门曾发出通知,要求推广企业把节能产品惠民工程标识与产品唯一编码贴在外箱上,出货时直接由商家对相关信息进行收集。

根据最新通知要求,财政部将根据每旬销售数据预拨补贴资金。同时,加快财政补贴资金拨付及结算。通知还要求各推广企业在收到补贴资金后,与商家结算时间不得超过5天,确保将补贴资金及时结算给各经销网点。(据人民网)

他表示,洗净性能有其计算方式,但一般消费者不会知道具体测算方法,厂家因此可能会利用消费者无法判断这一点,而在标注上造假。

**专家称能效不合格或为“骗补”**

针对多个批次产品涉及能效等级不合格问题,业内专家刘步尘表示这可能和骗取节能补贴相关。

据了解,去年5月以来,国家相关部门相继推出对空调、电视、冰箱、洗衣机、热水器的节能补贴细则。其中高效节能家用洗衣机补贴标准为70元/台至260元/台,而电视的最高补贴额为400元/台。

“赶在去年5月底,有一大批企业的能效标准集中提高了上去,5月初可能还是二级三级四级,到5月底都成了一级二级。”刘步尘说。“去年5月曾有很多企业被披露相关问题,但现在仍然存在能效不合格现象,可见这个问题一直没有得到彻底解决。”据悉,上海质监局此次抽检中所涉及的不合格产品多数于去年5月后出产。(据《新京报》)

博的呈现方式更多样,成本更低,但最大麻烦是信息送达的不确定性。拜年信息是否及时传达到位是用户最关心的,而不是费用。

“运营商在通信领域遇到新兴互联网挑战,但说到危及生存还没那么明显。而春节期间的用户行为也说明了短信业务仍有可以开发、利用的空间。”张毅说。

不过,尽管短信仍占据主流拜年信息市场,但是按照增长率来看,短信增长的势头确实已经趋缓。以北京地区为例,三家电信运营商除夕短信总量接近11.6亿条,较去年除夕的11亿条仅称得上是略有增长。

这也意味着,短信作为过去几年中很重要的沟通方式,正面临微博、微信等新兴沟通方式的蚕食,尤其是微信。有数据显示,2013年中国春节期间,通过微信拜年的用户在手机网民中的比例达到了58.2%,微信已成为了一种新的拜年方式。

伴随着这些移动应用的兴起,移动数据流量的增长也成为今年春节的亮点。春节期间中国移动的流量增长迅猛,同比增长105%。其中广东移动的数据显示,其GPRS总流量比去年增长63.84%,WLAN总流量比去年增长227.55%,3G总流量比去年增长212.68%。

(据《第一财经日报》)



你想早上起来在刷牙的时候就能了解到当天的天气、股市行情甚至个人的健康信息吗?一面名为Cybertecture Mirror的数字化镜子就可以做到这些。它通过无线连接方式与电脑相连接,还外带有一块遥控器,使用它还可以得到我们的体重、健康指数以及关于健康的一些指数。它不仅仅可以放置在浴室,还可以放在健身房等其他地方,并可以显示当天的气温、天气、时间等信息。

吴明 摄

## 美渲染中国黑客威胁更像是贼喊捉贼

最近一阵子,关于中国的“黑客威胁论”甚嚣尘上。先是包括《纽约时报》、《华盛顿邮报》在内的一些美国媒体,炒作自己持续遭到中国黑客攻击。

其后不久,美国网络安全公司Mandiant又发布报告,称与中国军方有关的黑客多次攻击了美国网站,还将黑客总部锁定在位于上海浦东的一栋普通楼房。对此说法,中国外交部和国防部均予以驳斥。

其实,早在2010年《纽约时报》就闹出过乱点“黑客谱”的笑话。言之凿凿,硬是把以培训汽修、挖掘机、电气焊等方面人才见长的山东蓝翔技校“捧”成了“中国黑客大本营”,搞得技校一头雾水,引来网友一通调侃。这一回,美国人卷土重来,用的还是靠IP地址凭空猜测那一套。而事实上,在中国所遭受的网络攻击中,源自美国的IP数量名列第一。借用美国人的思维,我们是不是也可以简单地以此为据,查一查美国的黑客总部到底是在哪栋小

楼,或是哪家技校里头呢?

美国这套指鹿为马的手法并不高明,反倒给人几分贼喊捉贼的感觉。说到互联网,美国是当之无愧的世界老大,网是它发明的,规则是它定的,主要服务器亦多在美国;说到黑客攻击,美国更是世界元凶,不光大部分病毒都是美国人造出来的,从美国本土发出来的黑客攻击也是最多。自己经常骚扰别人,却总扮出一副受害者的模样,动不动就指责这个,质疑那个,如此荒唐的行事逻辑,说轻点是患上了“受虐幻想症”,说重点就是在虚拟世界推行霸权主义。

无利不起早,美国频繁拿一个个真相尚不清楚的“黑客”事件大做文章,显然是醉翁之意不在酒。事实上,就在美国媒体大炒“中国黑客威胁论”的当口,美国总统奥巴马可能获得更大权限实施“先发制人”网络攻击,美国国防部计划将网络技术人员扩编5倍的消息也随之透露了出来。此情此景,

## 我国力争到2015年 初步形成物联网产业体系

中国政府网日前公布《国务院关于推进物联网有序健康发展的指导意见》,提出到2015年,突破一批核心技术,初步形成物联网产业体系。为实现目标,将加强财税政策扶持,完善投融资政策,鼓励金融资本、风险投资及民间资本投向物联网应用和产业发

展。我国在物联网技术研发、标准研制等方面已初步具备基础,但也存在

关键核心技术有待突破、产业基础薄弱、网络信息安全存在潜在隐患等问题。

意见提出,到2015年,我国要实现物联网在经济社会重要领域的规模示范应用,突破一批核心技术,培育一批创新型中小企业,打造较完善的物联网产业链,初步形成满足物联网规模应用和产业化需求的标准体系,并建

## 松下LG等家电上质检“黑榜”

□李 媛

春节期间,上海质监部门发布多份通报显示,包括松下、小鸭、LG、长虹、海尔在内的多个家电品牌因抽检产品质量不合格被“点名”。主要涉及能效等级不合格,专家称企业涉嫌虚标标注,或为骗取节能补贴。

**企业称尚未采取处理措施**

据了解,上海市质量技术监督局针对上海市生产和销售的家用电动洗衣机产品质量进行了专项监督检查,在17批次抽检产品中,有5批次不合格,包括松下、小鸭、LG、威力和康佳。

其中,杭州松下家用电器有限公司的Panasonic牌XQB65-H671U型全自动洗衣机的

洗净性能、耗电量和能效等级均不合格,属于质量问题严重;山东小鸭集团家电有限公司的小鸭牌XPB30-288型迷你洗衣机因发热项目、电源连接和外部软线项目不合格,同样属于质量问题严重。

此前,上海市还对当地生产和销售的彩电和广播接收机等产品质量进行了抽查,其中,四川长虹电器股份有限公司生产的一款3D32A4000iV规格的产品因能效等级不合格,被判定质量问题严重。

日前,记者致电杭州松下洗衣机售后总部,售后人员称抽检中涉及的型号于2010年8月上市,此后一直在生产,目前公司尚未下达处理措施,要等到元宵节后公司上班后才有

相关回复。

此外,小鸭集团和四川长虹的售后人员均表示,尚不知晓相关产品出现问题,公司也未下达处理意见。

**检测不合格普遍为能效等级**

据记者统计,本次检测中所涉及到的洗衣机有5个批次不合格产品,主要的不合格项目包括洗净性能、耗电量、能效等级三个。电视机的2个批次不合格产品中,不合格项目都是能效等级。

对此,家电专家刘步尘表示,这几个不合格项目恰恰是消费者最关注的指标,包括洗衣机的洗净性能和能耗,这是比较严重的问题,可能与企业的虚假标注有关。

## 春节拜年信息格局未变 手机短信仍是主流

□刘 佳

“春节期间收到60多条祝福,其中有50多条来自手机短信,4条来自微信,2条来自飞信,1条来自微博。”这是广州年轻白领汪明的统计单。

“老年人以电话为主,微信刚刚使用不久,在年轻人中已开始广泛流行,但短信拜年仍是主流,不可替代。”汪明说。

和汪明类似的用户并不在少数。尽管微信、微博等不同程度地崛起挑战运营商,但手机短信仍是主流的信息拜年方式。

近日,艾媒咨询一项针对2013年春节拜年信息的调查显示:受访群体在发送的各种拜年信息中,有68.1%的信息是通过手机短信的方式发送,有11.1%的信息是通过微信

的方式发送,通过飞信、微博发送的拜年信息分别占4.1%、3.4%;在收到的拜年信息中,短信、微信、飞信、微博比例分别为65.9%、12.0%、4.5%、4.1%。

总体而言,受访群体人均拜年短信发送量与接受量均远远高于飞信、微信、微博等拜年信息数量。其中,人均发送拜年短信数量为39.3条,人均发送微信拜年信息数量为6.4条,而飞信、微博等人均发送量仅为2.4条、1.9条。

艾媒咨询CEO张毅告诉《第一财经日报》记者,这个调查结果多少有些“出乎意料”。随着智能手机的普及和移动互联网的发展,调查的初衷原本是看看春节期间微信、微博等新兴应用增长态势如何,但没有想到,短信占据主流的局面并没有太大的改变,微信、微博对于传统短信业务冲击并没有外界想象中严重。

数据显示,春节拜年短信总量普遍同比增加。今年除夕当天,中国移动短信量达到91亿条,同比增加3%;彩信量为2.5亿条,同比增加18%;数据流量同比翻了一番。春节七天短信量达到243亿条,同比增加2.5%;彩信量为15亿条,同比增加15.5%;数据流量同比增加105%。

例如,广东移动除夕全天短信量比去年增加4.02%,其中,20时高达2.01亿条,比去年小时峰值增长7.22%。天津联通方面称,除夕当天,天津联通的短信提交总量约8061万条,比去年同期增长52%。

张毅分析,春节拜年短信量并没有如此前一些人所预测的下降,主要是因为其高稳定性、便捷性能保证拜年短信的及时到达,对用户而言信赖度更高。相对于短信,微信、微

## 2012年全球十大手机厂商出炉 三星夺冠

近日,市场研究机构Gartner发布最新数据报告,2012年全球手机销量为17.5亿部,同比下滑1.7%,为2009年以来的首次缩水。

报告指出,智能手机继续推动整体手机销量。去年第四季度,全球智能手机销量为2.077亿部,同比增长38.3%。而传统功能型手机销量为2.644亿部,同比下滑19.3%。

预计2013年全球手机销量将达到19亿部,其中智能手机销量将占到绝大部分,而功能型手机销量将继续下

滑。

Gartner数据显示,2012年全球手机总销量排名前10位分别为:1.三星;2.诺基亚;3.苹果;4.中兴;5.LG;6.华为;7.TCL;8.RIM;9.摩托罗拉;10.HTC。

诺基亚在功能手机出货量方面依然存在优势,三星和苹果则占据了全球智能手机接近4成的份额。中兴、华为、TCL和HTC进入全球前10大手机厂商,HTC则为全球第4大智能手机厂商。(据人民网)

## 全球智能手机五强中国占三席

日前,权威市场机构IDC经过调整的去年智能手机份额排名榜显示,在全球智能手机前五强中,除了三星、苹果遥遥领跑外,第三到第五位已经被中国厂商所占。

今年1月末,IDC发布的全球智能手机份额中,有华为和中兴两家中国企业进入前五,分居第三和第五位,第四位是索尼,但此次IDC重新对数据进行了调整,最终版上,索尼跌出了前五,中兴前进到第四,而联想则首次挤进了前五。不过从具体份额来看,三星以29%遥遥领先,苹果也有21.8%的份额,但三

家中国厂商的份额无一超过5%,份额相加之和也无法与苹果相比,这也说明虽然中国手机厂商已经成为全球市场的重要力量,但仍远远没有具备和三星、苹果对抗的实力。

另外,IDC还发布了包括平板电脑在内的全球智能终端份额榜,去年三星一举超越了苹果,无论在手机、智能手机还是智能终端领域,全部问鼎冠军;而在中国市场中,联想则是智能终端销售的NO.1,其后分别是三星、苹果、酷派和中兴。(据《京华时报》)

## 垂直电商：跑马圈地 还是精耕细作？

据媒体报道,距离双方合作尚不到一年,当当网日前解除了与酒仙网在酒类频道上的独家合作。从公开信息来看,酒仙网在当当网平台上的销售没有达到预期,或许是双方“分手”的重要原因之一。

“分手事件”再次让人们注意到垂直类电商的“两难”:跑马圈地扩大规模,还是精耕细作先要利润?

电商在中国一直有一个略显畸形的现象——尽管大多数电商企业本身商业运营尚未赚钱,但却从各路投资资金那里“赚”了不少钱,并支撑着电商这几年掀起一波又一波的价格战、营销战。

或许是对上述商业路径的依赖,一个个互联网融资故事的背后伴随着相同的跑马圈地的商业策略。仅就白酒垂直电商而言,近年来,酒仙网、也买酒等都曾先后宣称获得过数额不菲的融资,但持续盈利却依然是个不小的难题。

而一些“另类”的垂直电商则从精耕细作中尝到了利润的甜头。成立尚不足两年的购酒网凭借其“小步快走、赢利为先”的经营策略,在2012年交出了一份销售额过亿、利润过千万元的成绩单。购酒网负责人赵小伟明确表示:“规模短期内或许不会做得很大,但企业一定要赢利,赢利比规模更重要。”

财务数据的压力让越来越多的电商开始回归商业原点,反思“赔本赚吆喝”的跑马圈地,削减高额的营销费用,越来越倾向精耕细作以获得盈利。譬如,京东商城的刘强东在内年会上提出,要实现精细化管理和运营体系的完善;凡客诚品的陈年则要尽量提高客单价,“力争2013年实现全年赢利”。

见微知著。白酒垂直电商这一细分领域的变化,给垂直电商行业提供了一个不错的观察样本和启示——精耕细作推广、专业化运营比价格战、营销战更为务实,精准定位消费者、注重细分领域品牌打造比宽泛的互联网点击率更为有效。在此基础上,垂直电商需在所处的细分行业里向产业链的上、下游延伸,构建线上与线下互动的核心竞争力。

在垂直电商领域,跑马圈地和精耕细作依然会有各自的粉丝,白酒垂直电商的分化启示也并非放之四海而皆准,但至少证明垂直电商只要路子走对了就可以赚钱。(据新华网)