



据CNNIC最新调查显示,2011年上半年,我国遭遇过病毒或木马攻击的网民达到1.21亿,有过账号或密码被盗经历的网民达到1.21亿,有8%的网民在网上遭遇过消费欺诈。作为信息安全的旗帜性公司,伊时代成为洞察先机的率众发力者,走出了国内数据安全类企业首次涉足个人隐私安全领域的关键一步。

数据安全从工业级向个人化的渗透

伊时代长期以来专注于为政府部门、军队、安防等行业用户提供数据安全相关的产品和服务,然而,今年以来,伊时代在个人信息安全领域发力,以其服务于政府、军队的技术生产针对个人的信息安全产品,并推出“精英保险柜”等个人信息安全类产品。这在国内尚属首创,而伊时代也

航天信息与武进农业园区启动战略合作 将承建2013年“中国第八届花博会”信息化系统

近日,航天信息股份有限公司与江苏省常州市武进区政府在常州签署了“智慧嘉泽”信息化战略合作协议,正式确立由航天信息作为江苏省武进现代农业产业园区“智慧嘉泽”及2013年“中国第八届花博会”相关信息化建设任务的总责任单位。

据了解,嘉泽镇是闻名全国的“花木之乡”,全镇花卉苗木种植面积近10万亩,占耕地面积的95%以上,全镇90%以上的农户从事花木生产,拥有独具特色的花木产业。2013年“中国第八届花博会”即将在常州市武进区举办,嘉泽镇的城镇建设和花木产业发展也迎来了新的历史机遇。为了配合“十

联通沃派视频分享业务上线 500MB国内定向流量抢先体验

近日,记者从中国联通方面获悉,联通青少年业务板块“沃派”主推的“视频分享”业务已正式上线。据了解,该业务实现了手机视频的“即拍、即传、即分享”,满足青少年用户分享和社交的需求。值得关注的是,联通将视频分享业务也纳入到“沃派36元套餐”里,赠送的500MB国内定向流量产品池中,旨在通过“免费体验”的形式来吸引青少年用户使用,提升用户粘度。

据联通内部人士介绍,视频分享业务基于中国联通WCDMA网络,聚合用户原创视频内容和互联网视频上传网站内容,以精粹、短小的视频内容,结合灵活、便捷的传播方式,用户通过手机就可以完成视频拍摄、上传、发布、



备受业界期待的东风日产首款豪华跑车型SUV——MURANO 楼兰,日前正式登陆中国。至此,与逍客、奇骏一起,东风日产率先完成了在中高级和豪华级市场SUV车型的战略体系布局。与此同时,一汽大众、广汽本田、一汽马自达等各大主流车企,都在抢着发布SUV战略规划或新品计划。而在这背后,是中国SUV市场的迅速崛起。从市场的发展态势和各厂商积极的态度来看,中国SUV市场或将迎来一个属于自己的“新黄金时代”。

市场放量增长 SUV前景广阔

事实上,早几年前国内的SUV市场一直被视为小众市场,整体行情不温不火。有数据显示,2003年中国SUV市场容量仅为13万辆左右。而到了2010年SUV市场总量实现了10倍的高速增长,达到了132万辆。进入2011年,逍客、途观、RAV4等主流SUV车型销量,均保持在了月销万辆左右的历史高位,堪与传统主流家轿市场相提并论。此外,像奇骏、汉兰达等中高端细分SUV市场,和Q5、X3等豪华细分领域,其销售也都处在历史同期的最好水平。SUV市场如此的放量增长,主要得益于中国消费者购车需求的转变。中国消费者的用车由最初的代步工具演变成一种生活方式,其内涵和外延正在不断地扩大和创新,开惯了轿车的都市人,如今已经远远不能满足于轿车带给人们的舒适和文静;其次是理念上的改变,想借助SUV的动感活力,来标榜个性,但又不失身价;再就是对休闲娱乐方式的改变,移情于对汽车功能的追求,独享回归自然的自由。SUV的个性与实用并存成为了一种生活标识,再加上日趋合理的售价,因此造就现今国内SUV市场的繁荣。

个人数据安全需求凸显 伊时代推解决方案

成了“第一个吃螃蟹”的人。以往,专业的文档安全外发控制软件大多适用于企业级,费用及专业化的部署使用让普通用户望尘莫及。与此同时,随着互联网的重要性和价值越来越突出、个人上网的重要性与价值也水涨船高。伊时代的技术专家指出,数据安全的个人化需求,不仅是悄然发生,而且已经刻不容缓。

让谁都可以轻松掌控安全之道

此次伊时代公司推出的精英保险柜,名为“保险柜”,实际上是一款“加密个人服务器”。据专家介绍,这是目前国内功能完善、技术先进、可靠性高的便携式个人数据安全产品,它拥有自主研发的安全内核,集加密存储、加密传输、强身份认证、无痕在线编辑、数据备份、远程登录于一身,并通过国家多个权威部门认证。更重要的是,无论是数据在客户端和精英保险柜之间的传输过程,还是在保险柜中存放,均采用了工业级的256位硬件加解密技术方案,使得数据在传输和存储过程中近乎不可能因被破译而导

致泄漏。目前为止,市场上像精英保险柜这样的产品还属首创。数据安全的需求早已被关注到,但不少用户担忧的是,工业级解决方案转化为个人产品之后如何保证简单易操作。普通人首次现场体验精英保险柜的使用,或许能打消用户的疑虑。

由于拥有远程登录的功能,使用者只需要把“精英保险柜”放在家里或者办公室里,随身带一个特制的U-key,无论走到哪里都可以凭这个U-key加密连接到“保险柜”,即可远程调用个人数据了。当然,安全性依然是这种远程登录方式首要考虑的。类似于银行的U盾,精英保险柜也是必须凭U-key和密码才能登录。但与银行U盾不一样的是,精英保险柜没有所谓一个超级管理员,只有掌握了U-key的人才有权限进入保险柜。而这个特制的U-key同时也能保证在本地终端的无痕操作,也就是说,不论用什么终端设备登录操作,也不会在该终端留下痕迹。

(常乐)

其他信息化系统的多项建设任务。在第一期的合作中,航天信息将首先开展有关“智慧嘉泽”花木产业管理系统、自动化办公及财务管理系统等项目的建设任务。

作为国家级信息化领导厂商之一,航天信息曾先后承担过多项国家级重点工程的建设,是国家大型信息化工程和电子政务领域的主要参与者。目前该公司在信息安全、智能商务、RFID射频识别等方面拥有非常雄厚的实力。此次合作启动后,航天信息将充分利用其在信息安全、物联网、电子商务、居民二代证应用,以及大型活动的安全、票务、食品安全追溯等方面的领先技术优势和卓越信息化集成能力,助力武进地区的信息化建设,为武进地区“智慧嘉泽”和花博会等项目的信息化建设贡献力量。 (杜威)

用户办理“沃派36元套餐”,使用视频分享业务产生的流量将从500MB国内定向流量中扣除,消除了青少年用户在3G流量资费方面的顾虑。据最新的《2011年度中国手机视频服务发展状况研究报告》显示,2010年手机视频市场用户规模为7718万,2011年底将突破1.31亿,预计2013年达到2.82亿,其中,青少年用户成为视频业务使用主体。

业内人士分析指出,伴随手机视频市场用户的规模化增长,运营商对于手机视频分享市场的争夺将会更加激烈。联通“沃派”推出手机视频分享业务,旨在为青少年用户打造一个基于移动互联网的视频分享平台,这不仅符合青少年用户对于移动互联应用的体验需求,更有助于联通培育未来的高ARPU值用户。 (王旭)

东风日产布局SUV战略 SUV或将迎来“新黄金时代”

与此同时,消费者追逐大空间的需求,恰好令具有先天空间优势的SUV成为新的热点。但是,如何在空间里创造更佳的便利性实用性,就成为摆在SUV车型面前的重要课题。业内人士表示,SUV不但需要空间大,更重要的是对内部空间进行了最充分的利用,实用性和智能性巧妙结合,令大空间里处处透露着智慧,如逍客配备的CARWINGS智行+智能全方位行车服务系统,就是在智能化方面下了功夫。另外,安全性能也成为SUV愈加突出的核心卖点。拥有良好的安全配备体系的SUV产品,可以为驾乘人员增添一份安全信心,提供更好的安全保障。

三箭齐发 创领市场变革

时尚全能王——逍客,自上市以来,凭借其时尚、跨界全能的产品特性,打造出智观全景、智尚全型、智行全程3重领先优势,始终引领市场的潮流发展,在20万级别的主流城市SUV市场中,销量排名一直位居前列。其中,逍客搭载了,只有高端进口车型才配备的AVM全景式监控影像系统,分居车头、两侧和车尾的4个广角摄像头,为驾驶者提供实时图像,并可模拟出车身周围鸟瞰图,为驾驶者提供最为有效、直观的影像。此外,逍客还配备了拥有超广视野的通透全景天窗,可实现前所未有的采光效果,令驾乘空间加倍通透。

逍客的另一个重要升级突破在于,采用了搭载于东风日产旗舰车型全新天籁上的CARWINGS智行+智能全方位行车服务系统。全新的智慧型仪表盘,可以为驾驶员提供更多的实时车况信息,以及更加绚丽、醒目的显示形式。而先进的新一代CVT无级变速器、超高性能悬挂系统、领先的4X4全模式四驱系统,则进一步保证了逍客的通过性和舒适性。技术之王——奇骏,在技术性能上面,保持领先优势,得到了专业汽车媒体和众多用户的一致好评,英国Fleet World杂志评选中,奇骏力压群雄,连续第二年夺得年度最佳四轮驱动汽车称号。奇骏搭载

外贸电商服务再添新版图 Bizark+“电商丝绸之路”剑指东欧

早在2000多年前,中国的丝绸、药材、香料等特产想卖到欧洲,需要靠“陆上丝绸之路”、“海上丝绸之路”才能运往中亚及欧洲。现在步入互联网的时代,吹响了外贸企业“电商丝绸之路”的新号角。“四海商舟(Bizark)为外贸企业提供增值化、定制化的海外营销整合服务,创立至今,服务客户超过几千例。”四海商舟市场总裁单亮表示,“在为企业的服务过程中,四海商舟发现不少企业有东欧市场的外贸需求,我们一直致力于帮助更多的外贸企业‘走出去’,在这个过程中我们开始着手开拓东欧市场。”

很快,四海商舟成功与Yandex结为战略合作伙伴,Yandex向来有“俄罗斯百度”之称,占据东欧市场44%的市场份额,这也是Yandex在中国的唯一合作伙伴。调查显示,Yandex是俄罗斯互联网访问量最大的资源信息库。四海商舟的副总裁荣云剑分析道:“进入东欧市场存在两大

第700万辆轿车下线 上海大众再创新高

日前,随着一辆钛金色全新帕萨特在南京生产基地的下线,上海大众汽车有限公司正式迎来了自己的第700万辆轿车。这也是这家国内保有量最大的轿车企业,继2010年10月累计产量突破600万后,又一次刷新中国轿车行业纪录。从去年10月22日产量突破600万辆,到此次700万辆轿车的下线,时间不足11个月,凸显的是上海大众企业规模的扩大和生产能力的提升,而拉动产能的是市场需求。作为中国轿车市场最早的开拓者,上海大众坚持以优秀的产品满足市场需求,通过新产品的引入、研发和对现有产品的升级换代,不断优化产品结构,各款产品均在各自细分市场占据领先地位。从600万辆到700万辆的跨越,不得不特别提到一个车型——LAVIDA朗逸。在这100万辆的增量中,LAVIDA朗逸所占比例接近1/4。这款由上海大众全新设计和开发的量产车,月均销量稳定在2万辆以上,屡屡获得国内单一车型销量月冠军,其在A级车市新一代市场标杆地位已不容撼动。朗逸的成功完美诠释了上海大众的研发实力



以及对市场需求的精准把握,也得到了中德股东双方的高度认可。今年4月,上海汽车集团股份有限公司与大众汽车股份公司就一系列支持上海大众合作开发的事宜,签署合作协议。根据签署的相关声明和协议,中德投资双方将共同支持上海大众基于德国大众最先进平台及发动机技术,面向中国市场开发一款C级别的高端轿车,该产品将成为大众品牌产品体系内首款C级别的高端产品。双方还将共同支持上海大众在新能源技术领域的发展,积极推动上海大众电动车产品,包括自主品牌电动车的研发。同时,上海大众还将引进德国大众最新的MQB平台技术。在此平台基础上,上海大众可以开发从A0、A、B、C级车,以及SUV、电动车产品。 (李小楚)

都市新智者 哈弗H6细节详解

近日,长城汽车首款中高级城市SUV 哈弗H6正式上市,率先推出2.0L汽油及2.0T柴油车型,分为都市型、精英型、尊贵型3种版本,其中汽油版售价区间9.58万元至11.58万元,柴油版价格区间为12.18万元至14.18万元。作为长城首款定位中高端的都市智能SUV车型,哈弗H6将以怎样的杀手锏向市场发起冲击?

哈弗H6的车身尺寸为4640×1825×1690mm,轴距2680mm。明显的身高优势使得H6在滚滚车流中出众而醒目,超越同级SUV和合资轿车的超大空间更符合消费者对SUV车型的预期,并将为生活实现更多便利。

动力方面,哈弗H6搭载的绿静2.0T柴油机是长城汽车自主研发的新一代小排量、大功率、高性能的柴油发动机。它融汇DOHC双顶置凸轮轴、电控高压共轨、涡轮增压等先进技术,动力指标达到了3.0L汽油机的标准。哈弗H6汽油车型搭载了国际知名的三菱2.0L发动机,成熟可靠的技术特性保证了哈弗H6卓越的动力输出和经济的燃油消耗。在主动安全方面,哈弗H6标配德国博世公司最新8.1

红木——被重新认识的文化礼品

据报道,近期消费者送礼呈现新趋势——选择红木产品为礼品,理由是富有文化内涵,集实用性、艺术性、耐用性、保值性于一身。特别还提到了一个红木生产企业连天红,因为该企业生产的家具和工艺品均以故宫(包括北京故宫及台湾故宫)博物院的红木制品为范本。据购买过连天红木家具和工艺品的消费者称,连天红所制作的红木产品,复原了故宫珍品,考究、美观、实用,且包含了浓浓的传统文化,堪称当前红木制作的精品。

事实上,虽然谁也不会否认红木家具身上的文化属性,但是,当提及文化礼品时,首先想到的仍然是书籍、字画、古玩、藏品等被传统和炒作概念认可的品种,并不能一下子想到红木身上去。这其实是和红木的一些特性有关系的。首先,稀有的红木一直受到皇官贵胄、达官贵人、文人雅士的喜爱,但在民间并不普及。由于经济发展的原因,普通大众真正开始接触红木其实是在改革开放后才逐渐开始的。也就是

说,属于“圈外人”的老百姓,真正认识红木的时间并不长,而对红木的文化属性认识,等于才刚刚起步。对于一个刚刚起步的认知,要求不可太高,因为消费者认识到红木产品也是一种好的文化礼品,对红木以及传统文化来说,已经是良好的开端。

“千里之行,始于足下”,对红木传统文化来说,要感谢那些热爱它、继承它、发扬它的企业和人群,是他们让红木文化在普通大众间传播,是他们让红木更加亲民。当然,这种感谢是相互的,文化是“土壤”,红木是“树苗”,这些企业和人群是劳动者,三者的关系密不可分。这样看来,被消费者认可的连天红公司,就是一个为红木文化挥洒汗水的可敬的劳动者。正是有了他们的努力,让红木文化的巅峰——明清红木家具的代表——两地故宫红木珍品重新展现在大众面前,才使得大众有机会去了解、去热爱这种文化和文明。

请记住,红木制品是文化的一个载体,其中一个“载体”的名字叫做连天红。(高艳)