

手机会突然没信号? 可能伪基站正给你发垃圾短信

南京破获一起相关案件,警方揭开伪基站暴利黑幕

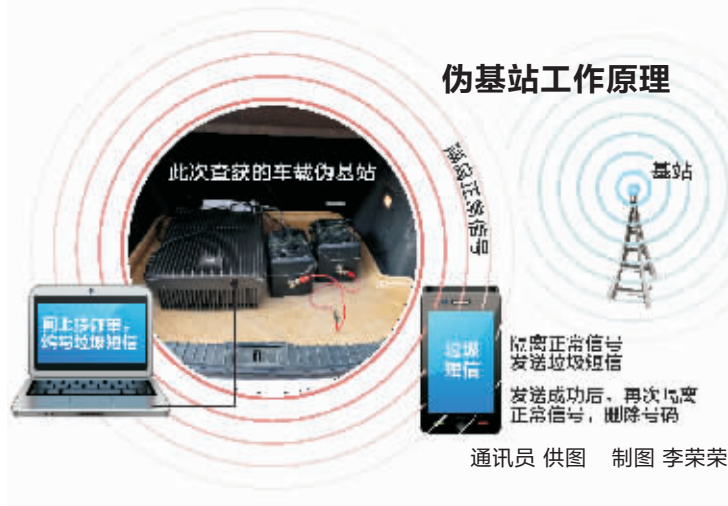


核心报道

垃圾短信

走在大街上,手机短信提醒声响起,打开手机一看,结果却是一条楼盘打折优惠之类的广告短信,在大城市,相信不少人都有过这样的遭遇。这种垃圾短信是如何发送到手机上的?目前在南京建邺公安分局看守所的周某,交代了他利用伪基站,制作、发送垃圾短信的全过程。

通讯员 国武
现代快报记者 李绍富



通讯员 供图 制图 李荣荣

神秘电波阻断手机信号

市民张先生家住应天大街附近,最近一段时间,他晚上外出散步,总会收到一家楼盘的广告短信。

张先生说,他原以为是通信运营商为了搞增值服务,收了开发者的钱,往他们这些用户手机发这些垃圾短信,于是就拨打了通信公司客服电话投诉。

接到投诉后,通信公司安排信号检测车,到他所在的小区附近监测,发现在应天路高架桥南侧附近

不时会出现不明电波,并且出现时手机的信号就会中断,直到收到一条垃圾短信后,手机信号才会恢复正常。

通信公司的人员确定是附近有伪基站发射信号,干扰了手机用户的通信网络,于是报警。

警方查获车载伪基站

建邺公安分局南苑派出所接到报警后,与分局刑警大队一起,立即立案侦查。1月7日,民警将不明电波的来源锁定在一辆银灰色奇瑞轿车上。随后,民警将车上的

嫌疑人周某抓获。

在周某驾驶室内,查获了一台笔记本电脑。不过,这台笔记本电脑与普通电脑不同,有一根数据线连到了车的后备箱。后备箱里,有两块类似电动车使用的电池,还有一个黑色小箱子。

这个箱子就是周某发送垃圾短信的主要设备,这台设备通过电池供电,与电脑连接后,通过电脑上的特殊软件,输入相应的信息,就可以自动发送。周某的笔记本电脑上,正在发送的短信为南京一家楼盘的推销广告。

伪基站如何工作?

两次隔离正常信号 强制发送垃圾信息

南苑派出所办案民警介绍,周某使用的伪基站,主要由主机和笔记本电脑组成。这套设备能发出很强的电波,搜取以其为中心,500米半径范围内的手机卡信息,并强行向搜索到的手机发送设置好的短信。

正常使用的手机,会每5秒搜索一次周围的信号基站。而伪基站设备的信号要比目前通信运营商提供的信号更强,手机就会自动优先选择伪基站发送的信号。

手机在接受伪基站发送的信息前后,会经历两次被隔离的过程,一次是被强制拉入伪基站的信号范围,正常的通信信号插不进来,另一次是发完信息后,将发过的号码删除,在伪基站设备删除号码时,手机也无法正常收到信号。

警方提醒,市民接收到垃圾信息,可向相关的通信运营商反映。通信运营商接到反映后,会启动设备对相关的基站信号进行监测,一旦确定是伪基站干扰了信号,运营商就会报警,警方就会立案调查。

垃圾短信有多暴利?

网上接订单,1条1分钱 3个月挣了3万元

周某是连云港人,半年前听说有人利用先进的设备发广告短信很来钱后,他就动起了这方面的脑筋。后来,经人介绍,他在网上花1.5万元购买了一套伪基站设备,并学习了发送短信技术,来到南京,在各大论坛上到处发帖招揽生意。

“我来南京3个多月,发的都是房产广告,一天发三四万条,能赚三四百块。”周某称,他的订单基本上都是在网上拿到的,至于上家从哪里拿到订单,他也弄不清。拿到订单后,他就调试好设备,开始发短信。白天开着车,到人多的夫子庙、新街口等地流动发送。晚上回到出租屋后,他也不放过赚钱的机会,继续发。

周某称,发这种短信,一条也就1分钱。对他来说,除了油钱外,几乎没什么成本。他干了3个多月,每个月的收入都在1万元左右。

周某因涉嫌破坏公共通讯设施罪被刑拘,案件正在进一步审查中。



1月12日,恒大冰泉全国合作伙伴大会暨订货会在清远恒大世纪旅游城正式举行。恒大集团董事局主席许家印、总裁夏海钧、恒大矿泉水集团董事长潘永卓等人参加了会议。据介绍,此次参会的经销商及商超代表超过3000家,创高端矿泉水领域合作伙伴大会的最高参会代表人数纪录。此外,恒大矿泉水集团已建立销售分公司的332个市级区域均有经销商代表出席。

30天订货57亿

恒大冰泉全国强势推广,日签单额近2亿

30天签单57亿 许家印目标“家喻户晓”

一个月前,恒大冰泉开始铺货,已签得30亿订单,此次大会实现签约订单27亿,合起来57亿订单的签约时间跨度仅30天,平均每天签单金额近2亿。许家印在会上表示,恒大矿泉水集团目前已经有4000多名员工。他要求对恒大的品牌宣传要求是用广告宣传到“家喻户晓”,一年内销售系统在全国铺货的货点达到200

万家。

与此同时,恒大矿泉水集团产能投放已陆续就位,恒大冰泉二期生产线已在计划之中,预计不久将投入使用。据悉,目前恒大冰泉已在北京、上海、广州、深圳、天津等全国多个城市建立快消品龙头经销商,渠道覆盖沃尔玛、华润万家、家乐福、易初莲花、乐购等。

“五年夺亚冠”式豪言再现 恒大冰泉欲三年销售破300亿

自去年11月9日,恒大冰泉借力亚冠决赛出世,一直运用“轰炸式”营销进行强势推广。据介绍,恒大足球成功夺冠后,“恒大冰泉”元素最大化植入到庆典中,品牌得到了极大宣传。次日的恒大矿泉水集团召开新闻发布会,正式宣布进军矿泉水产业,并利用全国数十家电视台、全国300家主流媒体进行大幅的连续报道。除此之外,恒大也利用集团在地产行业进驻全国140多个城市290多个项目进行营销,通过官网、广告、微博、微信、短信、各售楼部设现场展示点等进行产品宣传。

许家印表示:“恒大冰泉的水资源有保证,产品的质量有保证,而且在水的检验上,检测手段上都是非常超前的,用世界的标准,用更加严格的标准,我们站在很高的高度来做这件事情。资源好,品质好,资源有保障,鼓励我们在恒大冰泉的投入方面不惜代价。我们对恒大冰泉是极其充满信心,我要求恒大矿泉水集团今年销售要过百亿,明年销售要增加一百亿,三年要达到三百亿。”(宋昱)

恒大矿泉水集团今年销售要过百亿,明年销售要增加一百亿,三年要达到三百亿。

用好、用足恒大品牌 为老百姓多做民生的事情

恒大进入快消品行业,在方方面面以创造奇迹的精神来推动这件事情,进入矿泉水行业、快消品行业,不是短短的几个月,而是在几年时间内一直不断地研究。恒大作为中国的龙头民营企业之一,处处以民生为重,为老百姓多做一些有益的事情、多做民生的工程是恒大一直考虑的事情。将恒大的品牌用好、用足,为社会多

做贡献,这是最近三五年之内,也是长期以来恒大一直研究的问题。

许家印说:“这几年恒大进入了中国的足球领域,而且取得了比较好的成绩。我们更加增强了用恒大品牌为中国的老百姓多做民生的事情,这个问题一直反复研究,我们认为进入快消品行业是最好的。”



许家印