

金融危机催生网络创业热

“网赚”：“馅饼”还是“陷阱”

靳 祝

的信息也在互联网上无处不在。小投入、大产出,这是所有创业者梦寐以求的,但是在种种“网赚”资讯中,事实上存在着大量的“陷阱”。

名为“创业”疑似传销

“如果你不想给别人打一辈子工,想自主创业,但是又没有资金、没有项目;如果你有做过传统生意的经历,知道做传统生意的难处、压力及风险;如果你想白手起家干事业,或者你是一些新的启发,让你走上自主创业的道路!”

在“深圳跳蚤网”上,有这样一条“网赚”人士的推广帖,向社会推广他的“网络创业”项目。而这究竟是一个什么样的“事业”呢?向发帖人追问下去,原来是

“如果你花 2000 元到 6000 元购买我公司的产品,就能获得公司上千款产品的代理权与经营权;如果你有资金,就可以开店经营,也可以进行网络直销、拓展团队,获得公司的佣金奖励……”此人称他所推广的是“基于电子商务的多层次直销”,据了解,目前我国对此尚无明文规范,但其所描绘的“买产品——拉下线——拿提成——下线再拉下

钱”的模式,分明与现实中的传销如出一辙。

刷流量掉进买卡圈套

“如果你没有丝毫资本金,又要守住自己的工作赚薪水养家糊口,有一种‘网赚’的模式适合你——在家时上上网,不断地点击人家提供的网络广告,发动一切资源点击这些广告,为广告商赚取‘流量’。如此而已,月入数千元不在话下。”这是在另一“网赚”广告中显示的内容,然而事实果真如此吗?

据介绍,这种赚钱的方法操作流程如下:网友首先找到一个“专业网络广告提供商”,购买公司专门推出的“点卡”,一张“点卡”的费用根据有效期长短在 100 余元至 300 余元之间。购买卡后,才能登录相关网站进行点击。每点击一次网站的广告,就可获利 0.3 元,但每张卡每天只限点击广告 30 次。一张卡的有效期为 3 个月到半年不等,每月兑现一次点击费。粗略估算一下,每张卡 1 个月可获点击费 270 元左右。

于是,人们为多赚些钱,往

往会一次买多张“点卡”,没日没夜守在电脑跟前疯狂点击广告,一个多月后,公司曾经许诺过的“点击费”却迟迟不会到账。再联系公司,就会发现原本可以拨通的号码成了空号,公司也没有在所属地工商部门注册。追寻那些被点击过的广告主,人家压根儿就没有在这家公司上做过广告。结果,什么都是假的——从公司到网站上的广告,目的就是耍忽悠人们花钱去买他们的“点卡”。

“加盟”诱饵暗藏猫腻

在网络上各式各样的“网赚”资讯中,我们发现,最丰富的便是“诚邀加盟”的信息。无一例外都是小本投资、市场庞大、“钱途”光明。

据一位曾经就业于某“服装品牌”的“招商主管”透露,“公司在各大网站发布加盟信息,也通过公司自己的网站宣传。一有人和我们联系,公司就会记录下来,先是由业务员不断地打电话与创业者沟通,吹嘘公司的规模和产品的利润。然后怂恿创业者‘眼见为实’,到招商中

心和‘样板店’来‘实地考察’。而后是组织‘免费创业考察培训’,让创业者对公司的品牌和市场前景深信不疑。最后也是最重要的一步——签订合同交纳加盟费。这家公司的单店加盟费为 3 万元。”

“公司是合法注册的,签的合同是合法的。除了加盟费,还会要他们交首批货款 3 万元,但首批货不能由他们来选,而是公司‘指定配送’。而这些指定配送的货物,都是公司从批发市场批发来的伪劣服装,根本不值钱。合同上写明了可以退货,不退加盟费。他们的店最后只能垮掉。”

虽然这位知情人不愿透露更多的具体情况,但他认为目前诸多“网赚”资讯平台上的“加盟”信息,80%以上都是有水分的。而其可怕之处在于“合法”——即使有较真的创业者要一告到底,这也只是一场涉及“夸大宣传”的“合同纠纷”。他以亲身体验提醒创业者,要“加盟”之前,无论如何都要去实地考察企业的生产、物流、销售等各个环节,否则极易上当。



4 月 15 日,在日本东京举行的第五届国际平板显示器展上,一名参观者体验触摸屏。第五届国际平板显示器展 4 月 15 日至 17 日在东京国际展览中心举行,该展会云集了平板显示器业界几乎所有技术环节的生产厂家。超薄有机 EL 显示器、3D 显示器以及触摸屏显示器都是本次展会的亮点。 新华社发

3 月 16 日,美国《西雅图邮报》发行人罗杰·奥格尔斯比向工作人员宣布,将在 3 月 17 日发行最后一期纸质报纸。不管我们怀着怎样的阅读心情,不容忽视的是,一个新的阅读时代已经近在咫尺。

纸书“触电”,不一样的“e 阅读”

本报记者 周志军

发轫于美国,并最终席卷全球的金融危机,让各行各业蒙上阴影。其持续周期之长和不确定性,更是让各类投资人或商业决策者徘徊不决。然而,在电子书领域,经济危机的影响却丝毫未对其产生任何负面作用,相反,在众多厂商的推波助澜下,这个市场火热异常,凭借新技术驱动,一个新的蓝海市场正若隐若显……

在前不久刚刚落下帷幕的 2009 年德国汉诺威信息及通信技术博览会上,世界各地的多家企业与一家来自中国的电子书厂商汉王科技达成了诸多的合作协议,英国某书商甚至当场向其订购了 3 万套电子书。对此,有业内人士认为:“在全球金融危机背景下,电子书的广受关注一定程度凸显了当前 IT 业的普遍投资意识——挖掘到在不远的将来,全球 IT 产业复兴的火种。”电子书或许就是这颗火种。

承载破碎式阅读

所谓电子书指的是一种采用了电子纸显示技术的手持阅读器。

相比起当下流行的液晶显示屏来说,电子书具有无反光、无辐射等特点,阅读效果跟纸张几乎一样,而它的功耗只是传统电子阅读器的 1%。目前全球包括亚马逊、索尼在内的 IT 巨头都在大力发展类似产品。

2007 年 11 月,美国亚马逊公司的第一代电子书 Kindle1 首次发布,当时许多人对它并不看好,理由除了其高达 399 美元的售价,还有“美国起码有 40%的人,一年可能连一本书都不会买”。苹果公司 CEO 乔布斯甚至表示,“问题的关键在于,现在已经没有人看书了”。但他忘了,在索尼 Walkman 随身听出现之前,“随处听音乐”也曾被认为是不可思议的事情。

整个 2008 年,“Kindle 热”持续升温,迅速吸引各方关注,美国著名脱口秀主持人奥普拉·温弗瑞甚至在自己的节目中当着数千万观众宣称,Kindle 是“这个世界上最最心爱的东西”。以至于到 2008 年圣诞节来临之前,Kindle1 的销售出现了“不寻常的强劲增长”。令人意外的是,这种增长有很多来自

新增用户,而不是亚马逊网站上的传统购书人群。更令人感到幽默的是,今年年初,乔布斯的苹果公司也将 Kindle 的应用程序悄悄放进了自己的“应用商店(App Store)”,供 iPhone 和 iPod Touch 用户免费下载。

事实胜于雄辩,电子书所表现出来的巨大的市场潜力的确已经到了任何电子巨头都无法忽视它的程度。

电子书的出现与大范围应用,将引发一次有关阅读的革命,即回归深阅读。现代都市人的时间都呈破碎化分布,不读书现象已经逐渐蔓延,我们迫切需要能承载破碎化阅读的新型设备,电子书当之无愧,这也是由电子书的最接近纸张阅读体验品质所决定的。”汉王科技董事长刘迎建说。据了解,从去年 11 月份产品正式上市销售至今,不到 5 个月的时间,作为国内唯一一家集研发、生产、销售为一体的专业纸阅读器生产厂商,汉王电子书在国内就已经售出 5 万多台,目前每月销量均实现翻番。亚马逊的 Kindle 在 2008 年的总销售量更是达到约

我国数字鸿沟进一步缩小

据新华社消息 据国家信息中心近日发布的报告,近年来,随着电视、电话村村通工程继续推进,新农村信息化建设渐成热潮,我国数字鸿沟,即不同社会群体之间在拥有和使用现代信息技术方面的差距进一步缩小。

国家信息中心信息化研究部副主任张新红在此间举办的“2009 中国信息化报告会”上说,2007 年,我国数字鸿沟总指数为 0.46,明显低于去年的 0.48 和 2002 年的 0.57。但上述数据也表明我国仍然存在明显的数字鸿沟。2002 年至 2007 年,中国的数字鸿沟缩小了 19%。

与此同时,张新红在近日发布的《中国数字鸿沟报告 2008》中指出,由于 2007 年农村网民大幅增加,我国城乡互联网差距首次明显缩小。2007 年底,农村网民数量达到 5262 万人,比上年增长 127.7%。同年,我国城市互联网普

及率为 27.4%,农村为 7.2%。

对此,报告解释说,近几年来,各级政府减轻农民负担,农民收入有了明显提高,农民支付能力有所增强。经过几年的努力,全国文化信息资源共享工程、农村党员干部现代远程教育工程、农村中小学现代远程教育工程以及电话、广播电视村村通工程等取得了显著成效,提高了农村信息基础设施水平,使越来越多的农民掌握了一定的信息知识和技能。

数字鸿沟数据考察主要涉及互联网、计算机、固定电话和移动电话、彩色电视机的普及应用为依据。根据上述报告,到 2007 年底,我国互联网用户总数 2.1 亿人,城市家庭每百户计算机拥有量达到 53.8 台,农村为 3.7 台,比上年增加 1 台,城市居民家庭计算机拥有量是农村的 14 倍多。全国固定电话总用户达到 36543 万户,移动电话总用户达到 46108 万户。(江国成)

动感地带

香港春季电子展举行

据新华社消息 亚洲规模最大的香港春季电子产品展 4 月 13 日在香港会展中心举行,200 多个买团、8588 名世界各地买家参加展会。

香港是电子消费品的主要出口地,去年电子产品出口占香港出口总值的 51%。本届电子展开设了两个全新展区,一是向买家介绍手控游戏装置和游戏手柄的“电子游戏产品展区”,二是展示各类汽车内置娱乐装置、泊车雷达、卫星导

航系统的“汽车电子及全球定位系统展区”。

香港贸易发展局助理总裁叶泽恩表示,内地采购商成为今年电子展的一大亮点。香港贸发局通过 11 个内地办事处积极推介电子展,吸引到 3200 个内地买家来港采购,比去年增加 85%。他说:“尽管金融海啸影响全球购买力,但内地有巨大的内销市场,为港商提供了很大机遇,这次展会是港商拓展内地市场的良好时机。”(裴 闯)

杭州:网络散布谣言将被罚

据新华社消息 浙江省十一届人大常委会第十次会议近日批准的《杭州市计算机信息网络安全保护管理条例》规定,从今年 5 月 1 日起,任何单位或者个人不得从事下列危害计算机信息网络安全和秩序的行为,包括擅自进入、使用他人计算机信息网络;擅自增加、修改、删除、干扰他人计算机信息网络的功能;故意制作、传播、使用计算机病毒、恶意软件等破坏性程序,或者制作、发布、复制、传播含破坏性程序或其机理、源程序的信息等。

该条例指出,单位或者个人违反上述规定,由公安机关给予警告,有违法所得的,没收其违法所得;对单位可并处 1000 元以上 1.5 万元以下的罚款,对个人可并处 500 元以上 5000 元以下的罚款;情节严重的给予 6 个月以内停业整顿、停机联网的处罚。

据了解,目前杭州市共有互联网站 30 多万个、网吧 1100 多家,市区户籍人口近 70%的家庭接入了宽带,网民总数超过 500 万人。(岳德亮)

《笑闹天宫——无敌神兽》正式公测

本报讯 4 月 16 日,以中国古典名著《西游记》故事背景改编而成的大型 2D 回合制网络游戏《笑闹天宫——无敌神兽》正式公测。据了解,《笑闹天宫》是重庆聚购科技旗下运营的首款网游产品,自去年 9 月 18 日内测以来,注册用户已达 300 万人。其游戏人物设计清新、细腻,游戏内容丰富,其中包括:大富翁街道系统,趣味小游戏系统,精灵宝宝养育系统,护身兽

系统,五行打造系统、旅行商人系统、家居系统等。

聚购科技市场总监彭勇表示,作为西南地区的经济与文化中心,重庆在国内游戏行业的地位远不及上海、北京等地。近年来,重庆市政府也应意识到网游市场对于开拓本地的文化市场的重要性,从 2007 年开始扶植本地化的游戏公司。聚购科技便是在此背景下应运而生。(言 未)

网络音频

免费未必是好事

蒋庆雨

经过半年多的测试,谷歌牵手巨鲸音乐网终于在近日发布了全新的音乐搜索服务——谷歌音乐搜索。在很多业内外人士看来,谷歌与巨鲸此举不管是对谷歌搜索在中国市场的本土化扩张,还是对中国唱片业都具有革命性的意义。谷歌音乐搜索发布当天,国际唱片业协会(IFPI)CEO 约翰·肯尼迪就在 IFPI 的官方网站上表示:“谷歌音乐搜索的发布对艺人、创作者、音乐发布商甚至中国的音乐消费者们来说都是件很美妙的事情。它是一流技术和创意的完美联姻,并创造出了如此伟大的产品。我期望它成为中国正版数字音乐产业的里程碑。”

然而问题也随之而来。据悉,谷歌音乐搜索主要通过在其音乐试听和下载界面播放贴片广告来实现盈利,巨鲸音乐网和唱片公司将分得所有广告收入。而就在谷歌音乐发布前一周,全球最大的网络电台 Last.fm 因为在美、英、德三国的市场上通过广告收入无法负担高额的音乐版权使用费和服务器带宽费而不得不向这三国以外的用户收取每月 3 英镑的订阅费。这让我们不禁

怀疑,谷歌音乐能否通过单一的广告收入来填补巨鲸音乐网的运营费用和满足唱片公司的分成期望。与此同时,谷歌旗下的视频网站 Youtube 在 3 月 25 日也因与华纳唱片公司的谈判破裂而不得不删除其网站上数以万计的使用了华纳唱片公司版权的音乐视频。

因此,在全球金融危机背景下,广告投放低迷的环境里,谷歌和唱片公司现有的满腔热情究竟能坚持多久还是个未知数,就连谷歌和唱片公司自己也声称广告收入在一年内不会突出,而寄希望于在今后几年里会有成倍的增长。

另外,我们还发现,免费的谷歌音乐搜索虽然满足了一部分网民吃网络“免费餐”的愿望,但同时也大张旗鼓地打破了长期以来消费者付费购买音乐的游戏规则,这种本质上的打破或许在短期内不会对唱片工业产生很大的影响,但长此下去,当传统的唱片市场份额不断下滑,唱片公司在未来的某一天或许终究会醒悟到,早在今天——谷歌音乐这一免费模式推出的时候,就已经让他们彻底丧失了生存的依据。