

“推”手还是“打”手

一字之差下的网络营销江湖

本报实习记者 高艳鸽

奇虎、康师傅、万科等企业遭受网帖攻击事件的余温尚未散去，最近新东方无力应对网络恶帖攻击的遭遇又让更多人知道了一个新群体——网络“打手”。“打手”们让俞敏洪很头疼：“我像堂·吉珂德，在跟风车作战。”

种种迹象表明，网络“打手”行业似乎正在“茁壮成长”。有趣的是，与这种畸形成长相伴而生的则是源自网络推手的网络营销行业的兴起。“推手”和“打手”，一字之差，正反之间，尽显互联网行业的“江湖”特质。

当“推手”遇上“打手”

“打手”行为是网络文化发展不成熟的表现。“曾因成功包装‘天仙妹妹’而被人称为‘中国第一网络推手’、目前任职于尔玛中国互动营销公司的浪兄(网名)分析了网络‘打手’产生的原因，‘网络提供了一个能自由表达的平台，每个人随便说句话就有可能成为一个自媒体或小博客。’

“网络‘打手’是在互联网环境比较宽松、网络营销行业不够规范的基础上应运而生的。”陈墨营销机构 CEO 陈墨认为，最重要的因素还是市场需求，“有些企业和个人缺乏商业道德，想利用网络的传播特性来攻击对手，有了这样的需求才让网络‘打手’有了生存之道。”浪兄说，因为很多网络“打手”公司是草根，“迫于生存压力，或者想在江湖上扬名”，才会干出“打手”的事情。

网络“打手”的出现，也使早于他们产生的网络推手陷入诚信危机，以正面宣传、包装个人和企业为工作内容的网络推手遭到公众的质疑——“打手”公司与被命名为“口碑营销”“互动营销”“论坛营销”的公司有明确界限吗？面对质疑，被冠名为推手或自称推

手的从业者，都不约而同地表示了异议。

因策划“别针换别墅”事件出名、现任尔玛(中国)互动营销公司总监的“立二拆四”(网名)甚至一直对外强调：“我们不是网络推手公司，是正规的网络营销公司。”对于公司内汇集的不少国内知名网络推手，立二拆四更愿意称他们为“网络策划人”。

“事实上，‘打手’并不是整个圈子的主流，业内也对‘打手’深恶痛绝，他们破坏了行业形象。仅凭‘打手’的部分不规范行为来判断整个网络营销行业，是不全面的。”陈墨告诉记者，通常寻求网络营销服务的企业诉求都是以推广自己的产品和品牌形象为主，上门要求做竞争对手负面新闻的几乎没有，因为这样未必能起到抬高自己的作用，所以少有人尝试。同时，他很疑惑——网络营销和传统公关一样，是商业社会中合理合法的工具，为何境遇大相径庭？

“网络营销行业在整个广告公关界所占的比例较少，只有10%至20%，但最近三年来，发展速度非常快，切分了传统营销策划业的蛋糕。”这是浪兄认为网络营销被妖魔化的一个原因。

“我们能做的就是从自己做起”

尽管业内对网络“打手”现象的出现相对坦然，但不容忽略的事实是，恶性网络攻击行为确实令某些企业百口莫辩损失惨重，也令不少网友真假难辨而不再相信网络口碑，这也正所谓搬起石头砸到了自己的脚。因此，一定程度上，网络“打手”不规范行为的后果，让企业、网络营销行业、普通民众都为此付出了代价。

网络营销公司很快意识到了这一点并着手应对，行业自律无

疑是最根本的途径。浪兄告诉记者，曾有企业拿着巨款千里迢迢来北京，想让尔玛帮助其做一些网络维权的事情，尔玛都直接拒绝。“我们是正规公司，只为企业做正面宣传，不做‘打手’，也不做网络维权。”显然，在公司业务的开展上，浪兄有自己的原则。

据介绍，尔玛有三个底线：网络诚信，不制造子虚乌有炒作；不通过网络来打击竞争对手，导致恶性竞争；不传播低俗的、违背社会道德底线的内容。陈墨网络营销机构在承接业务方面也恪守四个原则：不接受个人出名、造星、炒作的业务；不接受网络维权等业务；不接受网络撤稿、撤除负面内容；如果涉及到企业争议性内容宣传，还会要求提供相应证据。

作为职业网络营销人，对于网络营销行业不规范的现状，立二拆四建议成立相关部门并出台从事网络营销的企业备案制度，还要设立准入制度。陈墨建议加强信息的公开透明性，他认为受众之所以信任和迷恋网络，部分原因也是因为在传统媒体上获得的信息太少。“如果我们信息公正公开透明，网络的小道消息自然少了，受众也不会特别关注。”

现在立二拆四正积极地组织网络营销行业内相对正规的公司，倡导成立中国网络互动营销协会，来推动健康的网络文化和规范的网络营销行为。

企业受损可诉诸法律

当然，如果网络“打手”的恶意行为给企业造成了严重损害，最直接有效的途径还是诉诸法律。“我国的《反不正当竞争法》、《商标法》、《广告法》、《刑法》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网电子公告服务管理规定》及《全

国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等法律法规都有涉及保护企业商誉的条例。”北京中闻律师事务所律师信金国告诉记者。

对此，上海中汇律师事务所律师游云庭也表示，虽然企业在面对网络“打手”事件时，常常难以调查取证谁是幕后黑手，但企业可以通过委托律师向相关传播信息的媒体发函要求删除攻击文章，缩小攻击文章的传播面和力度，如果相关的网站和媒体拒绝，其将构成帮助侵权责任，在这个问题上，法律是有明确规定且容易执行的。

“恶意发帖攻击侵害名誉权的问题在世界范围内都是一个较难解决的问题，但由于企业可以要求网站删除此类文章，因此其损害后果一定程度上是可控的。”游云庭说。

此外，企业如果要求司法进行相关刑事追究，还需要提供网络打手给自己造成损失的证明以及经过公证的证据。“此类案件的一个关键问题是，企业所遭受的攻击的社会危害性到底有多大，是不是值得用刑事手段去解决。”游云庭说，“我个人认为目前出现的绝大部分案件都够不上刑事标准。”

有人提出，彻底解决网络打手问题，需要国家建立有关互联网个人与企业保护的法律法规，对此，游云庭持保留态度，“在监管此类事件的立法问题上，有两难问题——公民的言论自由和企业的名誉权都需要保护，因此，有关的立法还是要慎重。”

相关链接

网络推手

也叫网络营销策划师，是借助网络媒体推广企业产品、品牌和人的一种新兴职业，即从事网络营销推广的操盘手。操作方式主要通过网络新闻、论坛、博客、QQ群、搜索引擎、视频及平面媒体等进行整体推广。

“网络推手”是一个极具挑战和专业性的工作，和传统营销一样，在对任何事物进行包装和推广前，都需要巨大的媒体资源和非常独到精妙的策划构思，只不过营销平台转移到了网络上而已。因此，网络推手也是互联网发展到一定阶段的产物。

网络“打手”

网络“打手”是国内的一种非常特殊的恶性网络营销行为，通常是一些公关公司雇佣的枪手，他们在论坛、博客上使用各种片面、偏激而具有扰乱视听功能的文字来诋毁竞争对手，或者受雇于某企业在其竞争对手的网站以及宣传阵地上留言辱骂、诋毁，并恶意发布不利于竞争对手的虚假信息，令竞争对手的企业品牌受到极大损害。通常网络“打手”以谩骂、诽谤为主，言词夸张。

网络音频

“网瘾”新标准仍显臃断

前不久，中国青少年网络协会有关负责人和北京军区总医院成瘾医学中心有关专家做客某网站与网友共同探讨“网瘾”话题。座谈中，有关人士表示，在网络成瘾的标准研究中，北京军区总医院已经有一个根据实践得来的新标准——非工作和学习用途之外，每天上网超过6小时，并且持续三个月以上。会上，北京军区总医院成瘾医学中心有关专家表示，关于“三个月”的标准，目前国际也认可。

在此之前曾有过“每周上网40小时以上即可认为是网瘾”的说法，这一说法在网上引发了普遍的质疑之声。现在终于有专家指出，单纯从每周“40小时”上网时间来判断是不是“网瘾”是不科学的，而且提出了新的“网瘾”诊断标准——6小时，还是非工作时间，并且持续三个月以上。暂且不论新的“网瘾”标准是否准确，至少笔者认为，出台“网瘾”标准的原因已经越来越让人难以捉摸。假如出台“网瘾”标准是为了证明医学治疗的合法性，是为了推广“网瘾”治疗术，那么这不仅是对网络行为的一种偏见，并且蕴含了对“网瘾”可以进行“强制治疗”的内在合理性。这不能不说是一种误导，而且是出于商业目的的误导。

据说，目前国内“网瘾”标准的制定，主要沿用国外的标准，并在国外标准的基础上，结合国内

网络成瘾者的情况，进行修订。话说得较为含糊，但可以推断，就是把诸多IT人士、网络媒体从业者等长时间接触网络的人都排除在外，仅仅把“每天上网超过6小时，且持续三个月以上的网友”划入成瘾范围之内，这样的标准仍失之偏颇。毕竟，上网时间只是确定“网瘾”标准的诸多条件之一，而非全部。

当今社会已进入信息时代，人们可以告别一些传统的生活方式，但网络在生活各方面的应用却越发广泛，毋庸置疑，网络已成为信息社会的重要载体。在这样的时代背景下，确定一个人有无病态的“网瘾”应当因人而异，尤其需要考量其心理状态，即看此人是否有不可控制的上网欲望。另外一方面则是看其上网目的，是出于某种工作或学习、娱乐的需要还是完全为了满足一种快感、欲望。过于宽泛的“网瘾”标准，实际上是在假定网络是可有可无的。其实，所谓“网瘾”者，不过是对互联网偏爱的个体。只要不是为了证明医学治疗的合法性而给予谴责；退一步说，即便是对一些对上网完全失去了自控能力的网民，我们也建议最好采取耐心劝导、引导的方式，慢慢地培养起他们多方面的兴趣，使其渐渐具有自我控制能力，不过多地依赖网络，与网络保持合理的距离，而并不宜通过传统的病理医疗手段加以改变。

——吴学安

新媒体≠网络媒体

前几天去参加了个讨论“新媒体的”会议，让说说新媒体的商业模式，去了才发现，原来大家对于新媒体的概念说法居然这么大，没什么统一意见，都是自说自话。传统媒体出身的偏向于说传播新形式，网络服务出身的偏向说内容一锅煮，产品出身的则说是一机多用。当然大家说什么无所谓，事物本身还是按内在成长逻辑和市场需求一步步地在演进发展着。认识清楚些，也许跟得主动点，少走点弯路；认识糊涂点，也不可能不跟，因为不跟市场就没了，只不过跟得被动些，弯路多一些，代价高一些。

新媒体这个概念是互联网发展到一定阶段的产物，也是在网络资讯服务逐渐被社会承认的一种冲击力十足的媒体形式后走红的。那么，在网络媒体出现前的传统媒体有什么特点呢？首先是信息传播形式单一，比如，报纸书刊是文字和图片，广播和电话是语音，电视和电影是影像；其次是传播平台单一，纸张主要用来承载文字，广播主要用来承载语音，电视主要用来承载影像；第三是各种信息传播体系相互独立，报刊有发行网，书籍有书店，广播有广播网，电视有电视网(先是无线网，后是有线网)，电影有院线；第四是生产和传播各种信息的队伍专门单一，出版、广播、电视、电影都是自成一体，各有自己的行业行规、标准和制度，各赚各的钱。

而所谓的新媒体新在什么地方呢？首先是信息通过多媒体形式制造传播，所谓多媒体至少有文字、语音、音乐、图片、影像等形式，统统混在一起共同形成产品和服务，这是传统媒体所没有的；其次是多媒体信息通过多平台进行传播，多平台至少包括电脑、手机和电视，每个平台都有支持多媒体信息传播的能力；第三，无论什么媒体、什么平台都是用一个技术体系和网络进行传播的，也就是互联网体系；第四，由于多媒体、多平台和相对统一的传播网络，生产和传播长逻辑和市场需求一步步地在演进发展着。认识清楚些，也许跟得主动点，少走点弯路；认识糊涂点，也不可能不跟，因为不跟市场就没了，只不过跟得被动些，弯路多一些，代价高一些。

事实上，从哪里出发进入新媒体产业不重要，也许网络业有一些先发的优势，毕竟新媒体源起于互联网，但从报刊业、出版业或电视业来看，也分别有各自的优劣。所以说，挖掘新媒体的“金矿”，重要的是时机和心态。现如今在中国，新媒体发展的体系才刚刚萌芽，大家的努力还只是走向新媒体的初步尝试。一个比较成型的、有市场的、成长较快的、能持续规模化盈利的新媒体模式形成至少还需要3至5年的时间。如果体制上的障碍不尽快去除，8至10年见不到成效也是可能的，正所谓商机无限，挑战多多。

——谢文

网购成时尚 六招防忽悠

在社会信息化飞速发展的今天，网络购物已成为一种时尚、方便快捷的消费方式，并逐步为更多的人所接受推崇。但也因其具有无法看到实物就进行交易的特点，经常产生各种问题，很多人对网购也是爱恨交加。

为此，辽宁省消协和丹东市消协日前联合向消费者提出网购建议，专家认为，只要多积累网购常识，网购还是安全的，能够给我们的生活带来更多的乐趣。

一、要有良好的心态，明确知道自己到底想买什么，有的放矢，才能不浪费钱。记住一点：世界上没有免费的午餐，便宜没好货。

二、选择商品的时候，如果是当地有的品牌，最好去店里看看实物；如果是服装鞋帽的话，

最好能试穿一下，把大小码掌握准确，避免购买时弄不型号和尺寸的情况发生。

三、选择商家的时候，最好选择信誉度高、有实体店、有消费者权益保障或者7日无理由退换货的商家。一些网上的黑心商家，故意把价格标得很低，商品图片也盗用其他正规商家的图片，作为普通消费者根本无从辨识真假。所以，注意看商家的评价和信誉度等是很重要的一环。

四、在选择好商品后，最好在和商家交谈的过程中，把与货物相关的情况问清楚。比如货物的颜色、尺寸、大小、产地、是否正品、配送方式、几天到货、是否包邮费、是否有优惠等。如果将来发生问题需要退换货时，聊天记录可以作为证据，以维护自己的合法权益。(冯雷)

五、商品的各方面都确认无误后，需要付款时，最好选择通过认证的第三方支付平台支付货款，如支付宝等。注意查看有关产品质量、交货方式、费用负担、退换货程序、免责条款、争议解决方式等内容。如以电子邮件方式发出确认书，注意保存“电子交易单据”，一旦发生纠纷可作为凭证与商家寻求解决办法。

六、在收到商品后，最好当场拆开商品的外包装验货。如商品发生性质的任何改变或与商家的描述不符，可以拒绝收货，并可要求卖家无条件退货退款。未收到货，或在商品没有得到确认之前，不要急于点击网购页面上的“确认收货”按钮，验收合格后方可点击“确认收货”，并通过第三方支付平台最终将货款支付给卖家。(冯雷)



国庆长假期间，众多合肥市民来到合肥市科技馆，体验各种科学设备和仪器，感受科学、学习科学。图为合肥市民在科技馆里体验电子图书。(新华社发)

动感地带

过半美国公司屏蔽社交网站

本报讯 近日，美国某权威咨询公司发布的一项最新调查显示，大多数美国公司都禁止员工访问 Facebook、Twitter 等社交网站，其中 49% 的公司完全屏蔽社交网站，另有 19% 只允许员工因商业目的而使用社交网站。

调查还显示，只有 10% 的公司允许员工在工作时随意登录社

交网站，而另有 16% “有限制地”允许员工出于个人目的登录社交网站。

这项调查的受访对象包括约 1400 名美国公司的首席信息官，这些公司的雇员数均不少于 100 人。这意味着调查结果并不包括小企业在内。

对此，有业内人士认为：“使

用社交网站，会导致员工注意力从更加紧迫的首要任务上转移开，因此不难理解为什么有些公司会屏蔽社交网站。不过，对于这些专业人士来说，这些网站也可以作为有效的商业工具加以运用，这也是大约 1/5 的公司允许因工作需求使用社交网站的原因。”(晓彬)

年底全球手机用户将达 46 亿

据新华社消息 国际电信联盟(国际电联)10月6日在瑞士日内瓦发表报告指出，全球信息和通信技术领域发展迅速，预计到今年年底，全球手机用户将达到46亿，固定和移动宽带用户将分别超过5亿和6亿。

国际电联在《2009全球信息和通信技术统计》报告中称，信息和通信技术，尤其是移动通信技术在世界许多地区发展迅速，全球移动电话、移动和固定宽带用

户以及电视和电脑的普及率大大增加。目前全球已有超过1/4的人口使用互联网。中国则在2008年超过美国，成为世界上最大的固定宽带市场。

报告说，移动通信技术的发展有助于发展中国家充分利用信息和通信技术，但总体来看，全球电信发展水平依旧不平衡。在非洲许多国家，宽带普及率仍然很低。在非洲，平均每千人中只有一人是固定宽带用户，而欧洲每千人

中就有200人是固定宽带用户。

国际电联秘书长图埃说，信息和通信技术对于发展中国家至关重要，它能使所有人参与到21世纪知识型经济发展中来。国际电联电信发展部门负责人萨米·阿尔·贝希尔则表示，无论在发达国家还是在发展中国家，信息和通信技术的增长都是令人鼓舞的，但数字鸿沟仍然很大，尤其是宽带技术方面的鸿沟正在出现，这一问题必须得到足够重视。(杨伶)

中国青年的网上度假生活很丰富

新华社记者 周舟

吃过午饭，杨硕登录了他的MSN、QQ和开心网账户。在线的同伴还不多，不过网上很快就会变得生气勃勃。

10月的8天长假已过。由于国庆节和中秋节重叠，今年的长假显得特别“长”，于是也成了中国人旅游度假的黄金选择。不过出行的压力以及节日期间北京市的交通管控，并未影响到大多老百姓的假日“计划”，因为待在家里享受自由的“网上”度假生活已成了不少像杨硕这样的网民一项很惬意的休闲娱乐。“虽然上班的时候总盯着电脑，可我发现放假除了上网也没什么可做的。至少上网可以更多地和大家进行交流。”杨硕说。

今年是中国60华诞。在这个举国同庆的节日中，不少人选择通过网络表达自己的爱国之情。新华发展论坛在国庆当天推出了“邀全球网友在线大联欢活动”。据统计，截至10月1日22点，已有约50万人次点击，并送出了对祖国的祝福。虚拟的庆祝活动还包括“献花”“放飞和平鸽”“放焰火”等项目。

10月1日后，讨论国庆当天举行的阅兵式和联欢表演无疑成了网络论坛里的重要话题。各自家乡的花车孰优孰劣，成为网友激烈争论的话题。

至10月5日，人民网强国论坛上

的“网友方阵”的点击人数突破1.8万人。只需输入自己的名字，就可以成为模拟阅兵方阵中的一员。“学生方阵”中的“赛赛”寄语说：“中华儿女多奇志，万众一心奔小康。”中秋节是中国人一家团圆的日子，在外工作、上学的年轻人通过网络视频和家人通话成了一种非常流行的节日问候方式。

25岁的吴旋是北京某大学的老师。她的父母远在千里之外的江苏镇江。她说：“工作忙，火车票又这么紧俏。通过互联网和家人团聚是一个不错的替代办法。”

24岁的平面设计师王辉喜欢旅行，经常写博客分享自己的旅行手记。今年的甲型H1N1流感是她取消此次国庆假期外出旅行计划而选择“网上”度假的重要原因。她

说：“网上度假有点不真实。不过为了不得流感，还是选择在家下载电视剧看。”

然而，“迷失”在网络中的年轻人也不在少数。天涯论坛里有一个帖子，邀请二三人乘直升机同游，众多网友对其真实性表示怀疑，认为其纯属“恶搞”，是一种无聊行为。

今年7月16日的一个只有标题“贾君鹏，你妈妈喊你回家吃饭”的帖子曾引来成千上万的网民跟帖，虚拟空间中这种看似没有意义的行为被人称为“群体性无聊”。不过这种文化也成了另一种特别的节日庆祝方式。开心网上流传着这样一条节日问候“某某，妈妈喊你回家吃月饼”，博得很多观者的会心一笑。“网络内容很丰富，至少是节日生活的有益补充。”杨硕说。

除了对国庆阅兵的较高期待，网民还表现出积极的参与意愿。截