

奥运会来了,互联网忙了

戴宇

伦敦2012年奥林匹克运动会的大幕将拉开,作为四年一届的体坛盛会,奥运会在吸引了众多体育迷眼球的同时,也为互联网业界的竞争提供了一次契机。据了解,目前,伦敦奥组委在全球知名微博客网站“推特”上的账户已拥有87万人的关注度,网友可以直接从中下载官方歌曲,或是在视频网站youtube上观看每日的奥运火炬传递集锦,参加各种线上活动。如何利用奥运契机赢得更高的关注度,获得更大的商业收益,无疑已成为时下互联网业界的重点。

视频网站唱大戏

如果说奥运会是全世界人民的盛大节日,那么奥运的视频播版权无疑是令各大视频网站垂涎三尺的“聚宝盆”。技术、应用和用户的集体成熟,使得网络视频行业成为“大事件播报”的最大受益者,各家纷纷以“曲线救国”的策略抢先上线。

一方面,视频网站刻意利用独家资源制造大影响。据了解,腾讯视频在奥运开赛前几个月里,便陆续推出了以记录运动员备战为主的《冲刺奥运》,由港台艺人莫文蔚、阿雅主持的反映英伦历史与文化的跨界栏目《品爵英伦》;在赛事期间,将推出集赛事第一时间播报、冠军庆功会和观点交锋于一体的《中国茶馆》,其中独家签约了奥运冠军的访谈,有望成为第一家发布赛后感

言和庆功的视频网站。

另一方面,视频网站也非常看重利用电视化运作优化用户体验。除了腾讯视频外,网易视频推出了《伦敦十日谈》,搜狐视频推出了《西游伦敦记》,将广为人知的电视明星、电视学者搬到网络上,试图引发网络间对奥运话题的讨论,对目标受众产生高影响力。

“曲线救国”固然有效,但拥有奥运转播权才是奥运播报中的“点睛之笔”。这也注定了在CNTV(中国网络电视台)开放分销权后,各家视频网站不遗余力地争夺这一权益:在搜狐、网易拿下了CCTV-5频道的转播权,腾讯视频一举拿下了包括CCTV-5、CCTV-1、CCTV-7和CNTV的全奥运节目,成为目前国内网络奥运赛事信息最全面的视频平台。

同时,针对伦敦奥运,各视频网站还将目前最为火热的微博纳入传播体系,形成了“视频+微博”的全直播+秒互动的播报体系。加之分销权的开放,视频平台的资源重合性和共享性将大大增加。有业内人士认为,在伦敦奥运视频营销上,多平台协同响应、精准化群体覆盖、社交化融合模式,将成为赢得“视频之战”的关键。

移动上网体验“指尖上的奥运”

移动互联网时代,网民们当然不会只满足于守在视频网站前,收看奥运的相关节目。拿起

手中的智能手机、平板电脑,利用各种新颖的移动互联网应用参与奥运活动,玩游戏也成为了潮流。小岩是手机游戏发烧友,特别对体育类游戏情有独钟。听说苹果应用商店最近上线了伦敦2012奥运会官方手机游戏,便迫不及待将其下载到了手机中。尝鲜的同时,也想看看自己能在多短时间内顺利通关。没想到这次让小岩备感压力,该游戏采用的是全球积分排名系统,每个玩家都可以与全世界的网友同场竞技,并可通过全球排名系统实时查看自己的积分以及全球排名,排名最高者才能获得“奥运金牌”,而这也激起了小岩更大的参与兴趣。

据了解,为了吸引爱好体育的游戏玩家,不少游戏企业都在近期借奥运东风适时推出了奥运相关的游戏产品。比如以上所提到的这款伦敦2012奥运会官方手机游戏,就是由韩国知名游戏开发商NeowizInternet设计推出,包含了射箭、田径、游泳、皮划艇、射击5个大项共9个小项的奥运竞技项目,玩家除了可以自主选择国家队外,力量、平衡、敏捷、精准、柔韧、心理六大属性也足以让玩家彻底体验一回“奥运真人秀”。

除了游戏外,涵盖了奥运资讯、手机视频直播、伦敦攻略等各类主题的移动互联网应用都为广大网民畅游“指尖上的奥运”提供了很好的途径。在奥运开赛前,伦敦奥组委首次发布了两个伦敦2012奥运会官方应用,分别是“伦

敦2012奥运会赛程”和“伦敦2012奥运会观战指南”,这也是奥运会官方首次在移动互联网平台上发布奥运产品。而英国的媒体巨头也都为奥运专门推出了奥运移动互联网应用,主要功能包括赛事报道、运动员资料以及内容直播、社交化分享、个性化订阅等。英国广播电台日前就自行开发推出了一款名为《BBC Olympics》的移动互联网应用,并迅速放上谷歌应用商店和苹果应用商店供网民下载,该应用软件主要提供有关奥运会的资讯,例如赛程表、比赛结果及运动项目的介绍等。

网购疯狂,“山寨”也疯狂

奥运的到来也给网商市场带来了无限商机。

根据伦敦奥运会纪念品销售官方网站上的信息,此次伦敦奥运的产品多达几百种,涵盖了生活用品等方面,比如,T恤衫、帽子、鼠标垫、吉祥物玩偶、印有伦敦奥运“London 2012”主题及会徽的茶杯和钥匙圈,甚至还有床单、靠垫等,既具有纪念意义还非常实用,可谓琳琅满目。值得一提的,此次2012年伦敦奥运会官方网站上销售的424种商品中65%为中国制造,占据了最大比例,其次为土耳其制造,占了19%。

当然,除了主题纪念品外,奥运会对其他行业的消费拉动也不容小觑。据预测,本届奥运会有可能拉动中国市场超过数十亿元

育用品、运动服饰、饮料、药品、传媒广告、奢侈品消费、跨国旅游等诸多行业。

但就在伦敦奥运相关商品网络热卖的同时,“山寨”奥运商品的出现也令伦敦奥组委头疼。

目前在国内不少知名电商网站就有不少与伦敦奥运会有关的主题产品出售,据悉,其中绝大多数商品并未取得国际奥委会或伦敦奥组委的授权,许多店主在销售过程中亦坦言产品并非正品。以吉祥物“文洛克”为例,在伦敦奥运官网上我们看到,最便宜的吉祥物“文洛克”定价12英镑,相当于人民币约100元。但在国内某电商网站上,“文洛克”最便宜的只卖9元。在一家网店中我们看到,售价15元的“文洛克”销量不错,已经卖出了近300件。店主还非常“坦诚”地在商品介绍中标示:“不是正品,文洛克毛绒公仔的内胆是pp绵成分,与正品并不相同。”除了吉祥物、火炬模型等奥运特许商品范畴内的商品,网上更多的是一些广泛使用“London 2012”等相关字样的“擦边球”商品。一家网店还推出了“2012伦敦奥运会纪念品版苹果4代手机保护壳”。

据了解,为抵制“山寨”商品的泛滥,伦敦奥组委近日曾与中国的网购网站进行沟通,希望联合抵制网上销售的“山寨”伦敦奥运特许商品。而在国内某网站发起的相关调查中,近七成的受调查网友也表示,支持奥运正品的销售。



时下正值学生暑假期间,在冰城哈尔滨市,许多家长带着孩子来到黑龙江省科技馆,让孩子们感受科技的神奇力量。图为7月24日,在哈尔滨的黑龙省科技馆,小朋友们在观看机器人舞剑。新华社记者 王建成 摄

7月21日至22日凌晨,北京迎来自1951年有气象记录以来的最强降雨,有关北京暴雨的消息牵动着网民的心。在为公安、交警、消防队员、排水和电力工人、急救医务人员等千千万万基层工作者和热心市民的全力抗灾、忘我奉献、积极救援所感动的同时,不少网友也对某些出租车司机漫天要价、一些被淹车辆被贴罚单、个别“名人微博”幸灾乐祸等举动深感心寒。一夜暴雨,让人们看到了城市的美与丑。

网友自发组织 志愿车队机场救援

“机场快轨进水了,机场大巴排不上队,首都机场现在一辆出租车也没有,谁来救救我们!”7月21日晚,滞留于首都机场的旅客达8万多名,一名滞留乘客的微博引发了众多素不相识的网民的关注和转发。

7月21日20时,倾盆暴雨导致北京地面公交系统几乎瘫痪,而通往首都机场的“生命线”机场快轨因雨水没过地铁感应板,造成地铁列车失去动力停运。多位滞留机场的网民在微博中反映,由于多座通往市区的立交桥积水,机场大巴线路调整为只到三元桥,候车处积压了上千名旅客。在最需要出租车的时候,首都机场却连一辆出

租车的身影也见不到。“出租车奇缺,排在第一个的哥们儿已经等了3个小时。”网友“眼镜儿儿”发微博说。

大雨无情,网民有爱。看到微博中的一声声求助,北京网友自发组织起爱心车队,冒雨开车前往机场免费搭滞留旅客到城里换乘公共交通工具。微博网友“菠菜X6”与望京网友自发组织起“望京人赴机场免费救援”车队,短短半小时集结了20多辆私家车,开赴首都机场接人。

网友“何恩培”在微博中回忆,“60年一次的暴雨,让我有幸体验‘双闪志愿者’的温情。凌晨3点30分我出候机楼的门,迎面站着一个气质美女,背后一辆双闪奔驰。‘去城里吗,免费送’,再看背后,一排双闪车,有别克、有宝马、有大众……心里涌起一股暖流。”

网民“Simba”说:“一边是自发开车前来救援的爱心网友,一边是聚在一起谈笑风生的出租车司机,去东直门要价900元。这一夜我们目睹美与丑。”

暴雨中的爱心车队令人心温暖涌,但也不乏有人“借雨发财”。多位网友在微博中抱怨出租司机、酒店漫天要价,天灾面前看出人情冷暖。

借雨发财者遭网民指责

暴雨中的爱心车队令人心温暖涌,但也不乏有人“借雨发财”。多位网友在微博中抱怨出租司机、酒店漫天要价,天灾面前看出人情冷暖。

网民“信王军”说:“昨晚的北京,因一场暴雨引发了不少人大发天灾,大家一起谴责三元桥某旅馆昨晚抬价到2160元一晚,就因为机场大巴只到三元桥。出租车从机场到城里400元,还有不少因昨天暴雨而被‘遗弃’在路边的车被贴上了罚单。”

“拦了好几辆车,无数闪烁着‘空车’的出租飞驰而过。那些大发暴雨财的出租车司机,从国贸到三元桥20元的打车费是要100元才走,还大言不惭地说多少年你才被这么黑一次,相当无语……”网友“马琳”说。

网络音频

媒体的“微”生存 王定标

设想一下,如果智能手机和移动互联网普及了,媒体该如何经营?所有的媒体经营者,都必须面对以下环境:第一,网民会被几家大型的平台级网络服务优先占有(通讯、社交、搜索等),其他非平台级的服务将不得不透过平台这个信息管道来向网民服务。绝对一点说,不与平台合作的媒体几乎没有任何生存机会。而要通过平台提供媒体服务,则必须忍受平台的各种格式限制。第二,由于主要的“平台级应用”都是以“手机友好型”设计出来的,互联网的信息流动就一定会被“微”化以适应手机用户。因此,媒体的信息表达形式也不得不面临“微”化改造,如微博、微视频、微电影等。第三,开放平台本身就具有媒体特性,任何用户都具有便捷的内容生产能力,以“个人生产”为主的媒体将不再具有价值,专业媒体将不得不提高内容加工的门槛,以求得生存价值。第四,时效性资讯的生产将面临巨大挑战,因为开放平台中的任何一个用户都有可能正身处“资讯现场”。第五,最令人头疼的是,开放平台只为“媒体应用”提供了信息渠道,而没有为“媒体应用”提供“广告”管道,专业媒体的“广告模式”被彻底颠覆。媒体从业者将面临左右为难的尴尬:不接入开放平台,没有用户而死;接入开放平台,没有收入而死。

手机游戏变革的“火候”已到 梓瑞

随着智能手机的普及和移动互联网的高速发展,市场、用户、技术、支付等方面具有越来越明显的多样性和不确定性,手机游戏市场也正面临着重大的变革。对于手机游戏公司而言,要想在变革中继续保持增长态势,首先需要做的是正确认清当今的变革局势。如今,手机游戏市场正面临着以下八大变革:第一,手机终端智能化,智能机游戏市场将成为主流。第二,手机网络游戏市场占比将逐步提升。第三,游戏精品化,高质量精品游戏是企业生存之本。第四,智能手机游戏促使多元化市场和利润中心格局形成,电信运营商也在调整策略。第五,不同终端游戏产品跨平台融合,成为未来发展重要方向之一,而HTML5等成为主要新技术之一。第六,游戏行业国际化竞争压力加剧。第七,版权类游戏成为市场重要组成部分。第八,收购重组等资本运作仍将是行业内企业实现快速增长的主要方式。

总而言之,手游行业将逐步走向规范,市场发展环境也将日趋健康。本土手游企业要应对这一变革,要同时兼顾内容和渠道两方面的健康。

网络文学是“另一种”文学 悦文

从某种角度看,网络文学是“另一种”文学。研讨网络文学作品,不是简单地照搬传统文学那一套既定的理论体系和评价标准,更不是削足适履,南辕北辙。而应当在坚持文学本质特征的前提下,注重研究网络文学的特点,寻找和发现网络文学与传统文学的不同点,经过较长时间的创作实践和理论研讨,逐步形成符合网络文学创作和传播实际的、具有网络文学特点的审美评价体系。此外,更要坚持实事求是、实话实说。

所谓实事求是,就是从网络文本出发,而不是从定义和概念出发,不是凭空想当然发言;就是注意探讨有关网络文学共性的问题,从中寻找具有网络文学规律性的东西;就是改变非此即彼、非黑即白的思维模式,研究网络文学的丰富性、复杂性、多重性。(周志军整理)

欧盟强调要发展“数字经济”

据新华社消息 处于经济危机中的当今世界迫切需要新科技革命牵引走出泥潭,新能源、云计算等多个领域的科技进步也正处于喷薄欲出的新阶段,甚至有欧美学者预言称“第三次工业革命”即将到来。作为深陷经济危机的传统经济、科技“高地”,欧盟正在全力寻找新科技革命的突破口。欧盟在2010年实施的10年发展规划“欧洲2020战略”中提出,要发展“数字经济”和“绿色经济”,2011年又强调发展先进制造业。这三大领域也是全球经济发展的重点,相关的技术融合可能成为新一轮科技革命的突破口。

在“数字经济”领域,云计算、物联网、多网融合技术趋势日显。在云计算领域,美国处于领先地位,主要的云计算服务提供商有微软、谷歌还有亚马逊等IT巨头。欧洲也处于国际先进之列,德国和法国的一些IT和电信企业纷纷开发了自己的云计算服务。由于物联网的发展尚处于初级阶段,世界各国还没有分出绝对高低。欧洲非常重视物联网的发展,2009年,欧盟发布了一份以《物联网——欧洲行动计划》为题的报告,提出要采取措施确保欧洲在建构新型互联网的过程中起主导作用。(姜岩)

互联网业投资冷中趋稳

本报讯 清科研究中心近日分析认为,尽管中国互联网产业投资减缓,但相比于其他投资事件数量急剧下滑的行业,互联网投资步入日趋稳步的阶段。

分析认为,2012年上半年,中国私募股权投资行业“募资、投资、IPO”环比均呈下滑趋势,一直备受资本瞩目的中国互联网产业亦跟随大势,投资趋冷但略显稳步。据分析数据显示,2012年上半年,中国互联网产业已披露投资事件为79起,已披露投资金额总额为5.32亿美元,平均单笔投资金额为1030万美元。相比于2011年下半年中国互联网产业披露99起投资案例数量来看,环比

降幅超25%。从细分行业的投资分布情况来看与去年同期相当,多集中于电子商务、网络营销、网络游戏等领域,但社交网络行业投资数量下滑较为明显。清科研究中心分析认为,尽管中国互联网产业投资减缓,但相比于其他投资事件数量急剧下滑的行业,互联网投资步入日趋稳步的阶段。

同时,分析认为,纵观2012年上半年互联网产业细分行业投资,目前主要呈现两大特点:首先,电子商务投资持续走低,但已结束2011年下半年“过山车式”下滑。其次,网络营销及网络游戏两大“钱途”行业未受大势影响,投资稳中有升。(周志军)

网页游戏市场规模下降

本报讯 易观国际近日发布分析报告显示,2012年第二季度中国网页游戏市场规模为22.4亿元,相比今年第一季度环比下降3.2%。

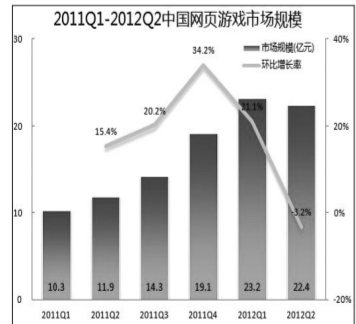
报告指出,第二季度国内网页游戏市场规模发展开始降温,但众多在网络游戏市场有着多年积累的巨头开始加入这一领域,使得网页游戏市场的竞争更加激烈。第二季度网页游戏市场主要有以下特点:首先,网页游戏行业整体营收高于历史同期,主力开发商、运营商共同维护开发市场,强化产品和服务,但是其保持了多年的高速发展势头在第二季度开始出现变化,未来市场的发展情况仍充满变数。其次,网页游戏产品对于流量平台的依赖度,使得网页游戏市场的竞争更加激烈。其次,整个行业的竞争现在已呈白热化趋势,众多游戏厂商开始近身肉搏,网页游戏产品同质化严重,用户流失率高,产品生命周期短,开发商过度依赖流量平台与开服服务器,厂商间的竞争粗放,行业面临洗牌。(周志军)

北京启动暑期网络环境整治

本报讯 (驻北京记者王晓凤 通讯员张海艳)为保护广大青少年的身心健康,7月24日,北京市召开会议,启动暑期网络环境整治。会议部署了整治工作,北京市互联网工作领导小组办公室、市委、市政府相关指示精神,决定从即日起至8月31日,在北京市全市范围内开展暑期网络环境整治活动。各有关单位将开展针对问题网吧、网络淫秽色情和低俗信息的专项整治行动。集中治理有害网络出版物和盗版网络文化产品,依法从重从快查办传播网络淫秽色情和

低俗信息大案,坚决关闭“黑网吧”,着力规范网吧经营秩序。北京市副市长鲁伟伟表示,各互联网网站和网吧要以暑期网络环境整治为契机,加强内容建设,加强对青少年的教育和引导。

会上,北京网吧协会和北京网络媒体协会分别发出倡议,号召互联网从业人员加强行业自律,自觉践行“北京精神”,推出网络文化精品,引导广大青少年树立正确的人生观、世界观、价值观,主动自觉接受社会监督,净化暑期网络环境,为广大青少年构建一个和谐、健康、文明的网络空间。



大雨中,微博传递正能量

新华社记者 孙伟丽

借雨发财者遭网民指责

暴雨中的爱心车队令人心温暖涌,但也不乏有人“借雨发财”。多位网友在微博中抱怨出租司机、酒店漫天要价,天灾面前看出人情冷暖。

网民“信王军”说:“昨晚的北京,因一场暴雨引发了不少人大发天灾,大家一起谴责三元桥某旅馆昨晚抬价到2160元一晚,就因为机场大巴只到三元桥。出租车从机场到城里400元,还有不少因昨天暴雨而被‘遗弃’在路边的车被贴上了罚单。”

“拦了好几辆车,无数闪烁着‘空车’的出租飞驰而过。那些大发暴雨财的出租车司机,从国贸到三元桥20元的打车费是要100元才走,还大言不惭地说多少年你才被这么黑一次,相当无语……”网友“马琳”说。

费站雨水已经淹没半个轮胎,车辆大排长龙,停在那儿随时都有熄火危险!可是他们仍在一丝不苟地收费!收费!”一位网友反映。不少网民指出,在凶猛无情的暴雨面前,北京的交通管理缺了点人情味儿。“一场暴雨,让人们看到了两个完全不同的北京:善良的人们自发参与救援,但机场高速的收费站仍然抓紧收费,交警员给被淹车辆贴罚单。城市建设的重大隐患非短期能弥补,但在软件管理上就不能人性化一点?”北京网民“韩韩国”说。

专家表示,市民在微博中的密切关注和联系救援在这次暴雨救援起到了巨大作用,让很多被困人员转危为安。作家赵楚表示,在政府救援人力尚未赶到时,微博互动而来的志愿救助热潮已经到来。互联网时代正改变着一个城市传统的防汛应对方式,并在危急时刻表现出“正能量”令人动容、强大的感染力。