

商业模式不清晰

移动社交仍处于发展初期

移动社交目前已成为很多企业争相关注的领域。近日有消息传出,Facebook正在积累最优资源全力打造它的移动平台,以期在未来推出大量的创新移动应用。而国内的开心网最新的移动社交产品“图藤”不久将正式上线。



苹果日前公布的2011年度中国地区应用和游戏排行榜从侧面证明,社交应用已成为继游戏之外的另一大火爆应用。而开心网CEO程炳皓在日前举办的“2011社会化网络高峰论坛”中也透露,垂直化、移动化、社会化电子商务,将是未来社会化网络的三大发展趋势。

尽管移动社交发展迅速,但有关专家指出,其商业模式并不清晰。Gartner高级研究分析师尼哈古普

塔认为,虽然社交网站已经拥有大量的用户,而且很多社交网站已经拥有了日益成熟的使用模式,但从收入的角度来说,社交媒体市场仍处于发展初期阶段。要想进入这片市场,必须开发出新的商业模式。社交网络的魅力就在于,其中的任一消费者都可建立属于自己的圈子,这些消费者可以自行组织,共同主导,参与、分享购物体验和乐趣。

有关专家认为,社会

化电子商务将成为移动社交新的盈利模式。社会化电子商务是电子商务的一种新的衍生模式,对于用户来说,这是一种基于社会化关系,在用户制定购买决策、分享购物体验过程中的一种新型电子商务服务。据博斯发布的数据来看,2011年全球社会化电子商务市场规模为5亿美元,而到2015年,这一数字将飙升到300亿美元。据悉,目前国内的开心网的社会化电子商务全新产

品将在年底推出,将对移动社交的商业模式进行有益的探讨。

程炳皓告诉记者,无论哪种社交化的应用都离不开开放平台。而提到开放平台,就不能不提到开心网与腾讯的“联姻”。他表示,腾讯和开心网会不断地扩大在平台层面上的开放力度,第三方的开发应用者将会在腾讯和开心网的平台上面同步开发和接入互联网的应用,为用户提供更丰富的选择,为第三方开发者提高收益。据悉,在过去的一个月,已有三款在腾讯的平台上运营的优秀产品接入了开心网,在12月预计会有12款左右的新应用接入,在明年两个平台会实现同步接入。

本报记者 金朝力/文
企业/供图

相关新闻

微信注册用户数已超5000万

随着智能手机迅速普及,移动终端“类微信”产品成为市场新宠,不断涌现。而近期,一款名叫微信的社交APP应用被时尚白领们津津乐道。

据悉,微信是腾讯于2011年初推出的一款集语音对讲、视频、图片等沟通功能和基于LBS的摇一摇、漂流瓶等交友功能于一身的手机终端产品。对

于外界来说,微信始终笼罩着一层神秘的色彩,而其用户数则与日俱增,记者获悉,截至11月底,微信的注册用户数已超过5000万。

腾讯联席首席技术官熊明华介绍:“从国外到国内,互联网重心正在向移动互联网转移。作为跨界跨平台跨形态的创新产品,微信为行业和用户带

来一场沟通革命,引领了未来移动IM类产品的发发展趋势,同时也正在改变一代人的沟通模式和社交趋势,宣告着弹性社交时代悄然来临。”

艾瑞咨询11月的研究显示,目前中国移动IM市场竞争激烈,各厂商走差异化发展路线势在必行。而微信凭借简洁而独特的用户体验独领风骚,成

为行业的引领者。据悉,微信还意欲走国际路线,即将发布的最新3.5版本支持全球超过100个国家的短信注册。微信项目总监刘乐君透露:“从推出语音通讯功能到LBS相关应用发布,微信每次基于用户体验的功能创新,都令用户数量出现泄洪式增长。”

本报记者 金朝力

“台网联动”模式全面展开
视频广告增长进入爆发期

随着三网融合的脚步正在加快,传统电视与网络视频的“台网联动”模式正在全面展开。

有关专家也表示,与电视相比,网络视频在内容方面日趋差异化和多元化,版权采购、UGC、自制剧等成为网络视频核心内容。

据视频网站发布的运营战略显示,腾讯视频在独家采买《宫锁珠帘》后,仍将坚持“海量正版、精品原创”的原则,覆盖95%以上的院线大片和100%的热播剧,在内容上将包含有3000部电影、3万集电视剧、100多档综艺节目,以及业内最全的超过6000部音乐MV和奥运、NBA、英超、意甲和西甲等体育赛事。

此外,腾讯视频早在上线之初就围绕原创节

目、自制网剧、微电影、短片大赛/扶持计划四个维度制定了“自制出品”战略,目前有超过20档的自制节目,涵盖了财经、体育、社会等多个领域,彰显其原创实力和差异化的竞争优势。

在营销方面,网络视频已经成为能够与传统电视媒体在品牌到达率和展示频次、人群覆盖、地域到达以及传播周期等层面形成优势互补的传播平台,通过合理组合,能够实现品牌传播与营销效果达到最优。

从实际效果来看,腾讯视频借助iSEE内容精细化运营理念,目前已拥有12部热播剧,播放量超过1亿,庞大的覆盖用户数量和流量能够为视频广告带来更多的曝光次数。易观数据表明,腾讯视

频的用户比QQ用户年龄更成熟,20-24岁用户比例占34%,25-29岁用户比例占28%,30-34岁用户比例占17%。

腾讯在线视频总经理刘春宁认为,未来台网联动的内容会更加宽泛,或许不仅局限于热播电视剧,视频网站和电视台在内容合作方面的联系会更加紧密,在广告营销方面的竞争会更加激烈。相比电视广告的巨额费用,网络视频广告投放的性价比更高,CPM(每千人成本)更低,而且视频网站对于目标用户的把控上更加精准。同时,新的商业模式也在出现,如在视频自制节目中植入产品信息,或者视频广告影视化,这些趋势已经越来越明显。

从实际效果来看,腾讯视频借助iSEE内容精细化运营理念,目前已拥有12部热播剧,播放量超过1亿,庞大的覆盖用户数量和流量能够为视频广告带来更多的曝光次数。易观数据表明,腾讯视

得广告主认可,也成为视频网站最为重要的收入来源。三季度财报显示,优酷总体收入中95%是广告收入。腾讯视频广告收入较上季度增长实现翻倍,总有效浏览时长跃居行业第三位,半年来日均覆盖增长率达到行业最快的182%,快速步入业内第一阵营。

有关专家表示,定制化的精准营销正是视频广告的核心优势。与其他视频网站通过记录用户视频浏览行为,进行视后分析,再进行精准广告投放的模式相比,腾讯视频已经领先一步,借助独有的QQ账号系统,在用户浏览视频之前,就能够大致了解用户的年龄、地域、性别等基本信息,使视频广告更能精准投放到目标用户面前。

本报记者 吴辰光

· 资讯 ·

华为
展示首个与WiFi融合的方案

华为日前携其全球首个与WiFi融合的CDMA Small Cell解决方案参加高通香港2011年CDMA峰会。该方案支持即插即用,和多种接入方式,包括DSL(数字用户线路)、LAN(局域网)、PON(无源光网络)、卫星等。可用于写字楼、商场、酒店等室内场所的盲点覆盖,支持抱杆、挂墙和吊顶安装,无需机房即可快速部署。运营商不仅能节省站址成本,还节省了网络部署人力成本,缩短了部署时间。该解决方案还适用于地库、电梯、办公室、矿井等GPS(卫星定位系统)覆盖困难的场景。

英特尔
发布中国企业社会责任报告

英特尔(中国)有限公司近日发布了“2010-2011英特尔中国企业社会责任报告”。该报告全面阐释了英特尔中国独树一帜的企业社会责任理念和战略。作为英特尔在中国地区最为全面的一份企业社会责任材料,今年的报告除了使用大量翔实的数据来系统展现英特尔中国过去一年在教育、绿色、中小企业知识产权保护以及公益等领域的成果,同时首度公布了英特尔在大连及成都工厂等相关数据。

京瓷
A3数码复合机市占率超10%

京瓷日前在京正式发布了7款全新数码复合机产品。这些产品均属于该品牌的TASKalfa系列,包括3款黑白数码复合机、两款彩色数码复合机和两款高端工程复合机。这些产品均采用LED打印成像技术,集成了京瓷的HyPAS打印解决方案,能轻松自如地快速完成各种打印任务,具备绝佳的纸质兼容性、操作便利度。自今年4月发布专门针对中国市场的多款新品以来,京瓷产品在中国地区A3幅面数码复合机领域的市占率已经超过了10%。

永业
手机微博营销产品获奖

随着微博和智能手机的崛起,越来越多的传统企业开始通过手机微博进行营销。近日,在某机关工作的李先生就通过手机了解到,《精品购物指南》报社主办的2011ME·TIME健康影响力品牌颁奖典礼在北京举行,此次评选活动凭借精品传媒集团所影响的百万人群的品牌认知、消费理念以及消费选择习惯,为大众推荐可信赖的健康机构和健康品牌。而在此次评选活动上,永业乐自然健康系列产品荣膺“2011年度优质生活产品奖”。

捷德
提供全球商用TSM服务

近日,捷德在加拿大的TSM(可信服务管理器)已通过万事达认证。捷德慕尼黑在2009年就已经通过了TSM的万事达认证,捷德目前可以在两个地点提供全球商用TSM服务,为用户提供稳健和可信赖的移动支付解决方案。有了TSM,银行和服务供应商就有一个标准化的、易于使用的、性价比高并且安全的方法来传输和安装PayPass,能够按照需求实时检测支付账户信息,也能够在手机上配置近场支付。在提供账户信息之后,消费者可以在全球超过3万个支持PayPass的商家使用手机即时购物。

慧聪
在京举行大型评选活动

由慧聪印务网、印刷网主办的首届“新星杯2010/11年度印刷包装十佳评选”活动颁奖典礼日前在京举行。该活动历经报名、网络初选投票、网络复选投票、专家评审等四个阶段近半年时间。中国印刷技术协会名誉理事长武文祥表示:“慧聪网组织首届印刷包装领域的十佳评选,让我们有机会看到印刷包装企业和领军人物为产业发展所做出的努力,更为重要的是推动了印刷包装企业的品牌建设,扩大了他们的品牌影响力,进一步提高我们对印刷产业发展信心。”

本报记者 吴辰光/整理