

做电视台春晚播出渠道 打过年旗号力推影视剧

视频网站争夺春节档尚缺奇招

需摆脱春晚第二屏

与前几年热炒的网络春晚不同,龙年各大视频网站并未刻意强调网络春晚的概念,反倒是央视、北京卫视、山东卫视等不少电视台打了网络春晚的旗号,拉拢一批网络牛人、草根牛人“在电视台上搞网络春晚”且风生水起。

相比网络春晚概念的低潮,电视台传统春晚节目在遭受争议的同时继续扮演强势角色,至少各大视频网站今年仍在争夺春晚直播转播权。记者初步统计,春节期间,土豆、优酷、乐视、爱奇艺等主流视频网站均开设了春晚专题,覆盖央视和各地方卫视春晚直播转播,并对节目前后进行追踪报道。

土豆网方面透露,仅除夕当晚,央视春晚直播最高在线在23点形成

春节经济一直是所有产业追逐的重点,视频行业也不例外,但除了转播电视台春晚和套餐性影视剧营销,视频网站对春节档的争夺乏善可陈。

高峰,达257万人,相比去年大幅增加。海外用户直播的比例也上升到4%,达10.28万人,同比增长100%。为此,土豆搭建了全国春晚直播+点播一站式平台,未来还将以更大的投入购买更多大制作的晚会、活动,加快一些节目的网络落地,并将网台联动更快



推进,让电视台的节目有机会以更多元的形式在网民中扩大影响。

另有视频网站相关负责人告诉记者,转播直播春晚将是视频网站今后的常态模式,但也必须加强与电视台深度合作,成为其输入渠道之外制作更为差异化的内容。

抢过年影视剧流量

值得注意的是,除了转播电视台春晚,视频网站仍希望寻找与电视台的差异化争夺观众。长期以来,电视台观众春节期间较多聚焦春晚等综合娱乐节目,对影视剧关注度相对较弱。而视频网站在满足一部分观众假日影视剧

观影需求上具备了竞争优势。

据悉,上述主流视频网站均对过年影视剧套餐积极备战。土豆网早早打出旗号揽13家卫视的13部开年大戏;优酷也推出了“回家季”上线与回家有关的影视剧;而乐视网甚至推出了“电视剧2012春节联欢晚会”以及“开心过龙

年”电影专题,从除夕到初七,每天一个主题,每天主打9部电视剧以及历年贺岁档电影大片。

乐视网相关负责人介绍,围绕春节,乐视网自制节目也有大规模提升品牌的举措,其“乐视网出品”频道打造的“开心麻花剧场”,独家推出全国首部周播网络情景剧。而《魅力研习社》、《我为校花狂》、《可以说的秘密》也在春节期间推出新内容。

有大众传播专家指出,春节等传统假日与世界杯等赛事活动属性和文化特点不同,视频网站很难让网民留在电脑前,维持常规的节目专题之外很难有出彩机会,在未来一段时间,视频网站需要持续加大投入打造品牌节目以抗衡假日用户分流影响。

本报记者 张绪旺/文
暴帆/摄

微观点

@李开复 创新工场董事长兼首席执行官

苹果经过中国公司来运营美国不允许的恶劣环境,这不违法,但总算找漏洞吧,要求安全环境,却又拼命压低付给代工的钱,让代工铤而走险。这是“又要马儿跑,又要马儿不吃草”。

@申音 前《创业家》杂志主编

为什么三星进化越来越快,而它的中国模仿者却越来越退化?它可以一边打专利战,一边当苹果的最大供应商。学不了天才的苹果,为什么我们连三星都难以企及?

@范锋 速途网CEO

尽管雅虎负面新闻不断,但看看雅虎的财报就知道什么叫“瘦死的骆驼比马大”了。雅虎去年的收入规模还大致跟中国互联网行业老大腾讯相当,只是步步下滑、看不到前景而已。

· 资讯 ·

乐淘借扩编欲破电商寒冬

记者近日获悉,融资后不久的网上鞋城乐淘启动人才招聘计划,扩招100余人,以应对今年公司战略上做出的调整。相比春节前还在裁员的企业,乐淘的融资、扩编是否预示着电商寒冬的坚冰将在这个春天开始融化?

据了解,乐淘将在现有员工基础上至少增加20%,招聘方向涉及运营、设计、供应链等方面,并将围绕传统商品和销售业务集中人力。

对此,乐淘副总裁陈虎表示,“冬天”意味着机会,人才市场里开始释放出许多优秀人才。而此次电商的冬天并不是因为用户需求减少,而是竞争企业集中在有限的领域内形成供给过剩和抬高市场费用而造成的。

艾瑞咨询分析师苏会燕认为,2012年许多电商企业会开始寻找适合自己的破冰之路。但是从播种到收获不会那么快。

本报记者 魏蔚

百度借竞赛推网络竞技游戏

记者日前获悉,百度游戏开放平台联合网络游戏“弹弹堂”,通过现场竞技方式吸引玩家眼球。

据了解,组织方在竞赛初期通过线上游戏选拔出16名全国优秀玩家,并邀请其参与北京的现场竞技。最终,“苹果队”

摘取冠军,并与其他玩家共享了iPad等总额高达10万元的比赛奖品。

据悉,本次大赛是百度游戏为“弹弹堂”量身打造的重点推广计划之一,而两者之间的合作关系可追溯到百度推出的游戏开放平台。自百度游戏开放平台建立以

来,旨在帮助合作方与百度游戏平台实现无缝对接,整合优势资源进行深度运营和推广。

业内人士称,采用线下竞赛的形式推广网络游戏,可促进游戏玩家沟通探讨,使玩家的关系链从线上延伸到线下。

对此,百度游戏事业

部总经理王菲表示,“通过此次竞赛,我们希望通过此次活动,可以为游戏玩家提供更多样化的参与形式,并助力‘弹弹堂’这样的经典网游获得更多的用户与收益。未来,我们希望带动更多游戏厂商加入百度游戏开放平台”。

本报记者 魏蔚

春节期间手机丢失事件频发

360借技术手段协力用户手机防盗

记者近日获悉,360手机卫士为提醒网民在春节期间提高手机防盗意识,推出“春节防盗手机活动”引上百万网友围观。安全专家表示,春节期间是手机丢失高发期,网友在提高安全意识的同时,还可通过安装360手机卫士防止被盗情况发生。

根据360手机卫士“春节防盗送手机活动”方案,用户只要参与该活动并开启360手机卫士防盗功能,转发活动微博并@三位以上好友,再用360手机卫士给爱机设置好防盗功能。活动期间万一丢机,报警后一个月内找不回来的

前10位用户,每人将免费获赠360送出的三星i9100一部。360工作人员告诉记者,“此活动将持续到3月中旬,目前已有5个符合的案例”。

360安全专家介绍,春运期间,不法分子通过“借手机”欺诈、偷盗及抢劫手机的警情频发,用户外出主动丢失频率也大幅度上升。对此警方及铁路等相关部门都对此发布过防骗防盗预警,而360手机卫士也因带有完善的手机防盗功能成为春运期间必备的手机安全软件。

据了解,360手机卫士具备更换SIM卡短信通知

和远程定位功能,一旦手机SIM被更换,新SIM卡号码将自动发送到预设安全手机,同时用户可以发送指令远程定位,为警方破案提供线索。此外,360还有专门应对手机丢失的远程警铃、远程锁机、远程备份三大防盗功能,可以最大程度地保护用户隐私,备份重要数据,找回手机不再是“不可能完成的任务”。

据悉,2012年以来,360手机卫士几乎每天都在帮助网友找回丢失或被盗的手机,“之所以在春节前做这样一个活动,是希望能唤起更多用户对手机防盗的重视,也有

助于提升全民手机防盗与隐私保护意识,让不法分子没有可乘之机”。360手机卫士工作人员解释活动初衷时表示,“拾金不昧的良好社会风气,不仅要靠社会道德力量来约束与维护,也要有赖于更多类似于360手机卫士防盗功能这样的先进技术监督力量”。

该人士进一步说,“当然,我们希望最后一部手机都送不出去,希望全体用户都能过一个平安祥和的2012新年。届时,我们将通过抽奖的形式将所有手机全部回馈赠送给360手机卫士的新老用户”。

本报记者 魏蔚