

牵手当乐网“愤怒的小鸟”

# 乐语借力手机游戏促销

从即日起至8月14日，国内知名的通讯零售连锁企业乐语与当乐网首次携手，举办为期5周的“愤怒的小鸟”手机游戏争霸赛活动。本次活动涉及全国五大赛区，共有5家重点乐语门店开展这次活动。乐语相关负责人表示，希望在这个暑期黄金促销月，以这种愉快的推广活动带动其手机等通讯产品的销售。

据悉，当乐网注册用户超过4300万，其“愤怒的小鸟”是当乐网中国区正版首发的一款目前最受欢迎的火爆游戏，从发行到现在受到很多智能手机玩家的热捧。这次在



乐语门店举行这样的线下活动，无疑是将这款游戏再次推向高潮。让人们在了解当乐网游戏的同时，更能感受到乐语智能手机全方位、“一站式”服务，并传递乐语通讯“快乐

沟通，快乐分享”的理念。

据本次活动的负责人介绍，本次游戏争霸赛将分为日挑战赛、周挑战赛和月挑战赛三个阶段进行。活动期间会有非常丰富的奖品派发，获奖者将

有机会赢取智能手机等精美礼品。此外，网友还可以通过参与“微博抢楼得奖活动”参与“愤怒的小鸟”手机游戏争霸赛。而通过多种渠道参与活动的方式，不但可以给玩家们一次交流经验的机会，还能让玩家们充分体验到这次争霸赛的激情。

近期，乐语通讯动作频频。像中国电信日前与天宇朗通联合推出首款零售价低于2000元的4.3英寸大屏3G智能手机——天语E800，就在乐语通讯的连锁卖场进行了首发销售。**本报记者 金朝力/文**  
**乐语中国/供图**

## “最”系列获企业青睐 通用网址迎来新一轮注册潮

赶集团启用“最火的团购”通用网址；奇艺网启用“最火的视频”通用网址……最近一股通用网址注册热潮正席卷团购、视频等国内最热门行业。注册单位均指出，利用通用网址可在互联网上进行360度的多维展示与推广，彻底打通营销环节，通用网址也成为时下最时尚的营销利器。且通用网址具备唯一性与独占性，与域名注册一样奉行先注先得的国际惯例，因此也被称为“网络商标”，被企业视

为品牌保护重镇。

赶集团相关负责人表示，注册通用网址后，便可在搜索引擎、新浪通用网址频道、商商通旺铺以及全国100多家地方信息港等优质营销平台对企业进行多维度品牌展示、拦截用户，大规模影响团购网民。而且，通用网址“赢销联盟”还可整合搜索引擎营销、行业网站营销、门户网站营销等多种营销方式，通过各种营销手段优势互补、协同应用，形成更高效的网络营销体系。

奇艺网已在视频领域获取了相应的知名度，他们更看重通用网址的品牌保护价值。其相关负责人表示，通用网址注册遵循先注先得的国际惯例，只有将相关通用网址保护起来，才可防止其他企业捷足先登。

著名互联网法律专家胡钢认为，奇艺网品牌已具有相当的知名度，品牌便是无形的资产，围绕企业网上品牌保护，奇艺网应当将更多相关通用网址批量保护起来，密不透风地构建起企业网上品牌保护圈。

据了解，就在团购、视频等相关企业纷纷启用“最”系列通用网址时，另一热门领域微博也启用了通用网址，其中最典型的要数新浪“围脖”通用网址，其他金融、制造、服装等行业也将通用网址列入到品牌营销体系中。而且，通用网址也被很多知名企业提供有加，如一汽集团公司就注册了数十个通用网址，其他如苏宁电器等知名品牌也都已加入到通用网址的保护大军中来。**本报记者 金朝力**

## 推独家首映专场 窝窝团为用户提供个性化体验

近日，窝窝团选民独享的《武侠》首映专场在北京举行。而窝窝团也成为《武侠》的独家战略营销合作伙伴，而且是惟一一家获得该影片的网络团购营销资格的网站。

业内专家认为，窝窝团与《武侠》的这次牵手，是团购业与娱乐业的首次深度合作，这次合作的成功，无疑将给目前的团购合作模式创新带来新的启示。

如果说2010年是团购元年，那么2011年便是团购的爆发年。数据显示，截至6月26日，全国团购网站数量达到5224家。千团大战正向万团大战升级，团购市场竞争进入白热化。

目前，团购网站与商家的合作缺少创新，主要

是照搬照抄美国的Groupon模式，通过收取商家佣金或者提取销售分成来获得收益。

但是，由于市场竞争压力大，一些团购网站不惜出让自己的收益来换取更大的市场份额。伴随着团购网站销售额的增加却是毛利的大幅下降，有的甚至是赔本赚吆喝。

另外，由于商家成本底线的制约，当低折扣不断地挤压其利润空间时，商家或是在所提供的产品和服务品质上“注水”，或是暗藏隐性消费。

团购网站和商家的低折扣并没有取悦消费者。据了解，从2010年8月起，团购投诉便已成为投诉热点。仅今年1—4月，“12315”消费者投诉举报专线电话

对团购网站投诉量就直逼2010年全年。

业内人士指出，团购网站要想在团购混战中站稳脚跟，需要的不仅仅是服务的差异化，还需要在合作模式上进行创新。

而窝窝团与《武侠》的携手，是一次十分有益的探索。这预示着中国团购市场已经进入到了调整期，团购行业将从最初的粗放式发展，逐渐进入到精细化的竞争阶段。

窝窝团与《武侠》的这次深度合作，通过窝窝选民活动，窝窝团用户赢得了与明星面对面的机会，充分发挥了网友自主选择的能动性，既将团购的主动权回归于消费者，又为用户提供了个性化的团购体验。

有分析人士认为，窝窝团与《武侠》的独家战略营销合作，可谓是开辟了团购网站与娱乐业深度战略合作的新纪元。它有利于合作双方资源、优势互补，对于团购网站而言，这种方式突破了消费者对团购市场竞相叫嚣的团购低价的审美疲劳，扭转了以往人们观念中团购单一低价的观念，使其成为时尚达人的新选择。

而对娱乐业商家而言，则可借助团购网站庞大的用户群，在不削弱票房吸金能力的前提下，提高消费者关注度，提升其品牌的影响力。这种创新式合作，搭建了团购行业良性生态圈，也必将成为一种行业发展的新趋势。**本报记者 金朝力**

· 资讯 ·

## 上海贝尔 为中国电信提供多媒体服务

日前，中国电信宣布选择上海贝尔为上海、山东、江苏、浙江、新疆和四川六省市的用户提供多媒体服务。上海贝尔通过将语音、视频和其他数据业务等不同类型的媒体整合至通用IP平台上，帮助中国电信为超过1.2亿消费者及企业用户提供日益丰富的新奇有益的服务。上海贝尔将在此次中国电信的IP多媒体子系统技术首次商用部署项目中积极支持中国电信实现传统的公共交换电话网向全IP基础架构的演进，实现完全基于互联网模式的运营，并确保降低运营难度及成本。

## Gateway LT28超便携笔记本上市

近日，Gateway推出LT28超便携笔记本，不仅有1英寸的厚度，1kg左右的重量，同时具有全尺寸的键盘，10.1英寸的屏幕，多种一键式热键设计。其次多点触控的触摸板，用户不论是玩游戏还是浏览网页都很方便。LT28搭载英特尔凌动处理器N455加GMA3150集成显卡，日常办公、处理邮件、文档、表格、PPT都不在话下。LT28最强大的一面是丰富的社交娱乐体验，支持Wi-Fi网络连接，多卡合一高速读取信息的读卡器，可选3.0蓝牙传输。而内置麦克风和30万像素的摄像头也增加了该产品的娱乐性。

## 思科 推出企业内容分发系统

思科日前宣布推出企业内容分发系统（ECDS），这一系统由多款视频传输产品构成，由硬件设备和思科广域应用服务（WAAS）虚拟刀片软件组成。这些设备和软件相互协作，可帮助企业通过流或组播传输实时视频内容，以及通过缓存和预先加载传输点播视频内容。不仅如此，ECDS还为IT提供了一种简单易用的管理系统，支持轻松设置、配置、维护和监视视频。ECDS与思科WAAS一起使用，构成了一款针对视频、应用和数据的完整广域网优化解决方案。

## 腾讯 2000万资金大赛启动

近日，首届“股动中国——寻找中国最好的操盘手”A股大赛启动仪式在京举行。本次大赛由腾讯财经主办，上海益盟软件公司提供顾问支持，中国民族证券作为独家合作券商。大赛分两个赛季和总决赛，期间穿插进行复活赛、中国民族证券赛区实盘赛和投顾大赛，总体历时近6个月。循环比赛、虚实结合、奖项众多、完全开放。主办方提供总额高达2000万元的实盘资金，供获得总决赛资格的选手比赛操作。实盘比赛中产生的收益归选手所有，亏损由主办方承担。

## 赛迪网 承办“中国云高端论坛”

由工业和信息化部指导、中国信息化推进与公共服务平台和国家软件公共服务平台主办、中国信息化推进联盟支持、赛迪网承办的“中国云高端论坛”日前在北京举行。XTools副总裁谢亿民表示，现在企业IT部门存在的问题主要集中在IT规模膨胀和资源消耗显著增长，这一现象尤其出现在国内中小企业中，而在云计算、物联网等技术的帮助下，中小企业逐渐加快了自己的信息化进程，而SaaS开始成为企业IT建设和信息化建设的主要手段之一。

## 激动网 获《战略特勤组》独家新媒体版权

激动网日前宣布获得好莱坞大片《战略特勤组》互联网独家版权，将于7月24日在激动网实现网络首映，用户可通过激动网电影频道、激动网手机视频门户免费点播观看，也可登录付费频道获得高清无广告打扰观看体验。版权合作方表示，互联网已经成为电影票房收入另一重要渠道，选择独家授权激动网，是考虑到其一直走正版路线所积累起的优势付费经验和良好口碑。在内容为王的今天，热门影视独家授权也使得视频网站名利双收。

**本报记者 吴辰光/整理**