

## 腾讯悄然试水企业微博“微空间”

## 企业微营销时代来临

近日，腾讯微博悄然推出企业级微博产品微空间，NIKE作为首批测试用户之一，抢先开通微空间账号试水腾讯微营销，听众人数一路高涨，微博已成为企业营销的新潮流。

## 微博营销受企业追捧

据悉，微空间是腾讯微博专门针对企业营销推出的一款全新产品，NIKE于第一时间体验腾讯微营销，开通了以“Just Do It”的微空间，截至记者发稿前已发布广播19篇，听众达到2932人，并成几何级数量递增。据透露，不久腾讯微博还将正式对外发布微空间Beta版。

据eMarketer发布的数据显示，88%的全球100强公司在Twitter上进行信息发布，预计美国2011年将有80%的企业采用微博等社会化媒体营销。今年5月，腾讯微博两亿用户中也已有两万个以企业身份入驻。在国内微博门户化、普及式的发展面前，企业微营销大势所趋。

基于QQ好友的强关系链优势，腾讯微博形成了一个强弱交叉的泛关系链，较其他社交性电商模式的弱关系链传播性更



高。互联网专家刘兴亮表示，微博的即时快捷性、快速传播性和受众群广泛性是传统营销渠道所无法比拟的，同时微博采用文字、图片、视频等对商品全方位的展示，使潜在消费者更形象、直观地接受信息。

## 腾讯微空间浮出水面

尽管目前企业对于微博营销的优势已达成共识，但是微博产品的无差异化特点，使企业在展示产品和互动方面存在诸多不便。个人微博单一的交友、沟通型模式无法使企业全面地传递其品牌理念和产品特点。

记者登录到NIKE腾讯微空间发现，除了微博

传统的发布、回复、转发、收听等功能外，微空间采用了博客的模块化建制。不仅架构了品牌视频、互动活动、话题输入框、话题页卡等功能，还增加了互动窗口。除了品牌的展示之外，“NIKE超级运动大挑战火热上线！Just Do It！”等活动也陆续登陆主页。同时，用户可以通过微空间的官网链接和参加“今日挑战”的方式直接进入NIKE在线购物平台。

腾讯公司网络媒体产品部助理总经理刘曜表示，腾讯微空间与纯个人微博页面有着本质的区别，企业通过搭建品牌化的营销平台，可以使营销主题更为清晰、聚合。

## 微博营销仍需深化

实际上，早在2010年，腾讯就针对企业的SNS营销发布了泛关系链营销解决方案，腾讯微空间正是基于这样的营销理论应运而生。目前几大门户微博在企业微博营销均有尝试，但是还处于探索阶段。微营销的服务和提供方均存在诸多问题。

对于微营销的上端微博企业而言，目前微博用户习惯于用刷新首页的方式了解好友动态，并不会进入主页面浏览，而微空间中丰富的产品和品牌信息很有可能被遗漏，该采用何种方法帮助企业改变用户此使用习惯？同时，企业产品存在着受众差异性，腾讯如何帮助企业在两亿用户中实现精准营销？而站在营销主体的企业角度，在线客服体系的搭建、负面危机的处理等问题，都是腾讯和企业亟待解决的课题。值得注意的是，业内人士认为，微博营销的意义不仅在于为企业提供了一条营销新渠道，对于微博自身的盈利之路也是一个铺垫。

本报记者 罗添/文  
暴帆/摄

## 百度围剿网游私服黑色产业链

旨在打击互联网不良及欺诈信息的“百度阳光行动”日前已经进入新阶段。昨日，记者获悉，作为“阳光行动”的组成部分，百度近日发起了一项内部代号为“太阳风暴”的行动，通过不断升级的技术手段及更加严格的管理机制，针对商业推广信息进行更深层次的筛查和监控。作为“太阳风暴”打出的一记重拳，百度针对网络游戏“私服”发起了专项打击，通过技术及管理手段，严格筛查清理“私服”类相关推广，并从源头阻隔和剔除不良网站的商业推广信息。

私服危害  
网民信息财产安全

“阳光行动”为百度及互联网违法和不良信息举报中心联合于2010年底发起，旨在加大打击互联网违法、不良和虚假信息的力度，净化网络环境。

据介绍，截至目前，此次围剿网游私服的专项打击行动已经颇有成效，百

度已处理了“私服”相关关键词展现近万个，所有与“私服”相关的关键词推广已经全部清理下线。对于目前国内已高达百亿规模的木马、私服、外挂等游戏黑客产业链而言，百度此举将起到显著的震动和打击作用。

一直以来，网游“私服”都是互联网产业的毒瘤。作为一种网络恶意侵权、盗版行为，“私服”站点零成本投入，通过用户误点或寻找“私服”的契机，以提供道具、装备等优惠措施为诱饵获取流量，再通过流量导入获取利益收入，极大地损害了互联网产业的健康发展。

而对于网民和游戏玩家来说，未经许可私自架设的服务器，不但缺乏配套的管理及服务能力，更是经常成为病毒、盗号木马的滋生和繁衍之地，不少玩家的账号、虚拟财产等重要信息被不良分子以非法手段套取，严重危害了网民的个人信息及财产安全。

黑色产业链  
过百亿

目前，“私服”已经形成了一条完整的黑色产业链。从代理租赁境外服务器、出租游戏服务端、维护游戏服务端到设置游戏积分兑换平台等一应俱全，各类“私服”网游专业服务的广告和宣传也并不鲜见。日益泛滥的私服，扼杀了网游开发者的创新精神，也严重阻碍了我国信息产业的发展。

数据显示，截至目前，包括木马、私服、外挂等黑客产业链给游戏产业造成的损失已经超过100亿元规模。而据调研机构易观国际预测，2011年中国网游产业规模将达到525亿元，在这一增长态势下，如果听任黑客产业链继续猖獗，其所带来的损害将难以估量。

排查私服  
打击关键词近万个

此次百度发起了私服专项打击行动具体举措包

括：全面排查整理涉及“私服”类推广的客户名单，通知服务管理部全面下线；利用技术手段及更加严格的管理规范，加强系统自动筛查排查，从源头杜绝相关词汇的进入；整理“私服”相关的变体词汇，如“似服”、“似发服”等，进一步通过技术进行筛查，剔除不良网站；此外，对于部分不良分子千方百计躲避搜索推广资格审查、人工修改推广物料及跳转链接的做法，百度也特别加强了人工巡查机制，并携手渠道商进行监管和排查。行动开展以来，取得了非常显著的成效。

据来自百度销售监察部的数据显示，行动相关打击举措涉及的私服类关键词展现达到近万个，有效净化了网络环境。目前，该专项行动还在继续深入展开，百度方面也呼吁更多网民共同加入行动，通过百度设在每个页面下方的举报通道，对不良信息进行举报。

本报记者 张绪旺

## ·速读·

## 点心联手海尔推haiPad平板电脑

近日，海尔与点心联合推出的首款智能手机平板电脑haiPad，其搭载的点心平板电脑解决方案成为业界关注的焦点。对于国内的用户来说是一次全新的体验。

据了解，在操控体验方面，海尔haiPad采用快捷的应用管理方式，点击1次即可卸载，手指滑动就能移动图标；独创的文件夹模式，将图标拖到一起即可自动生成文件夹；功能栏图标数量可自由增减，增加了用户的使用自由度。同时在应用方面，haiPad内置了下载量过两亿的软件商店应用汇，提供超过1.5万个应用。haiPad前后分别设置2Mp和3Mp的摄像头，导航式浏览器，支持WAP和HTML5，可在节省流量的同时一步操作直达目标。据悉，该产品预计在8月份推向市场。

## 中粮万种食品入驻乐酷天

近日，网购商城乐酷天再度迎来超级卖家，中粮集团食品营销有限公司将在乐酷天开设中粮食品旗舰店。据了解，乐酷天中粮食品旗舰店将销售中粮集团生产的米面粮油、厨房调味、休闲零食、山货土产、茶叶咖啡等各种食品。市民只需网上下单，就可省去原本去超市复杂的购买步骤。此外，部分产品也会适时推出打折促销、满额包邮活动。这使得网购食品在价格上也极具竞争力。

在网购的产品种类方面，国外发达市场的线上与线下几乎同步，而中国线上销售品类主要还是百货、服装和图书音像制品等。分析认为，日用消费品的网购接受程度，是衡量社会对网络购物行为接受度的重要依据，乐酷天在食品品类的扩展是一个重大的跨越式进步。

## 国家域名云解析服务推出

近日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布国家域名云解析服务，该服务旨在为国家域名用户永久免费提供安全、快速、易用的解析能力，提升各种网络应用的畅通可靠性，构建安全可信的互联网环境。据了解，这是全球首个由国家域名注册管理机构提供的免费云解析服务。

《中国域名服务及安全现状报告》显示，目前我国57%的域名解析服务处于有风险的状态，域名服务是当前网络安全的薄弱一环。国家域名云解析公开提出服务承诺：“对国家域名用户永久免费”，成为全球首个由国家域名注册管理机构提供的免费云解析服务。由CNNIC运行管理的国家域名平台已初步完成全球化节点的布局，并在北京和四川建成两个灾备中心。

## 联想再次入选《财富》世界500强

联想集团日前宣布，再次入选《财富》世界500强，位列第449位，这是继2008年首次入榜之后，联想再度跻身该榜单。

“我们重返《财富》世界500强，是对联想强劲的业务增长和为客户与合作伙伴专注服务的最佳认可”，联想首席执行官杨元庆如是表示。

据悉，联想已经连续6个季度成为世界五大PC制造商中增长最快的企业，并连续8个季度取得超越全球整体PC市场的增长。上一财季，联想的全球出货量同比增长了16%，全年营业额首次突破210亿美元。联想已经获得多重国际声誉。6月9日，联想集团首次入选《福布斯》“2011年全球最具声望企业排行榜”100强。2010年4月，联想入选彭博社《商业周刊》“2010年全球五十强创新公司”。

## 腾讯视频自制节目反哺电视媒体

近日，腾讯视频出品了原创社会纪实类人物访谈《某某某》，备受传统电视媒体青睐，中央电视台、北京卫视等多家知名电视台在节目中已多次引用其内容。

腾讯公司在线视频部总经理刘春宁表示，视频网站作为新媒体，是传统媒体的重要补充，二者在内容上的互补与相互输入，是跨界融合趋势的体现。随着视频网站出品内容、数量和质量的增多，视频网站将会在未来发挥更重要的内容反哺作用。

据了解，近期搜狐视频和凤凰视频也表示，将发力内容自制和搭建新闻分发平台，多形式地进行内容反向输出。资深媒体人认为，视频网站自制内容的崛起，使其向主流媒体转变。视频网站未来将会与传统电视媒体长期竞合式融入。商报实习记者 魏蔚/整理