

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29232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腾讯微博微空间发现, 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

· 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环节。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。

本报实习记者 魏蔚/整理

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量, 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少见。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, 通知服务管理部门全面下线; 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