

从少数名人的前卫时尚,变身大众竞相参与的网络潮流 “围脖”织的是个人的招牌



如今,微博已经是互联网上最火爆的交互平台,2011年上半年,微博用户数量从6331万增至1.95亿,半年增幅高达208.9%。越来越多的人热衷于通过微博,用短短一百多个字,和自己的朋友发发感慨、分享心情。微博已从少数名人的前卫时尚,变成了众多普通大众竞相参与的网络潮流。与此同时,一些微博达人将“围脖”经营得甚是出彩,甚至已经成为个人招牌,记者近日采访了省内几位微博达人,分享一下他们的“围脖经”。

记者 邹传科

唐友明



人物:安徽电视台
新闻栏目编辑部主任
博龄:2年多

微博无谣言 粉丝多少不重要

微博越来越多的被认为是新媒体,自然会引来传统媒体的重视并且抢先使用。

作为媒体人,唐友明织“围脖”的博龄已有两年多,而当初开博的初衷,也是希望一边使用微博作为自己媒体内容的介绍,一边使用微博发布一些即时性较强的内容,同时还能与受众互动,弥补沟通渠道,所以自己平时关注的也多是圈内的人和事。“既可以了解一些资讯,也可以进行交流。”唐友明坦言尽管有电话、QQ、短信等交流方式,但和这些相对“隆重”的交流方式相比,用微博私信的方式会有更好的氛围。

“微博无谣言,已经走过了关注粉丝数量的阶段。”针对网络上甚嚣尘上的微博谣言、微博恶意炒作、微博购买粉丝等问题,唐友明表达了这样的观点,微博已走过了关注粉丝数量的阶段,关注更多的是有效粉丝的量,只要能在找准自己的位置,体现自己的价值就足够。“微博不存在虚假信息,毕竟有那么多人每天都在看、印证,这也使得许多谣言无处藏身。”唐友明表示。

关意高



人物:洋业集团
博龄:1年半

加谁为博友是核心 微博当杂志

快速聚集了强大人气的微博平台就是价值所在——因为哪里人多哪里就有利用价值。

在关意高的眼里,微博是个人树立招牌的一种手段,相对于昂贵的传统媒体的宣传费用,微博的花费则显得微不足道,这顺理成章的就成了各类企业或者个人宣传招牌、经营理念,介绍新产品或服务,寻找潜在客户,引导消费习惯等的有效工具。

而关意高也是在玩博客时的一次偶然中点击了新闻链接才开始认识微博的,“发现微博的时效性很强、信息量也丰富,从此玩微博就一发不可收拾。”他还利用这个平台为自己的项目做宣传、树立品牌,同时也从微博中获得金融、房产等有价值的财经资讯,以此作为自己决策的参考。“目前关注更多的是财经类、房产类名人,平时就把微博作为一份财经杂志来读。”

“玩微博最核心的问题还是加谁为好友。”他表达了这样的观点,只有那些能够客观分析并且引导自己做出正确判断的人才能成为真正的良师益友。

万兵



人物:元一集团
策划部经理
博龄:半年

获取个人话语权 视野更开阔

微博的火热程度,大家有目共睹,在满城尽是“微博控”的年代,微博越来越受到喜爱,朋友之间用微博保持联系已经成为潮流生活的一部分。

万兵正是在这一时尚潮流影响下开始玩微博的,而在他看来,微博真实、快捷、传播方式的革命都自己的工作、生活带来了许多便利。“微博上针对一些地方发生的不公平事件现象点评,时效性强,还原了事实真相,让更多人听到了真理。”同时,万兵也表示吸引自己的还有微博的知识性、信息量大和快捷便于转发。

“除了作为一般的朋友之间的交流工具外,借助这个平台,草根微博关注热点事件,获得了更多的话语权,将影响到事件的发展态势。”他告诉记者,借助微博关注更多的人和事,使人们的视野更宽广。“另一方面,微博也为人们减压、张扬个性提供了途径。”

万兵分析认为,未来几年里,微博发展的趋势是从精英走向草根、从“围观”名人到网络社交。

长虹智尚 A9000 系列 3D 电视抢滩高端市场 国庆献礼合肥

随着长虹智能战略的全面启动,长虹推出了集合其全部实力和优势的新款智能电视 A9000 系列 3D 电视。据悉,该系列电视面板采用了超薄 LED 和全高清 PDP,从而成为业内首家同时涵盖了 LED 和 PDP 两大品类的智能 3D 电视厂家。

众所周知,智能电视最大的特点就是用户使用的丰富功能应用,以及电视、手机、电脑、掌上平板等设备之间的多屏互动。长虹智尚 A9000 系 3D 电视采用 Android 开放式平台,提供了丰富的应用程序资源,支持 flash 视频播放、键盘鼠标操作;触控智能操作、语音控制、全键盘输入;同时还能支持在线升级,适时升级新版程序。

体验:多屏互动“玩”得开心

针对智尚 A9000 系 3D 电视测试体验,长虹多屏互动的优势表现如下:

一是控制:通过语音控制即可控制电视机的各项操作;通过手机和平板电脑即可控制电视机的各项操作。二是推送:通过手机和平板电脑即可查阅和播放最新的影视资讯,当需要在网络上搜索到的视频播放时,可以用手机进行联网并选中,将搜索到的视频地址和播放确认信息打包发送给电视机,电视机可以直接播放,省去了电视机进行搜索和选择的过程。三是共享:手机和平板电脑里的视听内容随时和电视进行共享:通过手机可实现将手机上的视频、图

片、音乐发给电视机,电视机直接接收输入的信息并进行相应的演示。四是百搭:平台系统自主研发,国际兼容,安卓、苹果双智能系统兼容、智能手机、pad 全兼容。

突破:9mm 超窄边设计 绿色环保

为进一步满足不同消费者的需求,长虹在智尚 A9000 系 3D 电视产品造型上进行了大胆突破,如 9mm 超窄边前卫设计,从而实现了 43、48、51(PDP)、64(PDP)等尺寸段,比当下普通的电视尺寸均多出一寸,不但让消费者观看时画面感更大,而且性价比再次体现,整机厚度、重量均大大减少;同时采用蒸气高光工艺技术,屏幕与机身浑然一体,不留缝隙,令视觉不再受限,实现了绿色环保的设计理念,从而再次引领业界潮流;而且采用的悬浮屏,具有防水雾、防尘、防眩光、防辐射、提升 3D 观看效果等特点。

实惠:国庆特惠多多 等你来抢购

随着国庆节的到来,长虹也将为江淮人民奉上一场电视仓储开放大促销。本月 30 日即提前引爆“十一”黄金周,提前开闸“放价”,让那些在“十一”已经有出行安排的消费者在此之前购买到同样实惠的家电。今年长虹国庆节降价非同寻常,3D-LED、3D-PDP 将一举突破心理价位,各类资源、赠品、特价机等足量供应,势必掀起长虹彩电新一波的抢购热潮。

邹传科

学生机皇彪悍小 y 销售高峰到来

想要大二英语一次性过六级,想要拿到今年年底奖学金,想要魔兽原地满血复活,想要一台大学最满意的笔记本。在犹豫该买什么机器?联想 ideapad Y470“彪悍的小 y”销售高峰已经到来,该出手时就出手。

学生机皇开学持续热卖,销售高峰已经到来

真正懂得笔记本的大学生朋友一定懂的,作为学生机皇的联想 ideapad Y 系列笔记本,不仅拥有遥遥领先业界的机器配置,在大学生市场中良好的口碑,以及单品销量超过 400 万台的业内记录,让这款学生机皇在市场上的一枝独秀。

据目前市场上了解的信息,最新款联想 ideapad Y470 的销售已经进入高峰状态,彪悍的小 y 学生进店提及率第一,连续 121 天最热门游戏影音笔记本销售第一。ZDC 调查显示,在众多品牌的全能学生本市场中,联想在以近四分之一的关注比例成为人气最高的品牌。

“彪悍的小 y”凭借动感跑车设计,一抹闪亮的橙色镶边,用年轻和活力勾勒出小 y 简约紧凑的设计,强悍的内心之外,低调间尽显年轻锋芒,赚足了市场的眼球,每日巨大的出货量让联想经销商笑逐颜开。

每 5 个大学生笔记本用户中就有一个用小 y

每个大学生都有认识用小 y 的朋友,每 5 个大学生笔记本用户中就有一个用小 y,每个学校中都有超过 10000 人喜欢小 y,你信吗?彪悍的小 y 向你证实,什么才是真正的学生机皇。

“彪悍的小 y”单品销量超过 400 万台,用户 43% 是大学生。从大学生中来,到大

学生中去的产品研发及营销思路,也成为了联想 Y 系列笔记本最核心竞争力。联想 Y 系列笔记本的每一次产品研发、设计、上市发布、返校促销,都可以看到大学生的身影。今年的 Y470 返校促销大学生团队,为了拿出最适合大学生的产品推广方案,在联想北京新大厦内不分昼夜的工作。

Y470 返校促销大学生团队为小 y 配备 Nvidia 2G GT520M 旗舰独立显卡,超大 4G DDR3 内存,750G 海量高速硬盘,更有顶级的 JBL 专业音箱。3DMAX 渲染极速提升,photoshop 等学习软件顺畅自如,魔兽世界全效全开,满足所有大学生学习及娱乐需求。

领衔笔记本市场,金秋买小 y 不用等十一

即将到来的十一黄金周,小 y 必将成为市场上最受大学生欢迎的笔记本电脑。各大经销商正在为小 y 积极的囤货,可以从市场很明显的洞察到,一场金秋电脑恶战即将开始。为了让大学生可以轻松回避十一爆挤的 IT 市场,彪悍的小 y 为大学生单独定制返校促销政策,避免水涨船高的价格和各种名目繁多、混淆判断的卖场混战。

金秋返校促销的政策有更大幅的购机价格直降,最低只要 4999,彪悍的小 y 就能轻松拥有。并且赠送的礼品也会更适合大学生的使用,联想 idea 精英汇将在全国 168 所高校开展极具创意的校园落地及免费真机体验活动,想到这些政策能给全国所有高校的同学带来真正的福利和实惠,这才是真正的“学生机皇”,彪悍的小 y,彪悍不坑爹,反正我信!