

//你好, Twitter 世界! 我们正在国际空间站登录 Twitter!

新词汇 更多

//新玩法

网络色狼

是指一些怀有色心并且专门利用网络平台,在QQ、MSN或各大论坛上通过聊天形式和不同少女搭讪,试图用花言巧语进行蒙骗,以约对方出来见面。此后,如果女孩自愿与之发生关系最好,否则部分“网狼”会以各种手段进行不轨行为。

春运综合征

“春运综合征”是发生在特定时间、特定场合的一种症状,这种紧张的情绪很容易造成感应性现象,不良的情绪会影响到身边同行的人。

爱情长跑男

所谓的爱情长跑男,指的就是那些接受爱情,愿意恋爱,却拒绝结婚,把婚姻远远阻挡在灵魂之外的男人。他们不愿意为婚姻承担责任、义务,更不愿意被婚姻中的琐碎给牵绊。在他们的观念里,婚姻似乎只是由恋爱而产生的附属品。

图标新生活 更多



1月21日 祖父母日



1月22日 中国腊八节



1月23日 强哥·莱恩哈特诞辰100周年

新消息 更多

第一条来自太空的微博

据国外媒体报道,国际空间站航天员蒂莫西·克雷默(Timothy Creamer)周五向微型博客Twitter发送了首条来自太空的信息。克雷默在Twitter的账户名为Astro_TJ。他在信息中写道:“你好, Twitter 世界! 我们正在国际空间站登录 Twitter。这是首条来自太空的 Twitter 信息!”国际空间站配备了68台IBM ThinkPad A31笔记本以及32部联想T61p笔记本。这些电脑都通过Wi-Fi相互连通,还有一部专用IP电话。

深圳进入山寨3.0时代 电子书取代上网本成新宠

电子书成功超越上网本成为深圳山寨厂第三代明星产品。虽然市场上只有几十款电子书产品,但已经有近百家山寨厂正在准备生产山寨电子书,预计2010年农历新年后将有批量山寨电子书产品面世。

上海移动推手机消费 用手机坐地铁买咖啡

上海移动正式启动刷手机乘地铁业务。目前上海地铁共有1500个闸机可供手机刷卡使用。所有使用刷手机坐地铁的用户,均需提前更换一张包含RFID技术的SIM卡,费用120元。上海移动表示已经与上海市内的麦当劳、星巴克、贝贝拉、可的超市、好德超市等1000多家商户达成合作,开通手机支付的移动用户都可以在这些商店中用手机消费。

微博围城

Twitter创立于2006年,2007年中国出现了两个类Twitter产品——饭否和滔滔。去年查看“微博客”词条,例子除了Twitter之外,中国地区的是:饭否、嘀咕、叽歪、做啥。很长一段时间内,这些都是小众们玩的东西,不曾进入大众视野。2009秋天,微博在中国成了大热门。新浪推出微博之后,百度也出了自己的微博客产品“i贴吧”,而就在上一周,网易微博开始内测,搜狐微博开始面对博客用户公测。加入这场混战的还有人民网、中关村在线、鲜果……甚至19楼。



新浪:大爱或者大恨

饭否关闭两个月之后,新浪上线。立刻有人预言:“为他人作嫁衣裳”的故事在中国IT行业有两个最精彩的诠释者:一个是博客中国的方兴东,为中国引进了blog的概念,并大力推广孕育市场,结果却都是为新浪博客今日的成功作了铺垫;另一个是饭否的王兴,同样为中国引进了微博客的先进理念,积极探索发展模式,最后却无果而终,新浪再度出手,坐享其成。”当时胡淑芬即评价:“关于微博的结论下得还太早。”

无论如何,新浪微博赶上了好时候,在大部分人还不知道微博为何物时,它及时出现了,借助原有门户和博客的强大影响力迅速造成了一家独大的局面,尤其幸运的是,这时候本该最有竞争力的饭否是缺席的。直到半年后的今天,很多中国网友对于“微博”的认知还只是新浪一家而已,包括在微博玩得风生水起玩出第二春的宝哥哥欧阳奋强。他接受采访时表示,新浪微博是他接触的第二个微博客产品。《新周刊》的封新城对新浪微博也推崇有加,最新封面《微革命》几乎全以新浪为范本解读微博客。

恨新浪和爱新浪的人一样多。新浪推广微博用的是和当初推广博客同样的手段:名人入驻,并且首创了“新浪认证”挂v的方法,保证出线的名人都是本尊不是冒牌,把关注某人的用户称为“粉丝”。此举招致了包括胡淑芬在内的网友反感,认为微博的精神在于平等,而新浪大搞特权的策略不恰当,“粉丝”一词也将关注者的姿态扭曲。挂v创造了一些负面效应:有人代办挂v,有人兜售粉丝数量,这些虚拟的东西成了某些网友梦寐以求的成就——新浪也在注意删除兜售粉丝的信息。质疑新浪的第二条理由是,它过分强调转发时的“评论”,让冗长的评论淹没了原本的信息。

滔滔:奇怪的先行者

说新浪是中国微博的开端,不要说嘀咕叽歪们不同意,就连腾讯也要拍案而起。腾讯2007年就推出了类Twitter产品滔滔,自动关联QQ签名,有绑定QQ的滔滔机器人,支持短信和手机版网页更新,2008年的时候就相当大地支持绑定竞争对手MSN的签名(!)……客观一点说,作为一个微博客产品,它起步早、功能人性化而全面,占了QQ用户全体庞大的优势,却至今没有大动静,知名度甚至低于还在员工内测的网易微博。同样借助QQ推广的腾讯拍拍,早就跃居为仅次于淘宝的第二大C2C网店。滔滔实在是太奇怪的先行者了。

太附着于腾讯,也许是它失败的理由。对于天天上QQ的人来说,滔滔好像只是一个签名记录工具,既然改签名就会自动更新滔滔内容,谁还会去主动在滔滔网站上更新呢?滔滔不邀请名人推广、没有媒体或者其他机构开通公共账户,甚至在页面上看不到新闻——长期以来,它默默地隐藏在QQ签名背后,使用者寥寥——或者,它一直没有被腾讯重视,直至今日?

网易:潜力股,潜力股

1月20日,网易微博开始内测,淘宝上有人叫卖邀请码,售价16.3元人民币——随后该宝贝立即被撤下。新浪微博上的精英们都在“跪求”邀请码,得到的仍然寥寥无几。据一位不愿意透露姓名的网易员工透露,网易现在的内测尚在起步阶段,员工凭内部邮箱可得邀请码一个,只限一个。越避,越让人想一窥其真面目。更何况网易的评论素有“油菜花”的传统,“网易盖楼团”甚至入选了某杂志“让我们生活更美好的100件事”。给新闻评论这件事,深得微博精髓:言简意赅、智慧取胜、接龙游戏。尤其是“盖楼”,基本上等同于微博里的转发加评论。所以网易的万众瞩目,也就情有可原了。有幸得网易邀请码的网友介绍,这支潜力股功能和界面设计上和Twitter并无不同,只是换了主色调和LOGO。放弃了新浪式的复杂转发和评论,继承Twitter简单转发功能。同时创意地把140个字变为最多163个字。在全面公开之前,这里是网易员工的内部论坛,公开之后的场面,尚无法预测。

还有各种……

本地化的、RSS的、业内的、抄袭的 和网易同期推出微博的还有搜狐,界面和博客打通,首创“围观次数”,即给微博也设了点击率,转发和评论功能类似新浪界面。四大门户网站之外,百度有自己的微博“i贴吧”,将贴吧产品改造成微博,前阶段被广泛关注是因为李彦宏的“史无前例,史无前例啊”。同样是门户网站的人民网不但做微博,还在新浪微博上开了账号,利用新浪的微博平台宣传自己,同时征集意见,绝对是创举。

专业网站们在蠢蠢欲动。RSS网站鲜果正在做微博,名字叫“鲜果联播”,因为鲜果本身的性质,有点像RSS订阅一句话通知;IT业内网站中关村在线也在内测微博,已曝光界面类似新浪;地方网站19楼出了微博读书大赛,似有把微博本地化之心……对了,曾经参与微博大战的MSN聚酷,因为涉嫌抄袭台湾微博网站PLURK,已经暂停。 快报记者 张润芝

微博围城,他们说……

张志安 复旦大学新闻学院博士:任何一个好的商业产品,被广泛复制都再正常不过了,关键是如何紧扣门户的定位和特色,突出各自微博的特色。有个帖子似乎有这样的概括:新浪的微博名人多,网易讨论新闻多,搜狐看客多。不知道是否准确,但至少可以看出,大家做微博产品时还是有所差异的。



纪云 新浪微博公关部:如果有人觉得我们现在市场份额稍微大一些,可能是我们抢了一个比较好的时机。我们有10年的互联网产品运营经验和技術经验,现在微博已经邀请测试view2版了,微博产品还未正式上线。微博的属性不是定义出来的,网友的创造力是无穷的,他们可以在微博里游戏、互动……我们只是按照用户的需求来开发。

张丹萍 网易UGC中心总监:无论是博客、BBS,还是SNS,都不是一家独大,微博是个信息平台,让大家有更多选择,是好事。从外在表现上,网易微博是163个字,主要因为163与网易品牌的关联。在产品设计上,网易微博没有V认证,更不会在推广中去垄断名人资源,或者是要求用户签约开设独家微博。在产品上,没有使用粉丝的概念,我们的提法是关注和被关注,目的就是希望所有的人在微博这个平台上,都有机会成为信息的中心、话题的中心。我们认为,这样,可能会更符合互联网的精神。



张书舟 天涯版主:天涯都有一个半成品的微博呢。在用新浪的微博,挺好的,现在中国的微博里最出色的。



地下天鹅绒 网络从业人员,微博用户:除了饭否,目前我只正式用过新浪微博和MSN聚酷。新浪老旧的运营手段是我最不喜欢的一点,比如明星效应、病毒式传播(当然我没资格说这种话),还有干预的因素太多,包括各种推荐、认证机制等。



Aristo 海外留学生:Twitter的API是公开的,这些产品大同小异,我觉得Twitter用得最舒服,不为什么,产品要有自己的气质。

微博的N种可能性

- @功能:在@后面加上某个用户的ID,现代快报,@现代快报就会变成一个链接,点击即可进入现代快报的页面。一旦被@,用户就会收到通知。也就是说,@功能给了你和任何人对话的可能性。
文学创作:著名的“口游记”就是微型文学创作的典型。140个字可能更符合现代人的阅读速率。
招聘和找工作:微博上已经有很多机构页面,除了推广自己之外,他们还在微博上招聘,你也可以回复招聘信息,可能就会找到工作。
游戏:“围脖女王”姚晨曾经在新浪微博上发起“抢回复”的游戏,赢家可获得自己送出的围脖一条。
读书笔记:张发财在微博上著名的历史段子,准确说来都是他用微博记录下的读书笔记,结果就红了。
看报纸:关注快报的官方微博http://t.sina.com.cn/modernexpress,每天都能看到快报的新闻更新……

//对号入座

“月光族”“闪族”“蚁族”……刚刚进入2010年,有网友在猫扑论坛发帖,声称以下这些“族”正在网络中成长、壮大,并逐步引导网络流行,网友们不妨看看自己是否也是其中的一员。

比比看 你属于哪个族类

- 1、尼特族:尼特=NEET(Not in Employment, Education or Training)不上学、不上班、不参加就业培训的人。
2、走班族:“走班”是近年来城市从业人员中流行的一种时尚、健康的生活方式,既免去交通拥堵之苦,又充分利用上下班时间锻炼了身体,更重要的是保护了我们居住的环境。
3、抢抢族:所谓的抢抢族,就是指经常参加一些有奖品免费赠送或者低价拍卖的活动,算计怎么才能抢回自己喜欢东东的一族人。
4、装忙族:一些人为了维护自己在同事或领导眼中的形象,用“装忙”表现自己工作努力;还有一些人是“盲目地忙”,忙碌但没有效率,这两类人被人们称为装忙族。
5、酷抠族:是指拥有高学历、较高收入的人群,他们通过精打细算过日子,通过转移消费重点,更好地配置“有数”的金钱,追求简单生活、自然的幸福,摒弃过度的奢侈和繁琐。
6、闪玩族:“闪玩”就是在短时间内通过网络发帖形式寻找志同道合的玩伴,共同短途旅行、唱歌、吃饭等等。活动最长不超过一天时间,费用AA制。