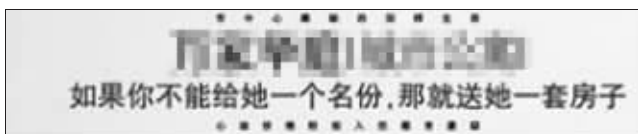


开春了,网上各种奇事也纷纷出炉。昨天先是有网友发现宜春市旅游宣传口号为“宜春,一座叫春的城市”,后有网友贴出一楼盘广告号称:“如果你不能给她一个名分,那就送她一套房子”,宜春市的口号的确是在旅游政务网上出现的,让网友们被雷得里嫩外焦,惊呼城市炒作尺度太大;而那则“海藻”楼盘广告则疑似恶搞出处不明。春天,果然是一个争雷斗囡的季节。

广告词雷语争“春”



一座叫春的城市 VS 你们一小区都海藻

宜春市,位于江西省西北部,忽然因为自己的城市宣传口号而出了名。有网友忽然在猫扑发帖称,宜春的旅游宣传口号为“宜春,一座叫春的城市”,寓意应该是强调这座城市春意盎然,不过读起来难免有不良联想。莫非现在连城市宣传都要走凤姐路线,靠雷人博上位?

“叫春的城市”引发网友投诉

昨日,网友“伪咖啡勺”在猫扑发帖,发现宜春把自己的旅游口号定为“宜春,一座叫春的城市”,并留下宜春市旅游政务网的地址(http://www.yctravel.gov.cn/),证实此图绝非PS。记者查看该网站后发现,这个口号的确是宜春市旅游政务网的标语,并被放在了主页的最上方,相当醒目。“叫春的城市”宣传标语在网上曝光之后,还真的有不少网友前往宜春市旅游政务网围观,甚至有人专门在“执法投诉”栏目中留言:“请修改网页的广告词‘一座叫春的城市’。巨雷人啊!”“一座叫春的城市”这样的句式还被网友拿来套用了一番,造出了其他的句子:春哥,一个叫春的男人。

有网友评论说:“不是我思想邪恶,关键是这个标语实在是读起来不太雅,制作标语的人怎么想的?他们就未发现容易读出笑点吗?”也有网友觉得这个标语肯定是故意为之:“想标语的人很有幽默感,一定是郭德纲的粉丝,我觉得他们是故意的,这样就达到宣传效果了。”不管是无心之过还是有意为之,网友们都觉得这种城市宣传实在不雅:“带着孩子去玩,要怎么介绍这个城市?以后导游怎么向游客介绍这个城市?标语是火了,可是城市形象坏了。”

当地旅游部门:这只是个口号

记者昨日电话联系到了宜春旅游局的工作人员。这位工作人员听说了网络上对宣传口号的争议后说:“那个标语的意思就是一个叫做春天的城市。这只是个口号。”他还说,之前他们就已经看到了网上对这个口号有争议:“有的网友说这个口号不雅,这个是仁者见仁智者见智的事情,这就是我们的宣传口号而已,没有别的意思。”既然已经有网友提出了异议,会不会考虑修改宣传口号呢?这位工作人员表示:“暂时不会更改。”

雷人城市宣传,请自带避雷针

除了“叫春的城市”之外,网友们也发掘出了其他城市的雷人宣传。比如合肥在2010年初就宣布,城市宣传口号将会定为“两个胖胖欢迎您”,惹来争议声一片。但是负责宣传的规划单位却拿出了诸多理由论证此标语的合理性:“这个口号形象很正面,两个小胖墩,也给合肥增添了几许福气。”著名的旅游城市承德的口号则是:“游承德,皇帝的选择。”虽然避暑山庄过去的的确是皇帝的选择,但是网友对此标语的评价为:“看了被吓到,不敢去了。”

网友列出的最曲折的城市宣传当属徐州市的睢宁县。睢宁县在报纸上登出广告“睢、睢、睢”,一登就是三天,让读者猜这个字怎么念,第四天才公布答案这是“睢宁的睢”——这接连四天的广告只是为了吸引温州商人去睢宁投资。有网友称赞此举颇有创意,也有觉得“识字游戏”的方法太无聊。 快报记者 张润芝

昨天中午开始,一张写着楼盘广告语的模糊不清的小图,竟然掀起了网上的持续骚动:“如果你不能给她一个名分,那就送她一套房子。”网友从语言学、社会学、营销学等多方面,吵吵闹闹地围观和讨论着,不过,这个广告是真的么?

2010年最雷广告语

昨天中午,新浪微博网友橡皮在自己的微博里发了一个字“口”,然后配上了一张图片。图片很小不精致,清晰度非常低,上下两行小字肉眼难以辨认。不过,中间两行大字还是可以看得清楚。其中写着某楼盘的名字,另一行写着该楼盘的广告语:“如果你不能给她一个名分,那就送她一套房子。”套用一句网友常说的话,这句广告语亮点十足,“足以亮瞎网友的眼睛”。

这条微博发出的确切时间是11:57,两名网友用灌水专用语“无语”和“汗”评论之后,网友刘新征激动地评论说:“这条微博要火!”然后,这条微博就真的火了。至昨晚7点半,已经被转发1300次,评论400多条,荣升新浪微博当日转发榜的第4位。不仅在新浪微博,其他的微博平台、论坛也开始疯传这张小图。这句雷人的广告语,已经被网友封为2010年最雷人楼盘广告语。

“你们一小区都海藻”

网友们一直以来都对那些文绉绉酸溜溜的楼盘广告语很反感,什么静怡人生,坐拥繁华,看到都要吐了。突然一条这么精彩的广告语出现在眼前,怎么能放过点评的机会。于是,他们从语言学、社会学、营销学等方面,对这条广告语好好地分析了一把。

“可以改名叫二奶公寓或者小三公寓啦!”网友cat说,“真绝妙的广告语,虽然没提婚外情,却深深地流露着那份情!”大批的赞美之声也随之而

来,网友“暗地博德”从营销的角度分析:“这个策划太有才了,无论对宏观或微观经济环境的把控都相当到位。在细分客户上无懈可击,直接瞄准了有钱有情成功人士,一语中的。在客户心理分析上更是一剑封喉,目标人群根本无法抗拒这样的情感告白。该楼盘一定火了,公司老总真真眼光啊,哈哈。”还有网友发现了商机:“以后小区门房可以长期租给私家侦探了,生意一定很好。”

这样的“二奶公寓”,让不少网友联想到电视剧《蜗居》。著名网友庄雅婷评论:“手机党震惊转发,抄送房地产商某总。以后骂人可以骂:你们一小区都海藻。”

雷人广告疑似恶搞

到底是哪里的楼盘,竟有如此魄力和胆量,挑战营销学的极限?记者首先搜索该广告语,未果。接着搜索楼盘名称,发现位于安徽合肥,并进一步查到开发公司,但是开发公司无人上班,无法联系上。于是记者只好联系到了合肥的一家房产网站,对方工作人员表示未曾耳闻该楼盘有此广告语。

那么该广告语到底是真是假呢?记者进一步查询该楼盘信息,发现早在2005年就已经售完,当时均价3200元,户型为120-140m²,简介里称是“三房”。早已售罄的楼盘,广告怎么会现在才红?种种迹象表明雷人广告可能有假。但是那张被疯传的小图又是怎么回事呢?记者睁大眼睛仔细辨认,终于辨认出几个模糊的小字,再通过搜索证实,上下两行模糊小字为“市中心稀缺的别样生活”和“心动价格轻松入住都市豪邸”,但是该楼盘的所有广告信息上都没有那句雷人广告语的踪影。因此,该广告语也有可能是网友恶搞,楼盘广告可能是“被雷人”了。 快报记者 吴杰

快报微博互动直播

现代快报	39	32341	721
关注	粉丝	微博	评论

还有多少网友记得“学雷锋日”?

3月5日是“学雷锋日”,还有多少人记得这个日子呢?昨天快报编辑在微博上提出了这个问题,发现不用提醒就想到“学雷锋”的网友还真不多,大部分网友都是看了微博之后才想起来这么一个日子。不过,90后的热情倒是超乎想象。一位90后网友表示,自己生于学雷锋日,要在生日当天做出点行动。

现代快报:

3月5日是学雷锋日,还有人记得这个日子么?有啥打算么?

网友回复:

生于学习雷锋日的90后:还是我生日呢……看我的名字就知道,我骄傲……行动!

天蝎2010:镇江今天就有有人在街头摆摊了!

望月猴子:是啊,还有多少人会记得啊!

紫色玉花:过去这一天我们争着做好事。现在……这个日子被人们淡忘了。 快报记者 张润芝

网络媒体精要



90后:我们不要“被脑残”

ID:mineku

我们这一代是顶着“脑残”、“非主流”等称号的一代,我们这一代有太多的悲哀,太多现实前的无奈。我们一代都有一个共同的贬义称号“90后”。“脑残片”已经吃得差不多了,迷魂汤也几乎是天天灌,但请80后别再对我们进行攻击,我们是在迫不得已“被脑残”。我们不要再让00后、10后……这些名词再次成为贬义词。80后的前辈们,我知道高昂的房价已经把你们压得喘不过气来,社会的现状或许已经让你们麻木,但也请你们想想自己在有生之年该为晚辈们做些什么,不是一味地讽刺和挖苦,请你们帮助我们这一代,帮助更多的下一代,所有的后辈们都不想再“被脑残”!

天涯聚焦 focus.tianya.cn

男朋友去当伴郎!我很不爽很愤怒

ID:哟小笨

今天一个朋友结婚,找我男友当伴郎,本来是没什么关系的。但是伴娘,是以前喜欢男友很多年的女人。大概是6到7年前,我已经和我男友谈恋爱了,她还是狂追我男友,并不断表白什么的,一直持续了3年左右。大家知道,闹完新郎新娘,就要闹伴郎伴娘,还当着我的面。本来我也不是很在乎,但是新娘家是外地的,今天结婚后,还要去新娘家再摆一次酒席,三天才回来。其间就只有男友和伴娘跟着去,新郎新娘住新房,那伴郎伴娘住哪?说实话,我也不知道。昨天我暗示了伴娘一下,说我也要一起去。她马上说:“不许去,不许去。”我问为什么,她说:“你不去,我和他(指我男友)不孤独,你去了我只有一个人了。”我听了更是很担心,要是跟着去了,会造成很多不方便,但是不去,自己又放不下,我该怎么办呢?

网友评论

天小铃:如果真要有亲密行为,楼主男友也该自己拒绝这差事。

落蓝微蓝:呵呵,还是相信你的男朋友,让他们去吧。如果你男友这次都抵挡不住,也省得你们结婚后他犯错误。

带球跑的老大爷:这说明你老公是帅哥啊! 快报记者 吴杰 整理

英媒:犀利哥像金城武

《独立报》报道犀利哥,译作Brother Sharp

“犀利哥”的影响力究竟有多大?我不说你不知道。我可以很负责任地告诉你,靠流浪“流出亚洲、流向世界”的“犀利哥”不敢说绝后,绝对是空前。因为“犀利哥”已经受到了远在万里之外的英国媒体的关注,英国《独立报》专门刊文报道了“犀利哥”风靡中国网络的事迹。

《独立报》报道,他是一个英俊的中国流浪汉,他被称为中国最酷的男人,他的名字我们不知道,只知道他的外号“犀利哥(Brother Sharp)”,他是一个谜。照片中的他面庞英俊,姿态

有如模特,穿着打扮看似衣衫褴褛,其实品位不凡,在真皮夹克外套着一件大衣,搭配很是合理。他的眼睛正视着远方,被一个粉丝称为“拥有具有穿透力的深邃目光”,而他往前的步伐充满着自信。

但是,这不是在T型台走秀,这的确确实是宁波市的一个无家可归者。现在,大量的网络追随者把他称为中国最酷的男人。

当一位宁波市民将他的照片上传到网上后,他英俊的外表和吉卜赛风格的穿着就为他赢得了大量的网络粉丝。中国的网



犀利哥

民们称其为“乞丐王子”、“英俊的流浪汉”,当然,最流行的称呼是“犀利哥”。

他身高约1米73,年龄约35岁,手上总有一根香烟。神情颇有几分像金城武以及获得奥



金城武

斯卡提名的日本演员渡边谦。不过,他最为奇特的地方是,在宁波当地政府表达了对救助的意愿后,他却毫不犹豫地拒绝了。也许,这种生活正是他所喜欢的。 编译 潘文军