

新浪微博打击草根“大号”?

因大号营销获利行为有损其利益,但此举被指商业化操之过急



“新浪最近打击草根大号的力度很大。微博的粉丝数下降很厉害,一些涉及广告的内容也被删除。”一位微博大号管理者向记者诉苦。

对于那些粉丝众多的微博大号,新浪此轮打击相当严厉。与此同时推进的,是新浪微博自今年初开始的全面商业化改造。除了对个人用户推出微博会员功能外,针对企业用户推出微博广告以加速微博商业化。不只新浪,腾讯微博企业级营销产品微空间也进行了改版升级,这意味着,以微博为代表的社会化营销平台开始了在企业级市场的“跑马圈地”阶段。

大号背后的商业利益

如果你玩微博,关注账号里可能会少不了诸如“冷笑话精选”“微博搞笑排行榜”之类的草根大号,这些大号粉丝众多,最高者达到千万。然而,在这些大户账号后面,却是巨大的商业利益。许多大号后面都隐藏着一个网络营销公司,操控这些账号。

2010年,社交媒体正处爆发期,草根大号跟着水涨船高,每条微博的转发量从之前的1000条骤升至6000条左右,评论数也从之前的500条上涨到1000条左右。与此同时,广告报价也在飞涨,每条微博广告的报价从几百元涨到一千多元。据称,2011年仅一个“微博搞笑排行榜”的净利润便是1500万元。

借助于转发传播的微博营销迅速发展成为一个庞大的产业。北京的华艺百创传媒科技有限公司的掌门人杜子健就是其中的代表,据称其控制着新浪草根微博前50名中的15个。2010年12月,薛蛮子和蓝色光标联合对杜子健投资,双方各出资250万元认购杜子健的华艺全部股权的24.5%。

知情人士告诉记者,微博营销的模式主要是由幕后网络营销

公司通过手上控制的大号和大量的“僵尸粉”为企业微博做营销。比如,先通过企业的官方微博发布内容,再用手上控制的多个大号转发,之后通过众多的小号集体转发,扩大影响范围。

“草根大号已死”

不过,随着微博运营商相继开始商业化,草根大号通过微博营销获取利益的行为,与微博运营商的矛盾正在形成。

“草根大号已死。新浪微博在清理,大号很容易跟踪,重点监控,只要发广告,马上就可以人工删除。”触电网创始人、电商专家龚文祥对记者表示,他认为,新浪微博商业化之后,草根大号的好日子也到头了。

据了解,新浪从今年开始就针对草根大号采取了一系列的打击措施。2012年3月初,新浪大范围对微博进行“扫粉”(移除僵尸粉),重点对象就是草根大号。在这次行动中,草根大号的掉粉率基本在10%以上。4月,新浪微博开通了新的官方账号“@微博管理员”,发出的第一条处理公告就是禁止内容抄袭行为。5月,草根大号“冷笑话精选”“微博搞笑排行榜”“全球经典”等都曾遭到新

浪禁言,原因是内容抄袭。

记者粗略估算,8月1日,在新浪微博草根大号排名第一的“冷笑话精选”,从零点到下午五点,发微博不到70条,基本上没见到广告性质的微博。

不一样的微博营销升级

不愿具名的新浪人士告诉记者,新浪的微博营销已经从1.0升级到2.0,1.0更多是以140字的微博内容作为核心进行营销,而2.0的营销将更完整地以企业的Page为核心进行整个营销。新浪希望通过清理对草根大号的清理,改变微博营销的方式,用新浪提供的微博广告工具放大口碑来代替过去通过大账号转发扩大告知。

今年4月初,新浪宣布全面商业化,正式上线新浪微博广告和企业微博2.0。在新浪看来,微博商业化更重要的是探索一种不一样的广告模式,将会与品牌广告、搜索广告并称为未来的三大主流广告形式。

中国电子商务协会网络整合营销研究中心主任刘东明表示,新浪微博广告正式售卖,对微博商业化是一个标志性的事件。未来广告的发展必将分为三类:品牌广告、搜索广告、社交广告。



资料图片

观察

微博商业化难题待解

近年来新浪的财务压力有目共睹。2011年新浪净亏损3.021亿美元,今年第一季度新浪再亏1370万美元。

据新浪CEO曹国伟透露,今年还要投入1.6亿美元在微博上。但对微博业务上的持续投资,却很难在营收上有明显改善。而且如同大多数WEB2.0产品所面临的生命周期一样,微博也进入了疲劳期。数据显示,新浪微博的注册用户数已经达3亿,而活跃用户不足9%。新浪微博的每月新增用户,从2000万下降到了1000万左右。

实际上,这并不是新浪微博一家的问题,整个微博行业共同面临如何商业化的难题。有微博“始祖”之称的Twitter也仍未能走出亏损。

前述知情人士透露,新浪一度曾在电子商务方面进行尝试,比如微博开店,企业可以挂商品卖,但最终还是没想好怎么做,有个微商城推出来也是失败的。

“新浪微博的商业化有些操之过急,现在还是‘放水养鱼’的阶段,过早商业化,会走入死胡同,大家觉得没意思,就不玩了。”龚文祥担心。

《现代快报》机动车类广告承包经营权招标公告

《现代快报》是新华社重点报刊。日均发行量近百万份,覆盖江苏全省及安徽、浙江、上海等部分地区,位列全国都市报十强,影响力遍及全国。为改革经营管理体制,现对汽车类广告承包经营权公开招标。欢迎国内实力雄厚、操作规范、有相关客户资源的广告公司积极参与投标。

一、招标内容

2012年9月至2015年12月,《现代快报》及网媒、掌媒等各终端产品机动车类广告承包经营权。

二、投标人资质要求

- 1、符合《广告法》规定,工商行政管理部门注册核准,允许从事媒体广告投放业务的广告经营单位;
- 2、具有一定的经济实力,注册资金不少于1000万元;
- 3、具有一定的广告策划能力和经验;
- 4、具有平面媒体经营经历。

三、报名并领取标书时须提供下列证明文件

- 1、企业简介,包括单位名称、成立时间、法定代表人名称、住所、办公地址、联系方式、注册资本、股东结构等;
 - 2、交验通过年检的企业营业执照、广告经营许可证和税务登记证原件,并提供复印件;
 - 3、企业法定代表人签署的投标确认书原件。法定代表人不能到场的,可委托代理人。代理人须持身份证和授权委托书原件,并提供身份证复印件;
 - 4、上述复印件均需加盖投标单位公章;
 - 5、符合报名条件的投标单位可当场领取招标文件;
 - 6、领取招标文件时需交资料费100元。
- 四、报名时间和地点**
- 1、报名时间:2012年8月16日-8月22日,工作日上午9:00至11:30,下午2:00至4:30。
 - 2、报名地点:江苏省南京市洪武北路55号置地广场29楼2902室。

3、联系人:孟先生 联系电话:025-84783601

五、其他事项

- 1、本招标公告解释权归招标人,由江苏现代快报股份有限公司负责解释。
- 2、本招标公告与最终签订的承包经营合同有冲突之处,以承包经营合同的约定为准。

江苏现代快报股份有限公司
 二〇一二年八月十六日



中国邮政储蓄银行 南京市分行
 POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

便捷贷

咨询热线: 96086

个人经营性贷款

一次授信 十年有效 最高授信 500万元

小企业贷款

担保灵活 额度循环 最高授信 1000万元

个人小额贷款

快速放款 无需抵押 最高授信 10万元

个人消费贷款

额度充裕 手续简便 最高授信 500万元

全国客服电话: 95580 WWW.PSBC.COM