

有一首流行歌的名字叫《思念是一种病》，很像眼下移动互联网时代的状态。手机低头族对手机依赖成瘾；PC厂商及相关业者不得不面临业绩下滑的现实，焦头烂额；在移动互联网时代争夺地盘的大公司到小公司，更经历着产品研发和盈利模式创新的“阵痛”——

“移动”是一种“病”

本报记者 徐蕾

手机依赖，上瘾难戒

上周末中午，我带着3岁的女儿去吃饭，等餐时刚拿出手机要玩，女儿就喝令我：“放下手机！”想想自己近两个月来，每天早晨起床一睁眼就先拿起手机看新闻、发微信；即使等候信号灯指示过马路的一点儿闲空，也要拿出手机发个短信。我不禁汗颜，不知不觉中，我竟然成为了时下“手机低头族”的一员。陪家人玩的时间少了，看书的时间少了，锻炼身体的时间更少了……

世界上最远的距离，莫过于我在你身旁，你却在玩手机。看看你我身边，智慧型手机和平板电脑的流行，让手机低头族激增。他们对于移动网络的“上瘾”无疑是一种病，被手机“控制”的生活状态，不仅带给他们颈椎疼痛、手指僵硬和幻听，还带给他们性格的变化，甚至心理疾病如强迫症。而低头族们对手机上瘾般的依赖也引起了部分人的反弹和抵制。有网友在微薄发帖痛恨“每每聚会都有一堆人黏着手机不放，很让人厌烦”。

调查显示，现在用智能手机刷微博、玩游戏、收发邮件、浏览网页的人越来越多，其中77%的人每天开机12小时以上，33.55%的人24小时开机，65%的人表示：如果手机不在身边会非常焦虑。

谁也不会否认智慧型手机和平板电脑



漫画：PC遭遇平板电脑

给我们生活和工作带来的许多方便和娱乐，但是合理安排自己与手机的接触时间和频率，避免对手机“看不到就心慌”上这样的瘾病态，才能更好享受移动互联网时代的便捷和关怀。

PC受冷，容易“抑郁”

PC（个人电脑）主导时代结束，移动互联网时代来临。面对“移动设备”来势凶猛，PC受冷，日子不好过。

虽然市面上流传的一句“PC已死”的论断过于夸张，但是PC面对“移动”的巨大冲击却是不争的事实。全球PC市场需求疲软出货量正在减少，不仅如此，对于惠普、戴尔、联想、宏碁这些传统PC厂商来说，一个很现实的问题就是，三星、海力士、美光这些PC内存芯片供应商今后会更更多地考虑满足移动市场。

大量资本开始转向移动互联网，这对于PC的软件开发和零件生产的相关企业冲击很大。微软使出浑身解数欲借Windows 8扭转颓势，希望能让硬件制造商借此与苹果的iPad Mini、三星的Galaxy Tab、谷歌的Nexus 7和亚马逊的Kindle Fire相抗衡。但是，不少PC厂商却表示Windows 8令人失望，并未帮助PC阵营与iPad等平板电脑去竞争。

相对于移动互联网的火爆，PC显得落寞。当然，移动互联网真正兴起到现在仍不足两年的时间，该领域中许多产品开发仍处在探索的阶段，这也给了PC赢得了一定的生存空间。PC依然还活着，也希望PC能够健康的生长。

创新会“阵痛”，小心“过劳”

互联网领域里盈利难的局面，在移动互联网领域显得更加残酷。拥有规模化的用户，但却难以将流量变现，所以研发新产品和开拓新的盈利模式是互联网大小公司都面临的巨大压力。正如马化腾所说“不管你在移动互联网的大浪潮面前有多强，稍微疏忽，一个月就有可能翻船”。



拿着手机、平板电脑的小朋友

拥有一个好产品，足以奠定一个公司的霸主地位。谁也不能否认，当下高居神坛的微信直接奠定了腾讯帝国的辉煌。外界对移动互联网创业者习惯性地去问“微信如果做，你怎么办”。奇虎360CEO周鸿祎就很嫉妒地评价：“50个360的产品加起来都比不过一个微信。”尽管如此“幸运”，但是，马化腾却在全球互联网大会上直言“布局移动互联网过程中也出了一身冷汗”。“不要看很多公司好像很大、很强，其实都可能是不堪一击的，所以要抱着对行业演变的敬畏之心。”

“离破产永远只有30天”是百度最著名的信条。作为国内搜索第一的公司，百度在移动互联网许多领域的尝试屡尝败绩，比如即时通讯和电子商务领域的跟进产品百度HI、有啊和乐酷天相继宣告失利。面对拿下微信的腾讯、拿下微博的阿里，百度当然知道自己需要布局更强大的移动互联网产品。日前，百度又宣布PPS并购案，作价3.7亿美元，将PPS合并至爱奇艺。业界多数将这笔并购解读为“互补型整合”，特别是PPS在移动终端层面的既有

资源。由于爱奇艺已经是百度的全资子公司，收购PPS目标明确，就是弥补百度在视频业务上的短板移动布局。

“去年我还觉得盛大游戏是互联网公司，是新兴企业，今年发现原来已经是传统行业公司，行业变化非常大。”盛大游戏总裁钱东海感慨，传统客户端游戏要迅速向手机游戏转型。

从事游戏软件研发的一位朋友告诉记者，“每天只睡几个小时，几乎都在屋子里盯着电脑，很累，压力很大。研发出的产品如果不被市场认可，就白干了。”

在竞争激烈的移动互联网市场，没有常胜将军，只有创新不止。研发新产品的过程都不可避免要经历阵痛。生存还是灭亡？壮大还是残喘？在移动互联网压倒性的趋势面前，在移动盈利模式迷茫的探索路上，互联网业者抢地盘，忙收购，研发新产品，开拓盈利新模式，有压力，更充满希望。

5月7日到8日，2013年全球移动互联网大会在国家会议中心召开。今年大会的主题是“重新定义移动互联”。会上，众多IT业界各领域的领军人物对移动互联网及当下热潮表达了新鲜独到的观点。

马化腾：稍微疏忽就翻船

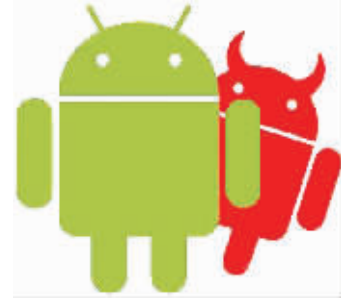
腾讯也曾抱空很多东西，包括早年的电子商务、搜索。腾讯最早、最擅长的业务是即时通讯和网络社区，因此转向移动互联网时，理所当然最敏感。但是，坦白说也惊出了一身冷汗。不要看很多公司好像很大、很强，其实都可能是不堪一击的，所以要抱着对行业演变的敬畏之心，战战兢兢地做好每一件事情，把服务做好。

李明远：APP的推广魔咒

我们推的很多APP是不能变现的，2013年还要不要继续推下去？21世纪初整个互联网网站发生了爆炸式增长，中文互联网网站很快增长到200多个。现在应用也发生了爆炸式增长，到4月底已经有100万个中文android应用。APP的爆炸增长带来了一些问题，第一个就是推广的成本是飞速上涨的，不管是CPA还是CPD，大部分的分发是APP store应用商店分发的，这个成本是不断上涨。对于我们很多低频的应用留存度和活跃度非常低。互联网时代一个好的产品做创新，必须是普遍、高频的产品，这样的产品做创新用户才能感知。

雷军：安卓才是移动互联网

这几年下来android（安卓）已经成为了市场上最主流的操作系统，我相信未来的市场份额会越来越大。在中国整个android的手机差不多占到市场销售额的90%左右，在全球60%，我相信在全球也会越来越大。但是大家对android手机的体验抱怨之声不绝于耳，最大的抱怨就是android手机耗电。无论哪家android手机的公司都面临非常大的压力。其实核心问题不在手机上，核心问题在第三方应用上。



傅盛：有产品也要有情感

情感营销，我认为来自于几个方面：第一，真正贴近用户的需求。你知道以前安全软件做的是什么呢？做的是技术公关，以前的宣传都是有多少个防御点、多少个病毒软件、有多少个强大的主动防御功能。但是发现当互联网越来越生活化，越来越不是工程师玩物的时候，这种技术性的宣传用户越来越听不懂。第二，唤起用户的情感共鸣。大家大概知道我们去年做了一个案例叫猎豹抢票，需求来自于老百姓在中国春运回家时买不上火车票。我们做了一个助手是抢票助手，还做了一段视频，叫《一个女人的来信》。大家对这个视频非常喜欢。第三，还应该做到体贴和关心。用自己对于用户情感的契合进行一些诉求。

当娱乐暂停，卫视还能做什么？

本报记者 郑娜

人民日报海外版4月26日7版刊出《综艺影视让位突发事件——当娱乐暂停，卫视还可以做什么》一文，海外网同日转载。文章指出，四川芦山地震发生后的12小时内，全国多家地方卫视播出了自制新闻直播节目。文章提出，在娱乐节目轻易就能占领电视荧屏的今天，新闻节目有逐渐萎缩的态势，但在面对重大突发事件时，什么是电视媒体的竞争力，需要重新考量。这一报道引发网友热议。



原文摘要：

灾难面前，暂停娱乐，是对逝者的尊重，也是对电视台的考验。

4月20日四川芦山地震震动着众人的心，各电视台纷纷暂停综艺节目、影视剧，为直播芦山地震报道让路。

据记者粗略统计，地震发生后的12个小时内，全国33家上星卫视中，有包括东方、宁夏第1财经、湖南、北京、湖北、四川、深圳、江苏、浙江等多家卫视播出了自制灾情

直播节目。

此次地震灾情的直播，东方卫视的表现给人留下深刻的印象：8时02分发生地震，8时20分便开始进行直播，是全国第一家直播地震新闻的卫星电视，早于中央电视台新闻频道近1个半小时。

对于地方卫视投入重大事件的新闻报道，中国人民大学新闻学院广播电视系主任周勇持肯定态度：“现在地方卫视已经具备了足够的实力和动力去做重大事件的新闻报道。全国影响力较大的地方卫视，完全可以通过独特视角的选取，在重大事件中彰显影响力。”

近几年由于市场竞争压力大，地方台出现新闻萎缩的态势，这个现象周勇也观察到了：“新闻是长线的，不赚钱的。很多台在改革转型期重视娱乐无可厚非，但要注意把握分寸。”在他看来，一个电视台放弃新闻不是长远之计，因为新闻对电视媒体来讲是基础和生命力。

从长远角度看，中国传媒大学媒介评论与舆论引导研究中心主任唐远清认为，地方卫视“新闻立台”还是大有作为的：“中国在世界新闻舆论生态圈里处于弱势地位。地方卫视可以从一开始就树立比较亲民的态度，努力适应海外观众收视习惯，这么做可以增加对外传播力。比如，北京和上海都是国际化大都市，可以做国际范儿新闻；深圳做两岸三地的新闻；广西做东盟新闻，各有特点。”

北京网友“正在成为行动派的D”：相比其他强势卫视，东方卫视坚持新闻立台使其在此次地震报道中脱颖而出。

上海网友“大乘之观”：电视台其实新闻做得好也能赚钱。虽然短期内不看好国内媒体能从娱乐庸俗铜臭中华丽转型，但是东方卫视的相对新锐的做法值得鼓励！

广州网友“夕阳断桥泪”：直播为王。电视在这次地震报道中，仍然是占据了最主要的份额，无他，直播胜。东方卫视利用新闻的窗口，再加上磨练十年的新闻团队，终于迎来收获期。

北京网友“张玮 sarfidtoelct”：东方卫视值得鼓励，但新媒体整合之路才刚刚起步，需要一个思路“讲故事”，技术契合内容才是真正难点和挑战所在，慢慢来。

北京网友“刘路”：这次地震娱乐立台的湖南卫视也下大力气打造突发新闻直播，让人印象深刻。

遇假冒、钓鱼欺诈网站并受到损失的网民提供最高5000元的先行赔付保障金。

根据该计划，用户在百度上搜索商家推广信息并进行线上线下交易后，如发现上当受骗，都可以向百度提供相关证据，申请权益保障。百度将联合司法部中华全国人民调解委员会、中国消费者协会一起协助消费者进行维权。

一周热播影视剧

http://v.360.cn/

电视剧

- 盛夏晚晴天
- 那金花和她的女婿
- 枪花
- 乱世三义
- 桐柏英雄
- 铁血壮士
- 新编辑部故事
- 英雄使命
- 幸福的面条
- 金枝欲孽2

电影

- 妈咪
- 快乐到家
- 大上海
- 101次求婚
- 星级酒店
- 烈火情人
- 新特警判官
- 夺宝联盟
- 上位
- 《致青春》特辑

洪禹在2005年创建PPS.TV的时候，绝对是江湖一景。2005年，张小龙带着他的Foxmail刚到腾讯报到；百度也刚刚上市，股价一度冲到151美元；而在美国一帮家伙整了个BrightCove，要让视频向自媒体方向发展，谁都可以拥有自己的YouTube。

那一年，豪杰很多，梦想很大。这几年在线视频急速发展，而互联网视频的几个人口也确定下来。一个是硬件终端，一个是优酷那样的网页入口，再一个就是PPS和PPTV这样的客户端。PPS能在众多视频客户端中脱颖而出，一路把用户和收入做到上亿，在产品、市场和内容上，有一套自己的硬货。那时的PPS真是青春少年样样红。

但是2012年以来，视频市场又发生了巨大变化。优酷合并，腾讯又进来了，再加上搜狐高清、爱奇艺几个大佬，这个江湖水更深了。同时，版权成本和盗版风险急剧恶化，靠盗版内容聚集客户眼球的PPS压力山大。腾讯把PPS当作主要对象猛

必须出发去寻找新的成长点，或者永远消失在东家的仓库里。

2013年后将出现两分趋势，一方面移动终端的各种视频应用会越来越活跃。PPS未必能在移动互联网视频应用的大潮中再次起来。但是一定会有一批新的技术表现形式，新的“你有我要”的移动互联网商业模式，新的产品体验和下载狂潮。PPS式的客户端不再是用户们必须安装的应用，但是更多的电视社交、第二屏、主题视频将涌现出来。产品更强调互动社交，更强调人群细分，更强调用户的参与深度。新产品一定是些腾讯、优酷大企业做不了的东西，而且特别好玩，特别吸引人，特别有爆发力。

另一方面，OTT（基于开放互联网的視頻服务，终端可以是电视机、电脑、机顶盒、PAD、智能手机等）的兴起将再次复兴家庭娱乐的中心客厅。互联网视频的表现形态将在60寸以上的大屏幕展开。视频越来越清楚，选择越来越便利，付费

致终将逝去的PPS

刘保罗

追狼打，让PPS深感没有靠山是件很痛苦的事情。

2012年PPS广告虽然收入2.03亿元，但是广告收入的构成太成问题，2/3都是游戏。这决定PPS抓住的眼球是最不稳定的一群年轻人。今天他们在你这里看看，明天也许再也不回来了。但是，真正可怕的是，当视频播放量迅速向移动终端靠拢的时刻，PPS至今还没有展现自己在移动互联网的潜力。我们还有必要下载PPS做手机视频入口吗？

作为买家的百度，股价跌到了84美元，百度需要有一个团队专攻移动互联网领域，为百度带来更多的入口话语权。

当买家竖起4根手指的时候，作为卖家的PPS总裁徐伟峰沉默了，去年还嘴硬说优酷合并失败，视频行业已经失去最佳合并时期，今年就卖了。卖了，创业团队溢价获利，但是企业就不能再独立成长，原来的商业模式也不能延续。今后的5年PPS

模式越来越清晰。忘记曾经断断续续、模糊不清，满是马赛克的PPS吧。新的巨头将浮现在客厅墙壁上，或者手机上，或者眼镜上，或者任何眼睛可以聚焦的地方。也许当年BrightCove的梦想在一步一步接近，更多的开发者利用开源的视频技术和公有云平台来实践自己的产品和商业模式，在智能手机到超级TV的各种屏幕上大展风采。

时光倒流回2005年，那一年在默多克的豪华楼梯上，FACEBOOK的CEO马克成了聚会焦点。长桌的一头，是默多克和马克推杯换盏、亲昵交谈。长桌的另一头是默多克2年前并购的MYSFACE的CEO，含羞抱愧、低头垂首。马克回忆说，那个家伙的眼里尽是嫉恨和恼怒。有了东家的日子，和同学少年勇站潮头、指点江山的时候是多么不一样啊。

PPS，从2005年到今天，应该为你举杯，纪念那逝去的青春。

“网民权益保障计划”发布

本报北京5月8日电（张意轩、赵静）百度联合司法部、中国消费者协会今天共同发起“网民权益保障计划”，宣布为网民使用百度搜索推广结果提供“双重保障”，为遭