人民日教器

第十二届全国运动会刚刚在辽宁落下帷幕。连日来,本报 推出多个专版或专题,对这一体坛盛会进行了报道,一方面聚 焦全运比赛,讲述赛场内外的动人故事;一方面解读全运模 式,通过深度报道阐述全运会的变化、特点、价值、历史和未 来。每篇文章一刊出,即被各大网站广为转载,影响甚广。

大型综合性体育盛会历来是各大媒体瞩目的焦点,奥运会、亚运会、世界杯、全运会这四大盛会尤为如此。本报向来十分重视,在报道中重策划、求特色,每每都是亮点频出,文章常被各大新媒体重点推荐转载。作为中国主流的外宣媒体,人民日报海外版在这些大型体育盛会报道中推循"抒中华情怀,讲中国故事"的传播理念,努力让世界诗楼中国社会

深度策划 多元传播

让世界读懂中国体育

划内容,紧跟现场非常关键。在辽

宁全运会上,作为本报的前方记者,我全天候跟着赛会热

点跑,及时采访运动员教练员、采访开幕式主创人员、采

访组委会官员、采访观众志愿者等,保证了策划选题报道

场尤为重要。辽宁全运会上的橄榄球决赛罢赛事件和伦敦

奥运会上的刘翔退赛事件都是很好的例子。时差不利和赛

场分散常常是大型体育赛事采访需要客服的困难。伦敦奥

运会上刘翔在预赛中退赛事件发生时, 我刚刚从另一个赛

场赶到这里,于是马上与后方沟通,共同商量策划选题。

此时距离报社的截稿时间只有两三个小时,我只好在混合

采访区和医疗室外一边等着运动员采访,一边端着电脑猛

云变幻的背后故事, 更是人们所关心的问题。伦敦奥运会

上,人民日报海外版推出了《中国游泳雄起之谜》、《中

国举重不能承受之重》、《叶诗文是怎样炼成的》、《规则

碰撞道德 各方全是输家》、《"裁判门" 搅局伦敦奥运》

等一系列精彩报道,都是紧跟现场深度解读赛场风云的优

多元传播 产生广泛影响

本报在历次大型体育赛事的报道中都非常注重通

京奥运特刊当时作为北京奥组委官方指定合作

媒体受到了广大新媒体的青睐。作为国内最早

站重点推荐与转载。

以特刊形式介入北京奥运报道的媒体,海

外版每期的奥运文章都被各大网

过新媒体的多元化传播。早在2005年本报创办北京

奥运会特刊时,新浪网、搜狐网、人民网、北京奥运

会官方网站等就积极寻求与海外版的合作,海外版北

秀作品,这些作品都受到了上百家网站的转载。

体育的最大魅力就是充满悬念和不确定性, 而赛场风

体育赛场风云多变,常会有一些突发事件,此时在现





者感受了赛场

的激情,认识

了体坛的新

星,也认识到

苹果在中国 为何如此受追捧?

张东伟

人们应该没有忘记,2013年的前几个月,苹果在中国的形象可以说有些灰头土脸。苹果公司在华售后的歧视政策和傲慢态度接连被媒体曝光,多个网络大V还联手上演了"8点20发"事件。但这一切都没有阻止苹果在中国的前进脚步。如今,苹果"一雪前耻"地把中国列为苹果新一代iPhone全球首发地国家,还破天荒地单开一场本地发布会。原因是什么?简单4个字:用户体验。

"只要你一旦使用了苹果产品,就欲罢不能"——不少苹果手机的用户给出了这样的答案。也有人说,"你把玩着一件瓷器和把玩一块玻璃的感觉还是不一样的。"当然,价格也不一样。

在全民 MP3 时代,你的苹果 iPod 也许只是时尚的象征,但在全民智能手机时代,使用苹果 iPhone 手机则更多地变为一种习惯性的选择和品牌忠诚的表现。自"神一样的乔布斯"离去,库克时代的苹果其实饱受争议,苹果以往最受期待的新品发布会也因媒体的过度关注和保密措施的不完善而黯淡不少。但越来越多人批评苹果缺乏创新的同时却忽略了一点:坚持一如既往的高品质、优质定位和近乎无可挑剔的使用体验,是留住消费者的最大法宝。苹果真正的成功其实并不是培养了全球数以千万计的所谓"果粉",而是当用户想更换一部手机的时候,他只考虑苹果这一个品牌,这种由用户体验培养出的思维定势的力量更为可观。

在苦心经营,培养自己的用户这一点上,苹果无疑是非常成功的。而从本次发布会前对传说中廉价 "iPhone 5C" 的无比期待和之后的疯狂吐槽两种截然不同的态度中,可以清晰地看到国人对能拥有一部苹果 手机的"渴望"。手机是全球化程度最高的产品之一,各种品牌的"贴身肉搏"无时无处不在上演。现在苹果挟最新利器杀上门来,国产手机品牌,该你接招了!

苹果创新"缺钙"

辛 4

北京时间 11 日,苹果公司先后在美国和中国举行新品发布会。令人大跌眼镜的是,作为首次在中国召开的发布会,居然是看美国发布会的视频。同样令公众大跌眼镜的是,本次推出的两款新品 iPhone,不仅传说中的廉价iPhone 没有出现,iPhone5C 甚至有低配高价之嫌。尽管苹果公司的产品销量步步攀升,但是对于很多消费者来说,苹果公司正在变得陌生。

本次新品发布会最大的焦点,自然是 iPhone5C。按 照此前业界预测,这款手机应该是款廉价 iPhone,以便 抢夺中端市场。但是苹果显然用行动在反击预言。

从配置上看,iPhone5C 和一年前的 iPhone5 基本一样,不同之处在于晚出了一年以及多了几种颜色的后壳。在苹果官网上,对于 iPhone5C 的介绍仅 4 屏,主要卖点是"生来多彩"。也就是说,苹果希望通过增加颜色来延长 iPhone5 的生命周期。

但是,从价格上看,5C 从 4488 元起步也谈不上廉价,仅比现在市面上的 iPhone5 便宜几百元,这显然很难让消费者买账。更何况,5S 的起步价也仅比 5C 贵 800元,如果这样,为什么不去买 5S 呢?尴尬的产品结构,让消费者加倍地迷惑。

作为主打 iPhone, 5S 才是真正的亮点。 升级主要集中在硬件方面,不仅添加了指纹识别功能, 而且

巨大利益成为致命诱惑

据财政部数据显示,2012年全国彩票销售总额为2615亿元,其中,互联网彩票销售占全国彩票销售总量的比例增长到9%,达到235亿元。预计今年全年国内彩票销售额将达到3000亿元,其中网络彩票销售额可能达到500亿元。按这个增长速度,在未来3年内,网络彩票销售规模有可能接近1000亿元。这个巨大的蛋糕对各互联网企业来说,无疑具有致命的吸引力。

据彩票业内人士透露,目前传统的国内纸质彩票发行,各个销售点在扣除场地、仓储、设备和人力等成本费用后,利润大约在5%左右,甚至更低。但是网络售彩就不一样了,不仅节约了销售中的各类成本,还由于采用了无纸化,节省了生产环节中的支出,利润比例往往能达到10%左右,相当可观。如果销售量达到可观的数字后,这些网络销售企业比线下的销售点拥有更大的话语权,甚至可能拿到更高的返点。

也是首款 64 位的智能手机。按照苹果官方说法,iPhone5S 内置的 A7 处理器性能比iPhone5 上的 A6 快 2 倍,是首款 iPhone 的处理器性能的 40 倍。同时,针对饱受诟病的待机短问题,iPhone5S 也有突破。3G通话、WIFI 上网情况下能待机 10 小时,而最长待机更是达到 250 小时。

可以预见,性能的提升、细节的改进,必然使得用户体验大为改善。但这似乎很难成为苹果的核心竞争力。据业内人士分析,苹果引以为豪的 A7 芯片,目前仍需要依靠三星,而三星手机正是苹果最有力的竞争对手。即使苹果努力实现"去三星化",但过程依然非常漫长。

不管性能如何提升,从直观感受和功能进化来看,新款 iPhone 都让消费者觉得创新乏力,缺乏非常"亮眼"的卖点,不少消费者坦言,苹果新 iPhone 最吸引人的就是换了颜色,但是又有多少消费者愿意为一个彩色"马甲"而买单四五千元呢?

以目前国内网络售彩额 最高的淘宝为例,仅 2012 年由淘宝一家销售的彩票额 度就突破了 50 亿元,这使得他们在 与各省级彩票管理中心谈判时更具资 本,可以获取更大的利益。

叫停风险随时存在

尽管从表象上来看,中国网络彩票市场一片繁荣,但实际上其并没有获得国家的正式认可。互联网彩票最早诞生于2001年,然而,由于虚假网站、诈骗网站混杂其中,互联网售彩这一新型营销模式,多次遭遇政策封杀。

2007年11月和2008年1月,财政部等部委就曾两次下发通知,要求停止利用互联网销售彩票。2012年初,财政部、民政部、国家体育总局又联合发布《彩票管理条例实施细则》,规定自2012年3月1日起,"未经彩票发行机构、彩票销售机构委托,擅自销售的福利彩票、体育彩票"均为"非法彩票",必须全部马上停止。

国家屡次叫停,也是有其原因的。监管部门曾经 多次发现一些购彩网站有违规甚至欺诈的行为。他们 的网络平台根本没有和全国彩票中心对接,用户买彩 投的钱,实则全都进了他们自己的腰包。如果彩民中 了小奖,他们就拿自有资金为其兑奖,如果碰巧中了

人民网收购了著名的互联网彩票交易平台澳客网,这让很多习惯了在澳客网上购彩的"小伙伴们都惊呆了"。事实上,目前包括淘宝、新浪、网易、腾讯在内的互联网巨头们都已经先后杀入网络彩票市场,试图在中国彩票销

售这个一年近3000多亿的大蛋糕上切得一块。而人民网的强势加入,似乎预示着这场网络彩票的圈地争夺越加白热化。

然而,国家至今仍然没有发放一张正式的网络彩票牌照,各家企业都在灰色地带中游走,鱼龙混杂的市场随时有可能迎来政府部门的一次"洗牌"。一方面,大佬们忙着圈地,另一方面,个别中小企业浑水摸鱼,这也使得加强有力监管和出台准入制度,成为市场发展的必然。

巨奖,他们索性代领奖金跑路。由于网络销售很难拿到有效证据,用户维权十分困难。另外,个别公司还利用网络彩票的漏洞做起了赌球、赌马的生意。这些问题都暴露出网络彩票相关的法律和制度的不健全。

准入制度难产有其原因

为什么这么多年的时间,仍然没有一张正式的网络彩票牌照颁出?相关准人制度又为什么难产呢?不少业内人士纷纷表示,其主要原因是涉及的利益太广、太复杂,其中牵涉的地方利益分配更是纠葛不明。据相关媒体报道,目前线下彩票销售的利润,除去国家彩票中心以外,都由各省级彩票中心分配。之前线下销售是有区域限制的,哪个地方销售的就由哪个地方获利。但网络销售打破了这方面的限制,大家都可以抢其他省市的销售份额。网络销售的利润怎么分,各地方很难达成一致。这也使得目前各个地方的彩票中心在与互联网巨头谈判时,都提高了给互联网企业的代销提成,这也回过头来促使各互联网企业拼命把彩票业务做大做强。

总之,彩票不但能够募集到福利公益金,对社会各方面发展做出贡献,也是一种群众喜闻乐见的娱乐休闲方式。而网购彩票作为彩票未来发展的主要推动平台,也需要良好的环境、健全的法规及规范的平台进行支持。市场竞争的激烈性,正催促着有关部门尽快出台并落实相关规则及政策,切实保护彩民的利益。

通过报网互动多元化传播,海外版的体育报道扩大了 影响,更多人也通过体育报道了解了海外版。在伦敦奥运 会和本届全运会报道上,海外版体育组延续了北京奥运会 上与各大网站的合作传播模式,在坚守传统优势的前提下 在新媒体领域开疆拓土,取得了良好而广泛的社会影响

随着新媒体时代的到来,对所有的媒体来说,传播方式的变革和传播平台的竞争既是重要的机遇,也是巨大的挑战。本届全运会上,微博、微信、客户端等也成为传统媒体扩大影响力和传播力的重要方式。四川运动员马娇救人的故事便是通过微博的传播让更多人看到了这个新闻线索,传统媒体此后的跟进报道则让更多人知道了全运会上的"最美选手"。

正在实施全面转型战略的人民日报海外版将以海外网作为新平台在更广



网络彩票的春天来了吗?

本报记者 罗俊

