



海外网

奉献两会全媒体盛宴

刘凌

2014年3月，伴随着两会落下帷幕，海外网取得了流量和影响力的“双升级”。两会期间，海外网峰值流量突破**2860万**，独家稿件被多家媒体转载，在成功改版仅8个月，进阶品质2.0!

在这个互联网要比肩银行、大数据要进驻政府、传统行业要在互联网上“推倒重来”的4G时代，海外网顺势而为，引入最新技术，集中全网力量，发挥报网融合优势，着重展现外宣媒体特色，对两会进行追踪报道和第一时间解读，为网友呈现了一场实时的两会全媒体盛宴。



扫描二维码
两会访谈录

决定性的5分钟

海外网借助人民日报海外版的记者力量，10位前方资深记者成为网友的两会之眼。两会期间，海外网前方记者联合要闻部门原创小组共计采访、编发、编译稿件511篇，采访代表委员60余人。其中《李彦宏：收购国企子公司，流程走了半年》，《姚明回应提案是否由自己写作：我说是，你信吗》等15篇稿件流量过万，被新华网等媒体广为转载。

海外网依托新的技术手段，形成了与前方记者实时互动的全新联动模式。会上记者通过手机终端，第一时间以图片、视频、语音、文字等形式传回采访信息，由后方力量迅速编辑成稿，信息从生成到传播不超过5分钟，这抢出来的几分钟对稿件内容以及海外网品牌的推广起到了决定性作用。

一片春光中的观点碰撞

海外网立足全球华人的精神家园这一定位，在两会专题特别设置了外媒看中国板块，下设《每日一比》、《华媒老总侃两会》。在这里，读者足不出户就可以领略外媒眼中的两会风光。这风光里有一片春光，41篇两会系列编译稿件向海内外读者传播了“外媒也唱响中国”的正能量。其中《外媒解读政府工作报告：给投资者吃下定心丸》、《外媒评中国军费增长：中国以坚定态度维护领土安全》、《外媒评政府工作报告：经济增长目标有把握实现》被放置在百度聚合页显著位置，有效地展示了海外网以及人民日报海外版的品牌；这风光里也有尖锐交锋，海外网延续并优化了上一年的《每日一比》特别栏目，以独家视角，每

天选取同一话题，展现中外舆论观点碰撞，上演了一部内外媒体的“红与黑”，日均PV贡献量156万。

大数据时代的“小数据”

大数据时代的两会报道离不开数据支撑。海外网于2014年1月启动两会报道方案策划，先后进行数次“头脑风暴”。在2月21日先行推出海外网两会调查《你心里咋想的?》，涉及出国留学、海外置业、移民等5个社会热点问题，并配合社区网友互动，集中体现了全球华人网上家园的外宣媒体定位，最终获取120400份读者反馈，为两会期间的报道重点、报道方向以及今后读者数据库的建立提供了翔实的数据资料。

全新栏目展现原创实力

海外网一贯坚持内容为王，品质决胜，在两会期间特别设立了两会原创报道小组，推出原创栏目《HI头条》，把原创力量发挥到极致。《HI头条》根据前期调查的数据资料，对16个话题进行平民化解读，涵盖改革、雾霾、养老、互联网金融、单独二胎等绝大多数两会焦点话题，轮番上阵，向广大读者和合作伙伴展现了海外网在人民日报海外版的引导下，日渐崛起的原创实力。

两会原创小组结合网络新闻的传播特点，在综合

编辑长篇稿件之外，形成短、小、快、精的高效成稿模式，两会期间发布编发、采访稿件314篇，人均60余篇。其中对全国人大新闻发布会以及发改委发布会的追踪报道被百度新闻选用，放置在第一条头条位置；其针对军费增长、GDP目标的采写稿件也被合作伙伴选用，有力驳斥了外界舆论质疑，发出了官方声音。

此外，海外网还利用图片、视频等手段充实原创力量，实现全媒体两会报道。《图说两会》栏目对两会进行直观解读，一张图让读者对两会热点一目了然。两会视频专区奉上20多期演播室访谈，邀请成思危、叶小文、辜胜阻等一系列权威人士做客海外网《高端访谈》，为读者高屋建瓴地阐释宏观政策如何与柴米油盐酱醋茶息息相关。

2014年全国两会甫一落幕，海外网已然踏上“奔三”征程。2015年全国两会，海外网与读者相约3.0!

(作者系海外网编辑)



海外网两会期间采访成思危。



这一天，我们共同祈祷

3月9日海外版01版 望海楼

摘要：2014年3月8日。白天，亲人们等了一天。说好的，凌晨到京，去接。天黑了，却还没有抵达，甚至仍没有一点消息。晚上，多少家庭，注定难眠。网上，微博、微信里，中国亿万民众为航班祈福。此时此刻，我们仍耐心地期待，期待奇迹可以出现。

新浪微博网友“Silent_being”：看过的最感人的一篇。
腾讯微博网友“羊见羊爱”：真希望马航班机是被外星人劫持了，突然就平安无恙地回来了！但愿世上真的有奇迹！
环球网云南网友：为同胞祈福！愿奇迹发生！

代表委员建言反腐败

3月10日海外版02版 两会特刊

摘要：每年两会，“反腐败”都是老百姓最关心的话题。李克强总理在本届政府的首份政府工作报告中指出，要“深入推进反腐倡廉制度建设，坚决查处腐败案件，对任何腐败分子都要依法严惩、决不姑息”。今年两会，因为一年多来中央高压反腐，高级官员频频落马，使反腐败话题更是备受关注。

人民网网友“白虎青龙59854”：中央高压反腐的态势让我们看到了中央的决心和魄力。近年来，反腐工作成效显著，以后更应该完善反腐制度，并将制度执行的监督检查、目标考核和责任追究有机地结合起来，形成制度执行的强大推动力。

网易福建漳州市网友：深入推进反腐倡廉制度建设，坚决查处腐败案件，对任何腐败分子都要依法严惩、决不姑息。

不惯非“浑水摸鱼”毛病

3月12日海外版01版 望海楼

摘要：马来西亚航空公司班机失联事件发生后，中国迅速做出反应，与马来西亚、越南、印尼等东盟伙伴开展合作，全力搜救。在各方为机上乘客和乘务人员担忧之时，两艘装载施工材料、悬挂菲律宾国旗的船舶却试图向仁爱礁靠近。

搜狐网友“彼岸花”：中国不允许任何人以任何理由和借口侵犯我国领土！
人民网网友“黑猫警长20672”：菲律宾的毛病是美国挑的。当然，中国海军早一点有现在这样强大，许多问题就不会出现。解决南海问题的根本出路在中国发展强大，彻底解决要看时机，积极而不盲动。

腾讯微博网友“搁浅回忆”：菲律宾简直没有人性，浑水摸鱼，休想！

腾讯微博网友“like放飞心情”：趁火打劫的人最可耻！

(张东伟 夏丽娟整理)

逐鹿互联网金融帝国 好戏正上演

徐蕾

今年全国两会，腾讯CEO马化腾“因疾”不能出席，这让很多记者大失所望。马年伊始，二马（马化腾和马云）从电子商务到打车软件再到互联网金融，打地盘争夺战，大有“不是你死就是我活”之势。在两会会上，马化腾的一言一行都可能成为媒体的焦点。

聪明的马化腾没有参加两会，不仅躲避了记者的无数问题，更省出了宝贵时间继续指挥腾讯接下来的大动作。

就在3月11日，银监会公布了首批5家民营银行试点方案，腾讯和阿里巴巴成功入选为发起人；同一天，腾讯、京东两家互联网公司发表公告，正式确认了腾讯收购京东上市前15%股权的消息；然后，腾讯和阿里几乎同时宣布将推出虚拟信用卡，合作对象还都是中信银行。

在刚刚结束的全国两会中，小米总裁雷军由衷感慨：“移动互联网最大的赢家就是腾讯。腾讯3年前做微信的时候，市值是500亿元；现

在已经超过了1500亿元，是目前最大的赢家。”

纵观全局，腾讯来势汹汹，愈战愈勇，大有横扫一切之势，而阿里“压力山大”，渐感被动。如果说，物流或者说电商成就了阿里，那么，用户流或者说社交成就了腾讯。去年，马云高调宣布从阿里“退休”，以便全力布局阿里金融帝国。不想，半路杀出个腾讯：微信6亿用户的强大基础让腾讯出手“招招凶狠”，加大了阿里布局金融帝国的成本，互联网金融帝国谁是老大？变数可谓大增。

还要再说一句，从2013年到2014年，业界都说BAT（百度、阿里、腾讯）之争变成了AT（阿里、腾讯）之争。二马打得酣畅淋漓，李彦宏似乎有些落寞，可是他真的会甘于落寞吗？现在，互联网金融竞争大幕正式拉开，阿里腾讯争夺老大席位，百度也是跃跃欲试，还有未知的后来者正在磨刀霍霍。

逐鹿互联网金融帝国，好戏正上演。



近日，傲游浏览器发布了新版本“傲游·马上看”。与其他版本相比，该版本的浏览器新增了视频快进功能，用户可以在所有视频门户网站观看视频时自行选择视频的播放进度。“马上看”所提供的快进功能对广告内容同样可以进行快进处理，因而一经推出便得到了广大用户的拥戴，并成了业界以及媒体的舆论焦点。

视频网站发起反攻

在傲游浏览器推出“马上看”功能之前，去年已有浏览器厂商针对视频门户网站“水涨船高”的广告长度推出了广告“屏蔽”功能。相比于猎豹浏览器的“屏蔽”视频广告之举，傲游浏览器推出的“马上看”功能则相对兼顾了广告商的权益，只是“快进”，而不是直接略过。

傲游CEO陈明杰称，作为电脑的所有人、网站服务的消费者，用户有权操作其电脑并控制其浏览器中展示的内容。任何人都没有权力强迫用户接受其强加的任何信息和服务，否则将严重侵犯用户的公平交易权和选择权。

相比于傲游的技术理想主义以及从用户出发的考量，现实则是赤裸裸的。因其动摇了在线视频领域的商业模式，广告商大为不满，而这直接迫使视频门户网站进行“围剿”——记者连线傲游了

解到，部分视频门户网站已经发起了“反攻”，从技术上对傲游浏览器的“马上看”功能进行了封杀，同时，傲游也已收到了一些视频门户网站的律师通知函。

“快进”功能走不动了

去年，猎豹浏览器推出了广告“屏蔽”功能，视频门户网站群起而攻之，事件最终以这样的剧情告终：优酷起诉金山的猎豹浏览器屏蔽视频广告，法院一审判决优酷胜诉，要求金山总计赔偿人民币30万元。同时，由于优酷对猎豹浏览器进行了报复，对猎豹浏览器用户进行限制视频播放，因此也遭到金山的起诉。最后，同一法院一审判决金山胜诉，要求优酷总计赔偿人民币20万元。那么，这次傲游推出广告“快进”功能又会遭遇什么样的结果呢？

细心的网友发现，在2月25日上午，一些视频门户网站的广告回到了不能被快进的状态。同日，傲游发布声明称，傲游快进功能是一个通用的中立技术功能，并不针对任何网站进行技术开发，也并非专门针对视频网站的贴片广告而开发。

傲游CEO陈明杰在接受媒体采访时表达了他对于他的技术理想的坚持，“某些视频网站对傲游浏览器的封杀行为，已经触犯了工信部20号令，傲游未来会

考虑用法律手段维护自身权益。”

用户的利益谁来维护？

在线视频行业发展的初期，视频门户网站林立，广告仅有5-10秒的长度，而如今市场已经形成几家独大的垄断格局，用户似乎早已习惯了在视频开头暗自神伤却又无可奈何地看上30-60秒的广告。一位快消品企业的市场负责人分析说：“如果快进功能流行，会导致广告商很难评估哪些广告被正常收视了，哪些被略过了，整个投放效果就很难保障。”

但是，在国外，早在2010年，Youtube就推出了“TrueView”广告服务，用户可以选择是否跳过广告，还有国外一个观看正版影视节目的网站Hulu，用户在上面也可以选择性地观看广告。

用户的利益与广告商之间完全可以寻得一个平衡。陈明杰表示，“之前猎豹也推出过屏蔽功能，但它是直接屏蔽视频广告，比傲游做得还绝。这说明业界早就认识到这个事情是一个很严重的伤害用户体验的事情”。傲游推出的“马上看”功能，并不旨在推倒现行的视频行业的商业模式，而是希望把选择权重新交给用户，制作优良的广告依然会让用户有耐心仔细看完，“这是对商业模式和游戏规则的积极促进。”

“快进”广告片 能否行得通？

本报记者 石畅

