

微信朋友圈终于被广告攻陷

腾讯,你把我的隐私商业化

几天前还在测试的微信朋友圈广告终于有了正式的商业化版本。25日夜,微信朋友圈首批上线的三条广告引发热烈讨论,但大家关注的并非广告内容和产品本身,而是差别化的投放方式和商业利益对个人隐私、社交空间的侵犯。

本报记者 张頔

深夜,朋友圈里都在刷广告 微信推广告:拼创意别惹人烦

25日出现在朋友圈中的三条广告分别来自可口可乐、Vivo智能手机和宝马汽车。和朋友圈广告系统内测时一致,上线的三条广告均以文字信息和图片的形式呈现,可“查看详情”看到详细广告信息。依靠右侧标注“推广”二字作为区分,用户可选择“我不感兴趣”不再接收提醒消息。

值得注意的是,以上三条广告分别在不同用户的手机中显示出不同的广告内容,大量微信用户纷纷在朋友圈中晒出自己被推送了什么广告。对于这种差别化的广告投放,有人推测,这是在用户社交记录分析的基础上进行投放的,青少年的朋友圈集中投放可口可乐品牌广告,城市白领的朋友圈集中投放Vivo品牌广告,科技新贵和“高富帅”朋友圈投放BMW品牌广告。

还有一种说法是微信朋

友圈广告推送是基于大数据分析后进行的精准营销,根据对用户收入和消费能力的分析来决定投放何种广告。年收入100万以上,消费能力强,收到的是宝马广告;买不起iPhone 6但买得起小米的,收到的是Vivo的广告;连小米甚至小米都买不起的,收到的便是可口可乐的广告。

于是有人调侃,晒微信广告好像成了一种“炫富手段”,接到宝马广告的好像成了“高富帅”,而接到Vivo或可口可乐广告的则暗自不爽。对微信朋友圈广告投放精准度提出质疑的吐槽也随之而来:“宝马是不是看不起我,我朋友圈没有推送这个广告”,“打广告还分三六九等”,“我的司机收到了宝马广告,和我开玩笑要不要把公司的奔驰车换掉,我看着手里可口可乐的广告无语了”……

宝马车主刷出可口可乐广告 大数据分析:没那么神

从三条广告的推送精度来说,其实并没有腾讯原先预想的那么精准。按收入水平进行广告投放只是一种猜测,即便腾讯用上了大数据手段进行历史记录分析,也很难实现这样的投放效果。

腾讯方面的解释是,朋友圈广告将提供更多维度的详细广告投放效果分析,帮助广告主实现更好的投放效果。为保证用户体验和给用户带来的价值,不是所有用户都会看到同样的广告。

要想实现差异化推送,都要基于大数据分析,也就是利用自然语义理解以及图像识别这些人工智能技术,来分析用户朋友圈语言特性以及朋友圈图片内容。

具体来说,这种信息流广告是基于对用户的洞察,可以根据用户的性别、年龄、偏好、消费记录、LBS信息、日常发布内容、点赞、好友关系打造用户的标签系统,用算法为每

位用户个性化和精确地定制广告。所以,刷到什么样的广告,在某种程度上意味着大数据对你消费能力和消费品味下的一个结论。

同时大数据还能判断类型用户的共同喜好,你经常互动的朋友所喜欢的,很可能你也会喜欢。也就是说,用户随手发的一条生活见闻不仅能为你带来相应的广告,还可以给你的好友推送广告。

“如果我晒一张个人自拍,数据后台就有可能抓取我衣服的品牌,进而给我推广这个品牌的广告,真有点隐私被商业利用的感觉。”微信用户程小姐说,微信的这种商业化做法让她想起微博做商业化尝试的时候,她就感觉到自己在微博上的个人空间受到了侵犯。“朋友圈是个相对封闭的社交空间,但现在我感觉发在上面的生活图片都要被人算计了。”

春节前微博微信支付宝钱包都要发红包

土豪金主,广告起步价一千万

本报记者 王赟

还有三周就是春节,互联网上的红包大战越发热闹。微博微信双红包大战演变成了“三国杀”。1月26日,支付宝钱包8.5版本更新上线,APP图标上出现了“亿万红包”字样。

2014年微信红包蹿红后,带动了微信支付发展,最近微信更新的6.1版本,又对微信红包页面进行了优化。据艾瑞咨询的数据,截至2014年三季度末,中国第三方支付交易规模的市场份额,支付宝份额为82.6%,包含

了微信支付的财付通份额10%。另外,新浪微博的粉丝红包也在蓄势待发。

互联网支付战在打车软件战后升级至红包战,红包已经成为互联网行业公认的营销利器,前段时间快的打车甚至因为不能在微信上分享红包而向微信开战。

以微博为例,今年微博最大亮点是现金红包,和往年的让红包飞发卡券不同,如今微博增加了现金红包。微博数据显示,元旦当晚发出380万现金红包,红包页面展示量达2000万次,

红包微博阅读量达4.1亿次,巨大的流量对渴望品牌曝光的企业有着超强吸引力。

对于商业化压力不断增大的微信来说,广告同样重要,前一段时间,媒体爆出微信正在就春节红包密集展开招商活动,并承诺商家红包可以在朋友圈曝光,投入金额5000万元起步。手机QQ的招商方案也显示,企业可以通过手机QQ群给用户发放品牌红包,投入金额1000万元起步。

新人红包战的支付宝钱包负责人刘乐君表示,除了在8.5

版支付宝钱包中一口气推出四种红包玩法,支付宝钱包在2月初还将增加新玩法。另外记者注意到,为了方便用户发红包,支付宝钱包在8.5版本中还特意上线了“我的朋友”这一功能,放在了“探索”一栏,这也是支付宝钱包首次引入明确的社会功能。

红包大战热闹,在这场博弈中,由于支付宝钱包、微信、手机QQ和微博,均是覆盖数亿手机用户的超级应用,倒是给诸多品牌商家春节期间提供了营销平台多项选择。



用户体验

朋友圈:躲不掉“杀熟”广告

“天天看朋友圈里的代购刷屏就够烦的了,这下好了,能直接看品牌广告了。”有的用户认为,朋友圈代购已经不堪其扰了,还来了一个根本不是朋友的“官方推广”。

对于社交网络工具来说,总是逃不过“始于联络,兴于炫耀,终于广告”的兴衰规律。微信上线三年至今全球累计注册账户数11.2亿,每月合并活跃账户数4.4亿。在这个平台上诞生的大量朋友圈、公众账号营销所显示的商机,已经让各微店店主把朋友圈当成最好的广告营销场所。仅以面膜这种产品为例,可以说几乎所有用户的朋友圈都能看到卖面膜的,个人通过微信朋友圈销售获益数百万的不在少数。

不愁用户的微信一直在愁变现,曾有媒体报道,2014年三季度,腾讯就对朋友圈广告收入进行过评估,结果是年收入为100亿元人民币左右。

中国移动互联网产业联盟秘书长李易认为,对于微信这一商业平台来说,它总要找到一个商业模式变现,但现在互联网广告是要润物细无声的,“现在微信的广告体验,远远达不到是我生活中一部分,那我感觉到很烦恼。”

油价迎十三连跌

93#汽油5.62元/升

本报济南1月26日讯(记者李娜)新一轮调价窗口于1月26日24时开启,国内成品油价格迎来史上首次十三连跌,国内汽、柴油价格每吨分别降低365元和350元,折合93#汽油0.27元/升,0#柴油0.32元/升。此次降价后,我省93#汽油价格为5.62元/升,97#汽油价格为6.03元/升,0#柴油价格为4.9元/升。此次调价不涉及消费税调整。

央视曝光淘宝京东1号店均有假货

本报讯 近日,央视记者跟随国家工商总局、中国消费者协会对网购平台进行了深入调查。抽查的九个电商平台中七个在卖假冒或质量不合格商品,问题率约为77.8%。

网购商品监测结果显示,购买的七部手机产品中有五部都是非正品,这五部除一部购自中关村电子商城外均购自淘宝网。所有抽取的92件样品中有38件样品是非正品,存在假冒伪劣、翻新、产品含量与宣传不符、无3C认证、非授权正规渠道销售等问题。销售非正品的网站涉及京东、淘宝、天猫、1号店、中关村电子商城。淘宝网分布样本数量最多,正品率最低,51件样品中有32件非正品,正品率仅为37.25%。

据央视

19家高速公路董事长年薪最高近百万

本报讯 近日记者统计了A股19家高速公路上市公司的高管薪酬。数据显示,薪水最高的高管年薪96万元。有趣的是,几乎所有高速公路上市公司董事长都曾有过官员或体制内任职经历。

目前,沪深两市中以收取高速公路过路过桥费为主营业务的公司共有19家。根据2013年报,这19家高速公路上市公司为“董监高”支付了8796万元报酬。

其中,高管薪酬支出规模最大的当数深高速。这家由深圳市国资委实际控制的公司,2013年向22名“董监高”共计支付报酬886.2万元。

2013年在任的19位高速公路董事长,累计从上市公司获得报酬758.97万元,每位董事长平均约40万元,薪酬最高前三位董事长,分别是深高速的杨海、吉林高速的韩增义、重庆路桥的江津,2013年,三人从上市公司获得的年薪分别是95.9万元、86.74万元和182万元。

此外,还有四位分文不取的“雷锋董事长”。年报显示,2013年,宁沪高速的杨根林、四川成渝的周黎明、山东高速的孙亮以及东莞控股的尹锦容,均未从上市公司收取薪酬。 据新京报



齐鲁晚报倾力打造

齐鲁交通网—齐鲁晚报网
<http://jt.qjwb.com.cn/>
 齐鲁能源新闻网—齐鲁晚报网
<http://nengyuan.qjwb.com.cn/>