



【热帖】

这个网站的“主播”都是萌宠

动物直播网站走红,通过网络就能观察动物的日常

人人都能做直播的年代,下一个当红主播会是谁?大胆做个预测吧,很有可能是熊猫、企鹅,甚至是金丝猴。一家专门做动物直播的网站,就让企鹅等动物成了“网红”。坐在电脑前看着动物们懒洋洋地过着惬意的生活,网友们一片羡慕嫉妒恨,而且意外地越看越上瘾。



【微观】

网络新热词

菠萝男

释义:形容外表很多刺,看起来酷酷的,内心黄黄的,头顶绿绿的男生,这些特质类似菠萝就被称为菠萝男。

这个词前半部分的描述是“外表很多刺,看起来酷酷的”,那岂不是很棒?可是最后的“头顶绿绿的”却画风陡转。总之,说一个男生是菠萝男的时候,杀伤力真的是非常大!所以这个词请尽量在放大招的时候才用。

翻水水

释义:在水里翻肚皮了,在游戏对战中是指要输了的意思,后引申为遇到了大事,或某些事的结果要糟糕了!

一般养过鱼的同学都知道,当可爱的小鱼们开始把肚子翻到水面上时,往往就意味着它们即将“狗带”了,所以翻水水这个词真是恰到好处地形容了这种即将要完的状态。

话废

释义:指在聊天中永远找不到话题、不会聊天的人。话废们总能以一己之力让聊天冷场甚至终结对话,还有些时候他们没办法让对话持续,就会强行尬聊,与“话废”的意思相对。

聊天中,话废们最常说的话就是:哦、嗯、没错、呵呵、在的、哈哈、没干什么、那我睡觉去了……但是话废们也是有羞耻心的,一旦感觉聊天快要冷场的时候,也是想要抢救一下的,然后基本就会开启话废们最不愿意提起的尬聊模式。

网络视频市场规模

将破800亿元

网络视频发展的势头这两年已逐渐步入正轨,近日,数据研究机构“骨朵传媒”发布《2016年网生内容产业发展研究白皮书》,将2017年定义为中国网络视频发展的黄金时期。

数据显示,截至2016年12月,我国网络视频用户规模接近5.5亿人。这直接带动了网络视频行业在近两年的迅猛扩张,包含网剧、网络综艺和网络大电影在内的2016年市场总规模达600亿元,其中,网剧市场规模2020年有望达到500亿元。

网剧逐渐舍弃了短剧、段子剧的形式,向精品故事化发展。2016年,10家视频平台共计播出网剧349部,4965集,共123889分钟。对比2015年数据发现,尽管播出数量减少了30部,但总集数仅减少41集,时长却增长了36000分钟;在播放量方面,网剧在连续三年增长速度下滑的背景下反弹,年播放量是上一年的226%,单片平均播放量达到了前所未有的2.5亿次,其中爆款网剧的播放量达到了20亿次。

□杨甜子

“24小时网上动物园”走红

越来越多的网友发现,没时间去动物园的情况下,坐在电脑前其实照样也能看动物。于是,一家名为“动物直播”的网站应运而生。网站把动物园搬到了网上。憨态可掬的企鹅走路一摇一摆,圆滚滚的海狮懒洋洋地晒着太阳,足不出户就能看到的海洋动物,让不少网友过足了瘾。

动物直播利用远程高清网络直播设备,将动物园的各类珍稀动物例如熊猫、企鹅、羊驼、金丝猴等可爱的动物进行网络直播,并且不时由专业主持人进行科普直播,丰富直播的内容。

“我真的可以在家看一整个上午的企鹅直播。”网友“EphemeralDawn”称,自己都没想到,会因为动物直播而消磨这么长的时间,“以前看熊猫直播时也是,做动物怎么这么好啊,这么长时间里,这个懒家伙只翻了一次身。”

自称“Z站”专做动物直播

“动物直播”网站自称

“Z站”。“我们的域名是zoostv,希望我们能够成为动物界的视频媒体平台服务商,这是我们的目标。”网站CEO万佳奇说。

他说,运营“动物直播”网站的缘由,来自生活中的发现。“我自己就比较喜欢小动物,喜欢大自然,现在自己也在养猫。”平时经常关注动物、宠物方面信息的万佳奇发现,很多爱好者,包括很多动物宠物行业的商家、公益组织机构等,缺少一个有针对性的信息交流和宣传推广展示自我的渠道平台。

“网友都是通过QQ群、微信群、微博、兴趣论坛等进行交流展示,这当中存在很多视频直播分享需求。但是对动物宠物这些内容进行直播,感觉没有比较合适的平台可以选择。于是我找了几个朋友,大家一商量就想建立一个为动物宠物爱好者提供属于自己的,多方面的视频直播交流展示平台。”

2016年10月,“动物直播网”正式开始开发,今年3月网站上线。万佳奇透露,目前网站wab端和APP端也正在开发,预计在6-8月同步上线,“目前几个月下来积累注册用户约1万人。”

网站计划打造“萌宠网红”

登录“动物直播”网站后会发现,网站里除了直播动物园的24小时之外,还在推选着“萌宠网红”。热爱养宠物的“铲屎官”们可以通过网站上传自家宠物宝贝的视频,展示宠物的有趣生活。

万佳奇介绍,网站目前已经和浙江台州极地海洋中心达成直播合作,对企鹅、海狮、北极狐、雪橇犬等动物进行了网络直播,“让很多小朋友和喜欢动物的朋友通过网络就能观察到这些可爱动物的日常。刚完成企鹅直播的时候,我们还开展了线上直播和线下相结合的活动,对企鹅的孵化过程进行了全程的直播,取得了很好的反响。”

“Z站”还有个计划,“一方面我们正在打造自己网站的栏目,包括动物资讯类的新闻栏目,挖掘宠物爱好者与动物之间有趣故事综艺栏目以及传授养宠心得科普类讲座节目等。另外一方面我们也在大力鼓励用户,上传自己拍摄的和动物宠物有关的有趣视频,希望能够有萌宠明星出现。”

身边有个经常说方言的朋友啥体验

“我在家乡说家乡话,去南京砍价用南京话,遇到北京同学一口京腔,留学同学回来英语扯闲篇儿,偶尔还记得一些大学日语小语种,唱歌也能唱点粤语歌……”看看,微博上一个“身边有个经常说方言的朋友是什么体验”的提问,就引来网友或显摆或吐槽的10万+回复。

@C美Vivian:宿舍里有一个东北哥们,一次和他去吃饭,他觉得菜有点凉了,便对服务员说:这菜有点凉,耶(热)一下吧。服务员愣了一下,对着菜摆出一个剪刀手。

@林一MINTY:我每次一说潮汕话,别人就以为我在说泰语。泰语的你好,口音是潮汕话的“三碗猪蹄”,潮汕人懂的哦。

@婴儿猫:哇你日语这么好?拜托我是温州人。

@扫地的医学僧:海南舍友在宿舍唱《栀子花开》:滋子发嗨呀嗨,滋子发嗨呀嗨……

@小羊咩咩:室友一个浙江的、一个四川的、一个广东的,我一个兰州人打电话就像裸奔一样。

@O丁宇宁贼帅O:江苏人表示可能不是一个镇的就听不懂对方说话。

@e也许吧:朋友里有一个东北人,后来我们都变成东北人了。

@晴方好DAISY:自从知道了重庆话把鱼叫“鱼摆摆”以后就突然觉得重庆人好萌啊,脑补了一下一米八大个的重庆小哥说“鱼摆摆”

的样子。

@之吕:东北室友一直说自己没有口音,开始我们不这样认为,后来慢慢就觉得确实没口音了。结果我们宿舍出去吃饭,老板说:你们老乡聚会才这么几个人?

@SOBERFORRR:新疆同学张口就是:你今天门门(萌萌)哒!今天好大分(风)哎!

@林俊杰的小迷妹:冯绍峰倒过来读就是河南话,所以说河南人属于变调不变音吧。

@圈儿大王:去美国读了四年书,英语没学好,中国各地方言都懂了点,还跟着外国的小伙伴学了点沙特语、西班牙语和意大利语的惹人方言。

(阿拉丁整理)

这个五一假期,微博里晒小黄车ofo的朋友们着实多了起来。没错,微博小号才是我们展露真容、肆意吐槽的地方。

而且,她们在晒完各种短裙、渔网袜配小黄车后,纷纷@了鹿晗——ofo新签约的代言明星。在默默观察了各种腿型、鞋袜后,我突然担心起我在ofo的押金了,还在苦苦烧钱死磕摩拜,随时有可能在下一秒倒下的小黄车,怎么又败了这么大一笔钱找小鲜肉流量明星代言呢?

【日志】

明星还是明星
代言嘛……

□阿三

毕竟,现在年轻人鉴人品、尝鸡汤早已经验丰富,连品牌方都开始不断自黑,反常规了,再找明星代言还有用吗?

正巧,就在本周,明星代言营销服务商星买客联合广告门共同发布了一个《2017明星代言回报价值榜》,至少从乙方维度分析了一下如今明星代言的效果。在这个榜单上,排名第一的男明星,毫无疑问,是在微博拥有庞大粉丝群和天文数字级转发阅读量的鹿晗,ofo,你们的选择很稳。而女明星,则是热播剧不断,又号称“带货女王”的杨幂。

从榜单入围标准看,明星们在社交平台上的用户数,参演的热门剧百度指数,平时的生活动态关注度等等,都是影响排名和商业价值的因素,但总之就一条,你要有流量。

于是,这就造成了不管是什么产品,不用过多考虑明星的形象是不是符合,爱好是不是贴近,只要有流量就好,哪怕同类品牌扎堆也不要紧。所以从KFC、索尼相机,到新笔记本、叶子面膜……真是凡有快消品处,皆有当红小生。

而且,明星代言多了,粉丝们不仅不烦,还争相为偶像选品牌。像近期新晋小鲜肉陈伟霆,因为有意代言某个微商品牌护肤品,就引发了其粉丝对陈伟霆经纪人和代言品牌的手撕,认为其拉低了偶像的形象,堪称最佳金主。

在白领中颇有号召力的好奇心日报,近期做过一次“哪些品牌与代言明星不搭调”的用户调查,候选名单涵盖了梁朝伟与小米、胡歌与腾讯阅读,梅西与华为等等。而调查结果也让大家跌落眼镜,几乎所有的代言都被用户吐槽为不走心。

火热与尴尬并存,这也许就是如今明星代言的现状。在买方市场之中,消费者越来越不需要追随明星,而是被明星关怀;同样的,在不断的八卦中,明星也越来越被还原为平凡人,而不是神坛上的偶像。

说实话,现在我越来越怀念唐国强老师代言挖掘机、烹饪技能培训的神广告了,简直有一种跳出三界外不在五行中的境界,仿佛隔着屏幕都能感觉到他和挖掘机的灵魂共鸣。但这种跨越时代和次元广告,毕竟不是凡品,还是明星的归明星,产品的归产品吧。