

首届中国移动社群大会召开

QQ 打造移动社群生态战略

“人之所以群分，并非因为兴趣，而是因为认同感”。某种程度上，QQ的社群生态恰到好处地体现了这一点。

8月6日，以“有群·有趣”为主题的中国互联网移动社群大会召开，腾讯QQ借机公布了其依托QQ群、兴趣部落、QQ公众号打造的“三位一体”全新移动社群生态战略，并联合企鹅智酷发布了《中国移动社群生态报告》。“中国互联网的历史就是一部社群演进变迁史。”腾讯高级执行副总裁汤道认为，把QQ群与部落结合到线下的商业服务中，是最接地气的O2O模式。据悉，这也是BAT三巨头首个在移动社群生态领域进行战略布局的举措。

青年报 王霞

移动社群力量爆发：迎来黄金时代

在PC互联网时代，网络社区曾是用户社交互动的主战场，而随着移动互联网的崛起，破碎化状态中的实时在线与沟通成为常态，粉丝、粉丝经济、移动社群、社群经济等概念正在成为行业新一波热点。

“社群的核心特征是‘自组织性’和‘再生产性’，要秉承‘有态度的内容、圈层化互动、共享中互利’运营原则，移动社群时代的规模、玩法和力量都即将迎来一场大爆炸。”财经作家吴晓波现场演讲时表示。

据了解，吴晓波频道书友会目前已在81个城市建立QQ群，30个城市选出班委，QQ群总人数超过3万，其中北上广深人数分别突破4000人。

腾讯副总裁殷宇在接受采访时表示，在移动社群的浪潮下，兴趣部落发布仅1年，已经积累拥有超过20万个部

落，拥有亿级的月访问用户，“QQ希望通过商业开放等策略携手合作伙伴、第三方企业共同把握移动社群的黄金时代，全力参与到这场盛宴中去”。

QQ群引领移动社群体系3.0时代

据统计，自2002年腾讯推出QQ群聊服务到现在，QQ群目前月活跃用户已达3.8亿，覆盖数千万月活跃用户，每天有1亿的商品购物链接在QQ群内分享，日均数十万次游戏下载。由此可见，大多数大规模群的背后皆潜藏着巨大商机。

汤道生表示，QQ移动社群体系一直在不断升级，移动社群体系1.0以QQ群+群应用为主，2.0则在1.0基础上增加了兴趣社交的开放社区，形成群+群应用+兴趣部落的模式。伴随着QQ公众号的即将上线，QQ的移动社群体系将步入3.0时代，打造QQ群+群应用+兴趣部落+公众号的全新生态体系，而QQ群开放平台

的推出将令基于垂直场景的海量应用，批量、长尾的社群运营者和开发者大规模商业化变现成为可能。

据悉，未来腾讯QQ将通过QQ群API开放政策，在应用服务、变现渠道、流量扶持（1亿元广点通流量扶持）、腾讯云基础技术解决方案等多方便给予合作伙伴支持。

在腾讯QQ构建的移动社群生态中，用户之间的社交关系是多元化的，在传统泾渭分明的“熟人关系”和“陌生人关系”之间衍生出的“半熟人半陌生人”关系逐渐成为主流。

目前，在兴趣部落的社群世界中，自拍、TFBOYS、天天酷跑、花千骨、90后等都是非常热门的部落，动辄有数以百万、乃至千万的用户关注量和话题数，且这种依靠兴趣驱动的社群力量正在从线上走向线下。业内认为，随着QQ群、兴趣部落、QQ公众号三驾马车布局的完成，移动社群商业化的想象空间将随之打开。

■资讯

优酷土豆更名为合一集团

青年报 王霞

本报讯 昨日，优酷土豆在其首届题为“合乐而不为？！”的开放生态大会，首次公布在合作与投资上的战略布局，推出一系列全球领先的创新产品和开放工具。优酷土豆集团董事长兼CEO古永锵现场表示，“视频纯媒体时代终结，文化娱乐产业进入以自频道为中心的合乐时代”。

据透露，未来3年，优酷土豆将投入百亿元现金和资源支持“网生内容”，打造文化娱乐产业的最佳创业平台，且为顺应“文化娱乐产业进入合乐时代”，优酷土豆集团正式更名为合一集团。

古永锵认为，2005年到2014年间，视频纯媒体时代下的流量导向、传统内容和以硬广为主的变现模式都将在合乐时

代被颠覆，“未来10年，行业将从多屏走向全屏即‘无屏’——屏幕无处不在，文化娱乐创造身临其境的奇妙体验”。

与此同时，合一集团还宣布，将依托近6亿用户投入百亿元资源，打造“新人计划”——产生10万个拥有千人粉丝团的自频道、“万万计划”——产生1万个月收入过万的自频道以及“飓风计划”——产生100个估值过亿的自频道，共谋万亿市场。

值得注意的是，合一集团与“合计划”新成员携程旅行网也在此次大会中完成携手。合一集团高级副总裁李捷表示，“合计划的核心诉求就是开放、合作、为用户创造更多的价值”，作为打造文化娱乐生态系统的重要一环，合一集团将通过“合计划”，跟内容、硬件、游戏、运营商等展开深度合作。

甲骨文数据库大会在沪召开

青年报 王霞

本报讯 自1987年作为全球最大关系型数据库厂商之一登陆以来，如今，已是甲骨文进入中国市场的第28年。近日，2015甲骨文数据库大会在沪召开，历数发展历程的同时，甲骨

文进一步强调了对未来中国IT建设进行支持的目标。

甲骨文副总裁及中国区技术产品事业部总经理吴承杨表示，“希望未来能进一步帮助客户用好甲骨文数据库，助其用创新的技术来提升业务价值。”

芙蓉肌推首款微商产品

青年报 王娟

本报讯 近日，芙蓉肌品牌宣布推出首款微商产品——芙蓉肌原肌精华提拉面膜。

据了解，芙蓉肌品牌源自巴黎，品牌创始人史蒂芬为巴黎女人

崇尚特色药妆的护肤理念、美在当下的态度所打动，并将此融入品牌精神之中，提出“医学美容”概念，倡导纯天然健康润泽的无暇肌肤状态。同时，芙蓉肌萃取天然植物精华，给肌肤天然的庇护，有效发酵也是芙蓉肌产品的一大特色。

柜柜网破局行业乱象

本报讯 8月6日，集成电路即时交易平台柜柜网在全国上线，该网站希望通过公开报价、议价等创新手段，改变目前该领域虚假信息满天飞、假货横行的局面。

据介绍，柜柜网在供应商甄别、库存管理、交易管理等各方

面都针对本行业做了很多创新性处理，集合了各类现行行业电商的优点，并独创了电商行业的议价交易先河。

目前，柜柜网已集合众多集成电路行业资深原厂、代理、经销界的高管，以及有着深厚互联网背景的技术、营销人员。

“悟空找房”免费发放冰激凌

本报讯 近日，申城连续高温，“悟空找房”APP在全市4个点向市民免费发放冰激凌。据悉，“悟空找房”APP于8月5日正式上线，其首创的买房0佣金或将一举打破了传统中介行业加收中介费的潜规则。



首届世界F1在学校青少年科技挑战赛中国赛区总决赛圆满落幕

青年报 解敬阳

本报讯 世界F1在学校青少年科技挑战赛中国赛区（大陆及台湾地区）总决赛在8月4日圆满落幕，来自北京市育才学校的Cyclopentane车队获得冠军，北京市师范大学附属实验中学的Swift车队与上海市市西中学的Triumph车队分别获得亚军和季军。

在为期3天紧张、激烈的比赛中，共有来自全国的14所学校的24支学生车队完成了计时赛、反应赛及陈述演讲等多项考核，最终获得胜利的3支车队将代表中国出战9月在新加坡举办的F1 in Schools国际总决赛。

本届F1在学校中国赛区总决赛虽然是第一次举办，但是选手们经过数月的备战，彻夜不眠地调校赛车，一次又一次地模拟测试，使得这些稚气未脱的小选手们在赛场上已然表现出了“老手”风范，他们



从容面对每一项比赛环节，出现突发状况后能够组织有序地解决问题，并加以改进。比如，在反应赛中，冠军车队Cyclopentane为了加强赛车性能，获得更好的比赛成绩，创新地使用了动能回收装置，通过汇聚喷射的高速气流使得赛车获得更好的空气动力学性能。

创新是F1在学校赛事的核心，参加比赛的学生们需

要从设计、制作、改进、测试等各方面进行团队协作，不断将理论应用于实战，并通过不断创新和颠覆获得最终的胜利。

未来，通过F1在学校赛事的不断壮大，全国将有更多的学校及参赛选手参与其中，实现规模化培养青少年理性设计思维和综合创新实践能力，为国家培养新型高端创新人才奠定基础。