

广告弹窗 别再随便弹

本报记者 周娟

网络弹窗滥用

“最初,为了满足用户对快速获取新闻资讯的需要,门户网站创立了新闻弹窗这种产品。用户可以更方便快捷地获取突发新闻和重要资讯,而不必在海量信息中漫无目的地寻找。”业内人士介绍。

随着用户数量的增加,弹窗服务范围逐渐扩大,形式呈现多样化。除了新闻资讯、优惠促销信息等内容,一些涉黄、虚假的不良和违法信息也乘虚而入,明目张胆地出现在网络弹窗中,甚至带动了一条利益巨大的产业链。

网络弹窗发展至今,时常遭到用户诟病,在一定程度上失去了设立之初作为“信息服务窗口”的意义。

一段时间以来,不论是大型互联网企

业,还是一些专门的商业网站,都视弹窗为博取网民眼球的“法宝”。网民只要打开电脑或浏览网页,各色弹窗就跃入眼帘。令网民反感的是,不少弹窗广告甚至没有设置关闭的按钮和通道,叫你非看不可。

据不完全统计,我国网民常用软件中,有弹窗广告的软件达1221个,其中每天弹出广告数量超过1000次的软件近500个。

据悉,此前,中国互联网违法和不良信息举报中心曾公开曝光并谴责搜狐、腾讯、酷屏等网站利用弹窗传播低俗信息的行为,呼吁各网站加强自律,及时清理弹窗广告中的非法内容。

网民深受其扰

“好不容易看到一篇有趣的文章,没看几页就开始广告,弹窗弹得好心烦。”

“弹窗广告怎么低俗怎么来,真是闹心。”“为了搜一点有用的东西,必须对付一堆弹窗广告,不想要的一直来,想要的偏偏得不到。”

提起“弹窗”广告,不少网民都是深恶痛绝。

基于这样一种严峻的情势和网民的整治呼声,今年9月底,国家网信办等多部门联合发起了“治理弹窗”专项行动。

对此,不少网民连连称快,还有不少网民也表达了对其它网络广告的不满,认为它们和“弹窗”广告一样,亟须治理。

屏蔽广告有道

“我喜欢优雅和安静的应用,付不付费无所谓。”

“自己用的电脑上把一切可能弹窗的都卸了,金山系,360系,搜狗系,QQ和阿里旺旺。”

采访中,记者得知,市民平时也是用了各种方法想屏蔽弹窗强行推送的广告内容。据了解,弹窗广告主要分为三类,软件弹窗、网页弹窗和运营商弹窗。业内人士介绍,针对各类弹窗,可以采取一些有效措施进行屏蔽。

对于软件弹窗,用户可以在软件设置中设定“禁止弹窗”。如果不知道是哪些软件在弹窗,或无法设置“禁止弹窗”,可以使用杀毒软件的“弹窗拦截”功能进行定位,并一键禁止它再次弹出。

针对网页弹窗,用户可以为浏览器安装“广告过滤”软件,如此就能够屏蔽绝大多数来自网站的弹窗广告。

针对宽带运营商的弹窗,用户可直接打电话到客服进行投诉。如果还是无法解决,可以到工信部电信用户申诉受理中心进行投诉。

此外,市民如发现利用弹窗传播低俗信息等网络违法行为,可向中国互联网违法和不良信息举报中心举报。

小应用 让圣诞更开心

圣诞节脚步越来越近,除了传统的逛街购物、约会吃饭,作为数码达人,当然不能忘了应用商城的APP们,它们可以让你的节日变得更加有趣。

圣诞老人的由来

此应用以简单的文字和精美的图画,向孩子讲述了圣诞老人的故事,故事中,告诉孩子要善良和乐于助人。同时,故事还配上了欢乐的圣诞歌,让听故事的小朋友感受到浓浓的圣诞气氛。

圣诞大餐

如果你想要在这个节日为家人准备美食,自己动手尝试圣诞菜肴和甜点,那么这款应用程序肯定有助于你。这款应用收录了200多种圣诞大餐,有很多快捷而简单的食谱,你可以大展身手让家人尝一尝。

贺卡卡

这是一款用户自制电子贺卡定制化的服务应用。用户可编辑文字,然后选择素材库中适用的底图,即可合成一张贺卡并发送给亲朋好友。收到贺卡的朋友,还可以与贺卡中的“你”互动。

锁屏精灵

圣诞气氛渐浓,别忘了让自己也有个好心情。可爱的圣诞老人、萌萌的圣诞礼物、无限创意的圣诞树、温馨的圣诞祝福,赶紧为自己的手机穿上一件圣诞新衣吧。这款应用近日再添五类圣诞锁屏壁纸,提前让你进入圣诞欢乐气氛。

圣诞相框

圣诞节是很多人欢聚的时刻,对于爱自拍的你们来说,这款应用绝对会带来惊喜,专属的圣诞相框、风格、材料、绘图、字体、剪辑等,让你的照片更加出彩,让朋友们的圣诞留念更加美好。

会说话的圣诞老人

会说话的圣诞老人来了,给大家带来礼物。如果您想看您的礼物,请碰碰圣诞老人的包袱。此外,这是一款能够模拟重复人说话声音的圣诞老人,可以听圣诞老人大声重复您的节日特别留言。

你对网络上铺天盖地的弹窗广告怎么看?

网络发展至今,带给人们更多视听享受和生活便利的同时,网络广告乱象也颇受网友诟病。还网络一个清新世界,是网民的集体呼声。大家期待,网络弹窗能够回归本源,重新成为网络信息服务窗口。



名酒

业界名家造访宋河

本报记者 王见宾

在业界享有盛誉的茅台酒业名誉董事长季克良于12月5日晚间抵达郑州,次日在郑东新区签署《茅台鉴真》一书,7日8:40由商丘抵达宋河酒业股份有限公司生产基地,13:00离开宋河回郑州,16:00由郑州赴京。

这是一次短暂却从容的考察活动,对于这位大家的到来,宋河此前多日已展开礼宾准备,巨细无遗。考察宋河期间,季克良和宋河人一同观摩、切磋,宾主尽欢,从而成就一番酒界佳话。

洒扫庭除 虚席迎宾

记者于12月6日向位于鹿邑县宋河镇的宋河酒业股份有限公司生产基地出发,一路上,同行的宋河品牌部负责人说,为了欢迎季克良,在此之前,宋河酒业股份有限公司(郑州)和宋河酒业生产基地(鹿邑)已经做了大量工作,大家由衷地期待季克良能到厂里走一走,看一看,指导宋河的发展。

同行的一位小伙子说,曾经听说季克良有一个愿望,在许多地方都说过,那就是要在有生之年,把当年国家评出的17大名酒悉数考察一遍。

晚间6:00,记者一行抵达酒业生产基地,厂内已经下班,天色昏暗,先于我们而到的两个品牌部的青年布置好物料后,刚刚走出厂门,在一番交流中,关于条幅设置、考察路线、接待阵容、取景位置等逐一敲定。

参观品酒 赞誉宋河

12月7日8:40,在宋河人的期盼中,满头银发、精神矍铄的季克良刚下车,就仰望大门上“河南省宋河酒业”几个鎏金大字,门楣之上的电子屏,显示“热烈欢迎茅台集团董事长季克良莅临宋河参观指导”。

同行而至的分别有河南省酒业协会会长熊玉亮、宋河酒业股份有限公司总裁王祎杨、河南省酒业协会总工程师赵书民等人,在此迎接的宋河酒业生产基地总经理朱云武、宋河酒业总工程师李绍亮等,宾主相见,格外热情。

按照既定的考察路线,在大家簇拥下,季克良先后走进宋河酒厂的技术中心、万吨储酒罐群、酿造车间等处。在行程之中,他不时躬身拿一把原料在手中细捻,或是举一杯原酒对着光源观测。

在蒸粮车间,他捧起一把曲料,嗅了嗅,微笑着对陪同者说:“质量不错,闻着很好,很香。”在勾调车间,接过工作人员递上的一杯

老酒,季克良轻呷了一口,依旧微笑,“好酒、好香啊!”

意外之喜 获赠原酒

行至宋河原酒储酒库门口时,王祎杨驻足停顿,大家正不解其意,只见她莞尔一笑,说:“季老,我们知道你出生于1939年4月24日,在我们对库内原酒的检索中,正好发现有三坛1999年4月24日封存的宋河酒,也就是说,在你60大寿的当天,我们生产出了这三坛宋河酒,现在,我们为老翁赠送一坛,请你接收。”

季克良初是平静,继而愕然,然后是开心地笑。被赠予的这个重达696斤的酒坛,久历岁月,坛体斑驳。细心的宋河人已经给予了喜庆的包装,在工作人员的带领下,季克良亲自为这坛原酒启封并揭开“红盖头”,并签名留存,惊喜之情溢于言表。

健康理念 寄语宋河

考察完位于宋河镇的厂部之后,一行人又驱车来到位于鹿邑县城郊的宋河酒业新厂区,在听取新厂区的情况介绍后,季克良赞叹不已。

在当天参观结束的座谈会上,季克良说道,宋河酒业,交通便利、技术雄厚、原料充沛、政府支持,具备更好前景的发展基础,他把话题逐渐地聚拢到“健康”话题——由他主政茅台集团期间,健康成为一个发展的主诉求点。

与我们日常生活中听到的大多数饮酒话题相反,这位老人用海内大量的“饮酒促进健康”例证来证明适度饮酒对人体机能的保健作用。

季克良认为,反观这么多年来,恰恰因为这个“健康”理念,给茅台带来新生的活力,其美誉度进一步提升,影响到销售的直线上



宋河酒业股份有限公司总裁王祎杨代表宋河酒业向季克良(右)赠送五斤装典藏级宋河粮液

扬。他建议,宋河要向造“健康”酒,传播健康饮酒的方向努力。

圆梦之行 完美收官

在一路行程中,先后由王祎杨、熊玉亮提到季克良一直有一个梦想,就是把遍布国内的“17大名酒”逐一造访。

当天的座谈会上,季克良重新提起这个话题,由于诸多原因,宋河之行成为了17大名酒的最后一站。

如今圆梦,季老深以为慰,他评价宋河酒厂说,整体规划很大气,厂区干净整洁,新厂区建得很漂亮。另外,宋河技术中心的设备很先进,在国内是一流的,甚至已经和国际接轨,这点让他很惊讶。“我尝了宋河酒,质量好,香气比较浓郁,口感不暴。”

季克良坦陈,“‘17大名酒’之行感慨颇多,这些名酒共同的基因——都特别重视产品质量,重视人才的培养,重视科学研究,重视创新。这四项,宋河都具备!”

相关链接

何为17大名酒?

17大名酒是指1989年在合肥举办的中国名酒第五届评选结果,分别为:茅台酒、汾酒、五粮液、洋河大曲、剑南春、古井贡酒、董酒、西凤酒、泸州老窖特曲、全兴大曲酒、双沟大曲、特制黄鹤楼酒、郎酒、武陵酒、宝丰酒、宋河粮液、沱牌曲酒。

酒业声音

宋河总裁王祎杨: 企业最重视的应该是产品性价比

12月13日,“变革的力量——中国酒业博鳌年会”于博鳌亚洲论坛大酒店盛大开幕。宋河酒业股份有限公司总裁王祎杨参与论坛,与诸多酒界大咖共论行业发展,展望产业未来。

王祎杨在会上就“电商与连锁:博弈与融合”的话题与北京和君集团副总裁林枫、华龙酒业董事长翟山、金沙酒业电商营销总监向军展开激烈讨论。关于如何看待今年“双11”的问题上,时隔一个月,王祎杨认为,在目前这个阶段,酒业电商与传统厂商之间确实存在利益冲突,问题无须回避。但电商趋势不可逆转,我们不能只是抱怨抵触,而是要积极行动,去寻找更好的解决方式,共同发展。去今年“双11”来看,线上卖得火的产品,几乎全都是名酒线下主销产品,其实等于是把线下销售搬到了网上,这很难避免各方利益冲突。要做真正意义的酒业电商,必须解决两个问题:一是培养优秀的线上产品;二是培育白酒的线上消费者。产品有针对性的区别,消费形式和消费行为更要精准把握,才能实现酒业电商的真正飞跃。

王祎杨认为,现在,消费者主权时代已然来临,消费者在市场中占据着主导地位,即所有活动都要围绕消费者展开,产品好不好,消费者说了算。所以宋河这些年做的所有活动都是在建立一种与消费者的沟通和融合,如白酒创意设计大赛、针对扣扣所做的一系列线上的活动,文明河南人活动,都在围绕消费者,真正走进消费者的内心,这也是今年一直在谈的“走心”。对于消费者来说,产品的性价比永远是最重要的,只有创意、生产出更加符合大家消费习惯、更好性价比的产品,才能彻底占领消费者心智,企业才能获得长足的发展。

高梓琦