

# 从拉名人开博,到如今挂出“一键搬家”互挖墙脚—— 门户网站争拉博友“搬家”

今天你“搬家”了吗?近来,这句话在网络博客圈内正流行。继新浪、搜狐之后,国内传统门户网站网易在自己的个人空间首页挂出“一键搬家”。不久之前,新浪和搜狐曾展开博客“肉搏战”,从拉名人开博,升级至互挖墙脚——号召“博友”搬家。

## 有人响应“搬家令”

“又有博客搬家了?”两个月前,白领宋婷和一帮好友,响应搜狐“搬家令”,将网络日志从MSN个人空间迁出。这次,网易博客又开搬家通道,他们却嫌“搬来搬去真麻烦”。

昨天,记者登录网易博客首页,后缀“hot”字样的“一键搬家”

清新醒目:它能帮助用户快速复制其他博客上的数据,整体迁移至网易博客。与新浪、搜狐的搬家工具相比,网易“搬家”搬得更彻底:不仅可以一键复制过往所有日志,就连内容分类、好友留言、来访记录也都一字不漏。而新浪和搜狐的博客空间,自然被列入“网易搬家”名单。

## 网站“圈地”忙不停

业内人士分析指出,各门户网站表面上热衷“搬家大战”,实为博客“圈地”。不过,国内各大网站博客同质化严重:页面结构多是“三段论”——网络日志、个人相册和音乐链接,内容分类大同小异,互动和分享明显欠缺,就连

网站提供的技术支持也都少得可怜。这使用户“冲动”开博后,很难长期“留守”。例如,新浪博客曾靠明星带动,人气十足,却因不善于引导普通用户创造博客,互动性不强,产生不少休眠“博客”。

为此,中国雅虎自今年4月份开通博客空间,二次升级,尝试增强关联性和互动性服务,将三度交友、访问趋势图、好友评论、更新提醒等“非博客”内容引入个人空间,打通邮箱、即时聊天工具和个人博客,构造网内“大博客”平台。短短半年,雅虎空间用户已超过1300万。

## 服务用户是关键

两年前,“今天你‘剥壳’了

吗?”是网络时髦,网站只需开辟空间,用户就会主动开博“涂鸦”——上传文字、图片或视频。如今,播客、威客、晒客、叨客等花样翻新,网络“新客”层出不穷,“博客”们更喜欢在网络“小天地”里,与自己、好友甚至陌生人分享每一天的生活和心情。

谁能在日趋激烈的个人空间市场竞争中脱颖而出,成为“博客圈地王”,还需众网友“写博说话”。网站博客能否为用户创造更优质、丰富的交流沟通空间,也许要比生硬的博客搬家工具,更能吸引普通用户怦然心动,长久抓住“博客心”。

本报记者 马亚宁

07103010801

专家提醒『好玩』的大人:这样做不利于孩子成长  
『配娃娃亲』

如今,不少年轻父母还喜欢把宝宝的照片、成长故事晒到网上。最近,一家网站举办了场历时2个月的“两小无猜娃娃亲”大赛,把晒宝宝推向高潮,并给配对成功的宝宝们制作网络“结婚证”。但心理专家指出,在孩子还未成熟前,擅自给他们配一场“娃娃亲”,并不利于孩子成长。

## 宝宝“配对”

昨天,记者在这家网站的“小两口”专区看到,未雨绸缪的年轻爸妈们在茫茫网海里,挑选未来的“儿媳妇”和“女婿”。为了方便爸妈们私下联络,网站特地开了个“晒宝妈妈群”。群内人气很旺,几乎任何时候都会有近30个爸妈兴奋地议论宝宝中的帅哥靓妹。如果看到心仪的宝宝,还可用鼠标送上精心雕琢的虚拟情诗。

“有三四个男孩(其实是父母)相中我家‘小月亮’,都被我谢绝了,因为我已经看上另一个小‘女婿’。”“摩登大月”以“不能太花心”为由拒绝了几个送上门的“女婿”。她向相中的“小女婿”发出爱的讯号,与对方一拍即合,当即定下情缘。“摩登大月”得意地说:“我家‘小月亮’也知道在给她找小男朋友,看到照片后嚷着说喜欢那个小帅哥。”

## “婚照”合成

两个多月的“娃娃亲”活动中,80多对1~8岁的男女宝宝配对成功。他们拿到了网站制作的心形红色“结婚证”。证上还有男女宝宝的“合影”,网站还特地制作庆典图片,由于许多宝宝身处异地,所以“婚照”基本都是合成照。

为了给小家伙和爸妈们一个交流空间,网站专门给他们开设交流空间,可以在里面贴照片、写日志、交流心情。

## 不利成长

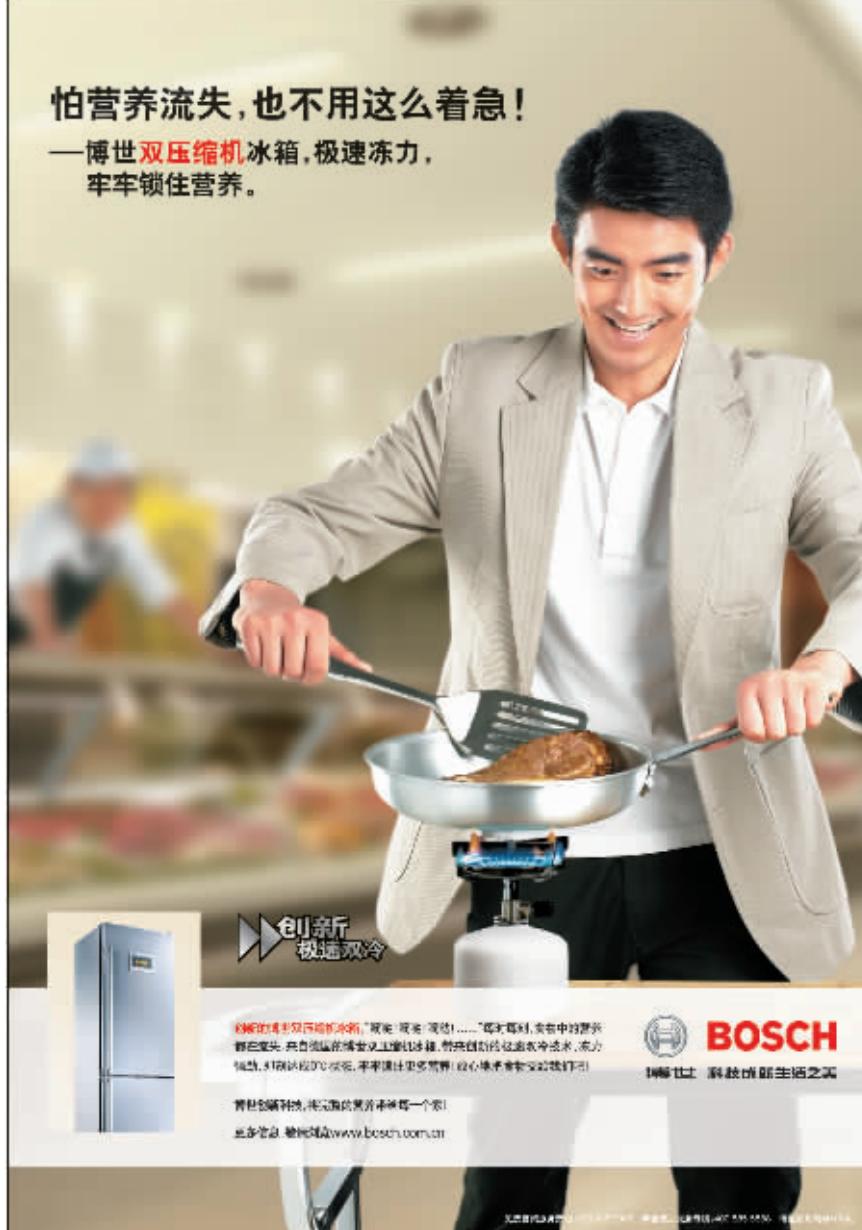
“即使这次招亲配对成功,回到现实生活中,也不会有很多联系,纯粹是好玩。”张小姐把这次比赛看作生活的调味,但也有一些爸妈持反对意见,他们在社区的其他讨论区发帖:“怎么能把孩子的婚姻大事当作儿戏一样胡闹?”

上海市学校心理健康教育专家委员会专家徐光兴指出:“这样做实在不妥。”他觉得,网站举办“娃娃亲”活动,有点模仿选秀节目,存在给自己的宝贝秀一把的心理,但父母这样做可能给孩子留下不当心理暗示。即使是闹着玩的“娃娃亲”,可能也会成为孩子被人嘲笑的话题。网站搞这样的活动,只是为了引起视听轰动,并不利于孩子成长。玩伴还是在现实生活中寻找比较好。

见习记者 王瑜明 评论 07103010802

怕营养流失,也不用这么着急!

—博世双压缩机冰箱,极速冻力,  
牢牢锁住营养。



## 北美高档品牌设计来沪展出

本报讯 (记者 薛慧卿)

由静安区经济委员会、美洲工业设计师协会(IDSA)主办,“发现与创造”北美设计中国行暨2007中外品牌设计交流会昨晚在中信泰富广

场时尚沙龙开幕,来自加拿大的高端家具品牌 Question Objects 首次进入中国展出。

为期5天的展会将展出该品牌近几年的代表性设计,Question Objects 的品牌设

计师还将与在沪的中外同行共同交流品牌设计的经验。静安区经委有关人士认为,本次活动将首次进入中国的高端品牌设计展会引入静安南京路,是推动静安南京路高档商业商务与创意产业进行互动的一次有益尝试。

## 新民网互动点评

●岸边焚烧垃圾 烟雾缭绕数年(编号:07102911001)

新民网网友 sens: 环保意识的加强、相关法规的补充完善、有关部门的执行力,可以说三者缺一不可。

●作家麦家指责一些影

视公司藐视原著作者尊严(编号:07102910701)

手机用户 136\*\*\*\*7769: 影视公司常常会说“尊重原著”,但为何还有那么多作家在维权?口头上的尊重人人会说,关键是要以行动来

证明。

(本版选登对前几天本报报道的精彩评论。网友可登录 hd.xmnnext.com 跟帖评论;手机用户发送互动编号加评报内容到 15900430043,亦可参与。)

本报讯 (记者 胡晓晶)  
“笃笃笃,卖糖粥……”昨晚,伴随着清脆的沪语童谣,上海时装周上首次秀出了情景剧。由国内较早的原创设计师品牌“淑女屋”带来的这场名为“幸福双行线”秋冬时尚发布,成功完成了2007上海时装周的开幕秀。

从孩提时代的嘹亮啼哭,到少年时期的放风筝捉蝴蝶;从同桌的你,到恋爱结婚;从站台接送,到与子偕老——用多幕情境单元的方式,昨晚的时装情景剧叙述了“美好女人的一生”(见下图),服装在这里反而成了表现的手段。虽然依旧是宽松的棉布连衣裙、英式格子短裙、花边繁多的衬衫或外套,但本季“淑女屋”从色彩上一反惯常的粉嫩感觉,用黑、白、灰以及大红阐述今年秋冬的流行趋势。

让人耳目一新的,与大多数T台秀不同,道具的充分利用让昨晚的发布会打破常规。在近一个半小时的走秀中,模特儿几乎有半个小时不用走,因为利用总重量达20吨的宽幅传送带,姿态凝固的模特儿就如雕塑一般从T台的这头“走”到了那头。另外,在一段田园式的表演章节中,观众耳听风声、鸟叫声、火车轰鸣声等一系列原地采集的真实声音,目睹模特儿怀抱鸡鸭鹅悠然走过,现场感觉相当奇妙。



■ 小模特演绎美丽女孩 本报记者 雍榕 摄

## 【记者手记】

## 一群粉丝坏了一场秀

昨晚的开幕大秀一反常规,让上海时装周T台上更多了一种演绎时尚的角度,观者都觉精彩。不过,美中不足的是,情景剧中的男主角不是职业模特,而是今年的“快乐男声”冠军陈楚生。结果让记者有了这样的观后感:一群粉丝坏了一场秀。

估计按照主办方原来的设想,请来当红的偶像参与,今年的上海时装周多了一个创新,也会更有看点;但实际结果呢,在楚公子不温不火的走秀和演唱中,他的一些粉丝“花生”不仅频频高举荧光板影响现场灯光,更在尾声时候冲到了T台旁边站成人墙。好吧,场面确实热闹了,但似乎颠倒了主次,更破坏了秀的整体观赏美感。昨晚看的到底是上海时装周的开幕大秀呢,还是楚公子的歌迷见面会呢,连现场维持秩序的保安都有些犯晕。

看来,在上海时装周这个已有5年历史的“城市名片”上,商业明星该不该上和怎么上,主办方还得费思量。毕竟,绝大部分观众来看时装周只是想看场纯粹的时装秀,喧宾夺主的场面还是少见为好。

胡晓晶

上海时装周开幕秀很特别  
情景剧秀出『T台秋冬时装』