



# “网生代”，拿出诚意看看

## 国产手机

### 不仅是“拼脸”

国产手机到底做对了什么？对于一心想要“国货当自强”的其他产业来说，了解这个问题的答案，也许能让它们通往明天的道路变得更为平顺

□ 陈 静

你有没有发现，身边用国产手机的朋友变多了？除了苹果三星这样的“宇宙名牌”之外，小米、魅族、HTC、甚至还有许多闻所未闻的国产手机正在登堂入室。

几个数字可以证明这个现实并非幻觉。小米在去年“双11”促销中，一天卖了116万台；官方定价2999元的华为Mate7手机在淘宝上要加价400到600元还一机难求。在2014年6月，国产品牌手机出货量达到3426.5万部，占到了当月手机总出货量的80.7%。

几家欢喜几家愁，和国产手机的风生水起相比，国际巨头们的日子却是“王小二过年”，三星在华的市场份额被小米超越，索尼干脆宣布不再针对中国市场开发新款手机，只有苹果还在一枝独秀，靠果粉们的忠心耿耿撑起台面。

国产手机到底做对了什么？对于一心想要“国货当自强”，言必称“从中国制造到中国创造”的其他产业来说，了解这个问题的答案，也许能让它们通往明天的道路变得更为平顺。

答案之一是拿出性价比的产品来应对消费者变化了的消费需求。在2014年采访“两会”时，好几位农民工代表带来的建议让人印象深刻，他们纷纷表示，希望在工厂宿舍中提供WiFi网络。这些代表告诉记者：“从找用工信息到跟家里人语音通话，再到听歌看剧，年轻一代农民工在手机上上网这件事上，每个月支出基本都在百元以上。”随着智能手机的风潮向三四线城市和农村地区拓展，国产手机推出了各种“便宜又大碗”的千元产品，曾有市场预测分析，千元4G手机要到2015年才能上市，但仅仅2014年，国产厂商拿出的千元4G手机就占4G手机整体市场份额的65%。

伴随着收入的增加和眼界的开阔，低线市场的消费者正在经历一场声势浩大的“消费升级”，在他们之中蕴藏着巨大的消费潜力，传统企业往往习惯于将眼光盯牢“高大上”的北上广深，但国产手机的攻城略地证明，为三四线特别和农村地区的“小伙伴们”也同样愿意为“价廉物美”的先进产品“买单”，谁能先赢得他们的心，谁就能为自己开拓一片“广阔新天地”。

答案之二是通过创新进行差异化竞争。低线市场之外，对于一二线大城市的消费者来说，已经开始考虑第二部智能手机的更新换代问题。记者有一位刚把三星换成国产手机的朋友所言：“其实现从2000元到4000元的智能手机，感觉都差不多，就看你喜欢什么样子的，看重什么功能。”

国产手机因此在“拼脸”上颇下了一番功夫，从金立的“全球最薄手机”到锤子的“全新图标设计”，把手机从外到内的“打扮”了起来。而从功能上来看，拿手机拍照这件事来说，后置摄像头1300万像素已是国产手机的标配，再加上电动旋转摄像头、前后翻转摄像头、仿生平行双镜头……种种创新功能目不暇接，手机厂商无非是希望靠着这点“不一样”打动消费者，“总有一款适合您”。

这两个答案看似平凡无奇，但真正想要做好却不是“吆喝几声”就能解决问题，一方面，实打实的技术创新让他们在竞争中将国际品牌抛开几个身位。国产手机厂商纷纷自主开发芯片或者与芯片厂商合作开发，无论是5模10频还是5模13频的高水平融合芯片，都是国产手机“便宜又大碗”的基础所在。

另一方面，则是“互联网思维”体现出的巨大能量。作为本土品牌，一大优势就是有条件积极和本地消费者互动，根据他们的建议对产品进行改进。2014年以来，包括华为荣耀品牌、酷派旗下的大神、从OPPO中独立的一加，诸多主打互联网渠道的手机品牌如雨后春笋般涌现，他们都充分学习了“前辈”小米，一手抓粉丝经济一手抓电商渠道，甚至开始用大数据技术来真正理解消费者，将年轻人的市场牢牢抓在手中。

在拿下国内市场之后，诸多国产手机品牌已经琢磨着“驾船出海”，到新兴市场国家一展拳脚，它们又将拿出什么“杀手锏”？未来不远，让我们拭目以待，那些“国产手机教我们的事”。

且观影的人群正越来越年轻化。大批“网生代”观众成为决定电影市场权利的支配者，他们的精神文化需求亟须一批有灵性的高品质文化产品予以补给和填充，这正好给网络时代下的国产电影带来了前所未有的机遇和挑战。

总的说来，无论传播介质和渠道资源如何改变，电影作为精神文化产品的核心内容不会改变。不论是互联网IP+粉丝经济，还是影院社交+O2O营销，种种花样翻新的宣传策略和信息技术都是配角，唯有电影的内容品牌建设是主角。从这个意义上说，就好比文艺不能沦为市场的奴隶一样，“网生代”电影也不能沦为互联网的奴隶。当前网络时代的文艺作品之所以存在抄袭模仿、有数量缺质量、有高原而缺高峰的现象，就是因为创作者过于迎合市场、取媚观众，生产出的大多是一些可供娱乐的快餐式消费品，而不是富于灵性、有文化底蕴的艺术商品。这种消费量很大的作品固然能在短期内赢得市场、牟取暴利，但能在电影史上留名的更多的是那种创造观众的作品，只有心中怀有市场，又不受市场牵制的有诚意的电影人才能够实现这一目标。

就好比文艺不能沦为市场的奴隶一样，“网生代”电影也不能沦为互联网的奴隶

□ 赵凤兰

是当前部分重娱乐、轻质量的“网生代”作品之所以引来观众集体“吐槽”的原因。

从表面上看，移动互联网时代似乎改变的只是电影的发行渠道和放映终端，并未改变电影产业的本质。但从目前“网生代”下的电影品质令人堪忧来看，“互联网思维”正在影响和改变部分电影的产业链上游，也就是说电影的内容和品质也被网络市场主导和钳制，这将导致“网生代”电影因盲目迎合市场而走向低俗。互联网是影像传播、发展的有力武器，但它同时也为“网生代”电影提供了野蛮生长的契机，衍生出一些伦理虚无、美学粗鄙、急功近利的行为，给人们的审美和价值标准造成“混乱”，因此，理性借助和运用互联网乃当务之急。从另一层面来讲，电影和互联网的关系问题也应理清。电影提供的是只是软件，互联网等移动终端提供的是硬件和渠道，移动互联网时代改变的只是电影的手段，只是将观众从过去的离线

状态变为在线状态，而电影的品质却不宜受其左右，尤其是电影的思想，以及电影产业背后的人文精神不能随技术的发展和媒介形式的更替而颠覆。

在移动互联网诞生之前，电影的传播平台绝大多数在电影院，“网生代”来临后，一部分人担忧网络最终会抢走影院的观众群，使城市影院再度陷入低迷。在这一点上，既然90年代的家庭影院没有令实体影院倒闭，今天的互联网、手机、IPAD一样不会让电影消失。互联网的硅谷在美国，而美国的好莱坞依然存在，所以说互联网和电影的关系是融合与互助，而不是取代。从目前来看，“网生代”电影面临的根本问题倒不是互联网和影院谁取代谁，而是移动互联网时代下的国产电影如何在量的积累后做到质的提升。当下，国产电影已拥有庞大的网民群体，其中相当数量的群体正在朝二、三线城市蔓延，小镇青年将成为未来电影的主力，



## 做条鲛鱼

我们不能因为不适应而放弃“生存”或进步的欲望，要学鲛鱼，努力“活着”，并且活好

□ 程 刚

美国加利福尼亚州有一个湖泊，这个湖与众不同，由于靠近火山，火山频繁活动，湖水温度长年保持在60摄氏度左右。按理说，这种温度下鱼儿无法生存，但湖里却有一种热水鲤鱼生活的非常好，为什么这种鱼能在如此高温的湖里生存呢？原来，这是长时间适应和进化的结果，热水鲤鱼渐渐适应了高温环境。然而一年冬季，骤寒的天气使湖泊首次出现了结冰现象，湖水温度骤变，结果，造成了这个湖里热水鲤鱼死亡。热水鲤经过长时间适应后，能很好地生活在热水里，但当水温突然下降以后，却无法适应而死亡，这不得不让我们叹息。

大自然总是这样奇特。秘鲁高山上有一种鲛鱼，这种鱼专门在冷水湖里活动，经测算，它能够在3度至6度的水温中很好地生活。鲛鱼生活的高山地带，每年7月份，总会在某一天突然袭来一股暖湿气流。不到一个月的时间里，在这股暖流的刺激下，湖水温度骤然升高。但令人称奇的是，鲛鱼并不像热水鲤那样突然大片死亡，只见它们拼命地游向水底，找到阴暗的岩洞躲着，并尽量减少活动。尽管这里的温度也有所升高，但基本还是保持着一种冷水的状态，就这样，鲛鱼通过自己顽强的生存，最终挨过了这股暖流刺激，当水温渐渐恢复的时候，鲛鱼又会回到原来的状态。

热水鲤和鲛鱼都经过了漫长的适应过程，最终能够在各自的环境里生存。但当环境突然改变时，它们的抵抗力却截然不同。生活中、职场上，我们长期习惯的生活或职场环境也可能骤然发生改变，我们不能因为不适应而放弃“生存”或进步的欲望，要学鲛鱼，努力“活着”，并且活好。请记住，你所努力的，正是你所要的。



## 这种秀，多多益善

□ 李甘林

长沙市政协委员陈树坐公交车忘记投币，下车后跑一公里追上后补交2元钱的事在网上炒得沸沸扬扬。有人点赞“诚信值得表扬”，但也有不少网友质疑他作秀。我觉得，只要能提升和增强人们的道德意识，规则意识，诚信意识，即便被人看做是作秀，甚至被质疑，那也无妨，且多多益善。不是吗？如果你想这么作秀，欢迎。

## 火眼金睛看养生

以后遇到养生贴，得先问自己几个问题

□ 徐 行

近日，北京地区网站联合辟谣平台与百度知道联合发布了《2014年十大生活谣言》，其中“白皮鸡蛋更有营养”、“木耳猪血等是清肺食物”、“自来水中的氯可致癌”按网络搜索次数位列谣言传播前三名，搜索人次依次为1096万、829万和650万。其余7条分别是“自来水中的氯加热可致癌”、“秋葵能治糖尿病”、“豆芽含激素可致癌”、“喝富氧水能补氧”、“水果酵素排毒养颜”、“湿纸巾有毒”、“手机辐射烫伤皮肤”。

无独有偶。在此前由北京市科学技术协会等单位共同发布的2014十大“科学”流言榜中，有关健康的就占了九条。

谁的微信朋友圈里，没有几条健康养生贴？比如“蜂蜜的十个令人震惊的真相”、“生姜堪比还魂药，可惜99%的人只当佐料”、“千

## 给生命留条通道

在行走的路上，给生命留一条希望的通道

□ 王颖君

我第一次对“素质”这个词有深刻体会是在2013年的夏天。那时我正坐在曼谷的一辆出租车里，被堵在长长的街道上。作为泰国的首都，曼谷不可避免成为“堵城”。区区十公里的路，愣是开了一个小时才抵达目的地。而在路途中，后方有一辆鸣笛的救护车驶来，霎时间堵成排的私家车、出租车，全都依次尽可能地往路边停靠，即便是对面方向的车道，也自觉让道，为救护车让出了一条通行道路。直到鸣笛声渐渐远去，所有让道的车辆才又回到原来位置，继续排队等待前方的红灯。

那一刻，我震惊大过所有，而随后又化为感动，缠绕在心头久久无法散去。曾经也听说过一些新闻报道，一些乘坐救护车的急

万别吃XX了，我是认真的！”、“一位蜂农的忠告：珍惜生命远离草莓！”、“酸性体质是百病之源”等。形形色色的养生贴，标题吸睛、图文并茂，有贴心提示，有内幕揭露，更有当头棒喝，可谓是吃喝拉撒睡，处处可养生。如此简便易行又经济的养生知识，似乎不转发分享一下，都对不起朋友们。有网友戏称，朋友圈中最流行两种“鸡汤”，一种是“心灵鸡汤”，一种是“养生鸡汤”。

中山大学传播与设计学院和微信曾合作发布一份调研数据，在2014年11月3日至20日期间，被微信用户举报为“诈骗和虚假信息”最多的255篇公众号文章中，65%都围绕着人身安全、食品安全和疾病养生这三大主题，许多生活健康类谣言中包含“毁容”、“有毒”、“致癌”等词，使人们出于自我保护和保护亲友的心理，扩散谣言。

各种看似科学的养生谣言，你跟没跟？别不好意思，反正我跟过，还不止一次。比如雾霾天里，会特意多吃猪血和木耳；又比如，听说指甲上月牙是健康“晴雨表”，我曾因为指甲上一个月牙也而无而深深担忧健康状况。

健康养生类谣言为什么容易传播？从笔者个人的经历来看，利益相关和信息不明是主要

原因。奥尔波特曾在《谣言心理学》一书中提出谣言发生的两个特点：一是谣言通常围绕人们比较关心的问题、涉及切身利益的重要问题发生；二是来自正式渠道的有证据的信息不足、状况的暧昧性增加，会推动人们通过“小道消息”来寻求信息。谣言在传播变异中，会经历简化、强化和同化的过程。

一方面，随着生活水平的提高，人们对健康饮食日益关注，不断出现的食品安全问题又放大了这种焦虑。许多年轻人由于工作压力大，身体处于亚健康状态，对养生知识的需求越来越多。另一方面，中国传统上有药食同源的观念，提倡“治未病”，大多数普通人健康素养不足，对养生知识缺乏基本的判断，抱有“宁可信其有”的心态。各种“标题党”的养生贴迎合了人们快餐式的阅读心理，微信等新媒体的熟人传播方式，更使得谣言易发难辟。

绿豆走了有茄子，养生谣言层出不穷，我们只能以不变应万变。健康的人生，来自健康的生活方式和良好的心态。以后遇到养生贴，得先问自己几个问题，来源可靠吗？真的合理吗？是不是促销卖东西的？而加强对养生理念和医药常识的普及，提高科学素养，才是长久之道。

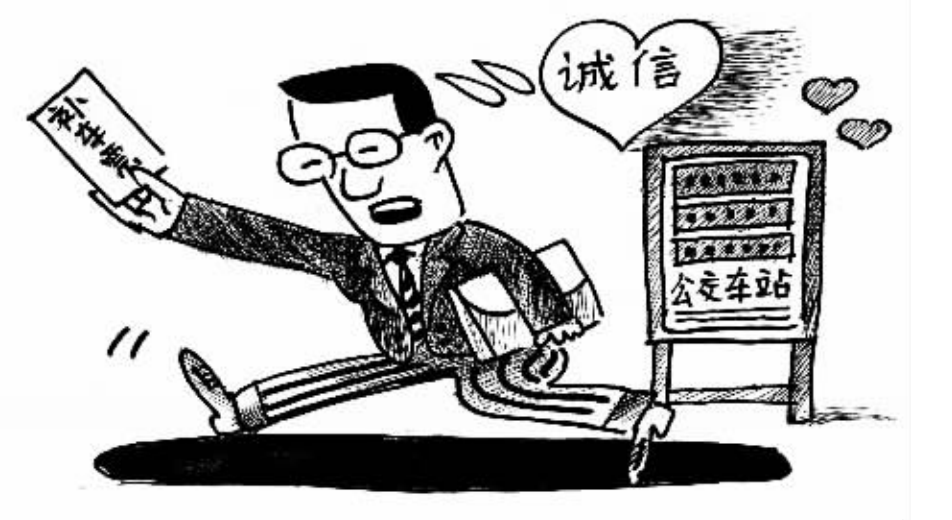
救患者由于被堵在路上而错过最佳抢救时间，最终不幸罹难。当时的我只是感慨交通的拥挤与繁忙，却未曾想过是否有那种可能——所有人尽全力为生命留下一条希望的通道。直到那一刹那我才明白，原来礼让与车或人的多少没有关系。即便马路再堵人群再拥挤，若是能有序相让，空出一条通道，也并不是一件多么困难的事情。而唯一能困住现状的，只是每个人心中的想法。殊不知，这或自私或无私的举动，可以葬送又或挽回多少鲜活的生命。

2014年的夏天，我去了美国。那里的高速公路有许多盘绕在山间、有不少横跨原野，有的公路车流量较多，修成多道，也有不少只有两道通行。而不管通道多少，美国人开车都遵循着左道超车，超车完毕便回归右道的原则。因此，在正常情况下，左道属于较为自由的状态，若是前方一旦出现问题，需要警车及救护车急速赶来，左道便是这样一条给生命留下的通道。相比之下，我所生活城市的许多持证驾驶员，行驶在高速上时，通常是哪道空就开哪道，想从哪边超车就从哪边超车。这样的高速行车，其实危险

至极却鲜有人知晓。因为许多驾驶员从未听说过这样的规则——大多数司机在考取驾照时，教练只教会他们通过考试的技巧，很少会告诉他们这些道理。这样一来，发生交通事故的频率增加不说，一旦发生了危险事故，整片道路立刻瘫痪，警车、救护车、消防车都被堵在老远开外，无法在最短的时间内到达现场。殊不知，对于伤者来说，这堵塞着的一分一秒都是决定生死的关键。

细细想来，似乎从小到大，我们都没有、或者是很少系统地接受过类似的教育。乘坐自动扶梯应该单排靠右站立，以给赶时间的人留出左边的行走空间；当后方鸣笛，有紧急车辆需要通行时，自觉地以最快的速度靠右停车，给他人争取宝贵时间等等。拥挤，其实对于大多数国家来说，都是不可避免的。只是，若人们都能接受最普遍的礼让教育，便不会有在出口处想进去的人群与想出来的人群猛烈冲撞，也便能够避免这样的悲剧在美好的跨年之夜吞噬三十多条生命。

在行走的路上，给生命留一条希望的通道吧。为他人，也许有一天，是为你自己。



许滔/绘



冷眼



语思