

2006年技术指导关于网站炒作的六种方式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/65/2021\\_2022\\_2006\\_E5\\_B9\\_B4\\_E6\\_8A\\_80\\_c40\\_65045.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E6_8A_80_c40_65045.htm)

如果有人问天上能掉下馅饼，不会有谁相信，但对于目前的中国互联网，许多人却相信什么都能掉下来，因为现在互联网中的"免费午餐"比比皆是。从年初 classover 的注册送苹果到搜狐送"可爱多"冰淇淋，从8d8d送手机到雅宝送汽车，从绿色通道的免费"江南游"到携程网的名模同游，从甲A竞猜到投资赢家的黑马竞猜，各大网站为吸引注意力可谓是八仙过海，各显神通。虽然各种有奖活动的目的说到底无非是宣传网站，吸引注意力，但各种活动不管是操作方式还是活动效果都有很大的区别。笔者在此将它们分为六类，分别述之。

一、哗众取宠型"哗众"即引起众人的注意，"取宠"则是哗众的目的，即变成众人宠爱的对象。这种类型的有奖活动是所有活动中数量最多也是最容易被复制的，同时也是水平最低的。哗众取宠型有奖活动数量众多，举不胜举，它或者以别出心裁的创意取胜，如classover送苹果，或者以数额巨大的奖品吸引网民的目光，如雅宝送汽车、ChinaRen奖房子等。对于网民来说参加这种活动只要有热情就行，不需要太多的技术。正因为这种活动的简单和易操作性，因此比较容易吸引网民参加。据说在classover送苹果活动中，一位学生网民最多曾得到一筐苹果。不过，参加这种活动的人一般只是为活动而注册，至于活动结束后是不是重新上这个网站就不一定了。因此，举办这种类型活动的网站除了提高一时的知名度和带水分的注册用户量外，效果并不会如宣传的那样好。尤其是第二种方案，由于包含不正当

竞争因素，往往不了了之，容易招来网民的抱怨，反而弄得事与愿违。例如ChinaRen的奖房子活动就曾经因为违反了《反不正当竞争法》而被工商部门勒令停止，成为轰动一时的事件，这倒是组织者始料不及的。

二、长线钓鱼型长线钓鱼，就是放长线钓大鱼，这是被大多数论坛采用的一种方法。举办这种类型活动的网站往往以某种递增的好处为诱饵，吸引网民长期到自己的网站。这种类型的活动最常用的方法是给网民计分，如投资赢家的天下第一楼通过积分制给每一位在论坛里发帖子的网民计分，依据积分的多少将网民分成茶客、嘉宾、贵宾等级别，而不同级别的网民可以享受网站提供的各种不同服务。这种方法利用人的心理特点，将网民长期吸引到自己的网站上来，为网站创造相对稳定的用户量，并且能将具有相同兴趣的人集合在一起。而对于网民来说，获得分数不仅仅是为了最后的奖品，更重要的是在同类参加活动的人中证明自己的价值，获得一种成就感，这也是目前许多BBS人气甚旺的重要原因。还有一些属于这一类型的专业网站则结合专业特点改变一下计分形式，如携程旅游网以计里程的形式来奖励网民，当然这只是换汤不换药而已。从某种意义上说，联众游戏也属于这一类型。

三、买一送一型顾名思义中国站长资讯网，买一送一就是在电子商务中有奖销售，顾客在网站购买一定数量的商品后，网站返还一定数量的购物券。以东方网景的eastshop为例，顾客只要在网上商城中买任何一种商品，就可以得到等量价值的“网元”，并获赠大量的免费上网时间。顾客在此不仅可以像在传统商场中用购物券一样使用“网元”，还可以用免费上网时间在互联网上徜徉。这种类型的有奖活动大多由BtoC网站开展，与传统的促

销活动没有本质的区别。四、市场测试型市场测试型是网络有奖活动中开展较少也比较有特色的一种。所谓市场测试即通过有奖活动来测试某一项目的市场前景或市场潜力的活动。如绿色通道前段时间举办的五一"免费江南游",网站举办这次活动的目的就是为了测试网络旅游(即旅游电子商务)在中国的市场前景,探索网络旅游的解决方案。为达到这一目的,他们在网上进行了一次完整的网络旅游操作,唯一的区别是这次的活动可以免费参加。通过网民的反应和事后对活动的总结来分析中国旅游电子商务的市场潜力、网络旅游的优势以及适合中国国情的旅游电子商务解决方案。可以说,活动的参加者既是幸运儿也是试验品。当然这种类型不仅能进行市场测试而且也能大大提高网站的知名度,不过,通过这种免费活动测试出的结论到底有多大的可信度是值得讨论的。100Test 下载频道开通,各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)