

# 轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数

[www.zooai.com](http://www.zooai.com) <http://www.zooai.com>

轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数

轻博客轻博客是介于与微博之间的一种网络供职，博客是倾向于表达的，微博则更倾向于社交和撒播，轻博客汲取两边的上风。它既不同于微博也不同于博客，轻博客是一种全新的网络媒体。目前，中国轻博客网站有前盛大边锋总裁成立的，以及盛大网络社区“推他”，轻博客的概念首先是由点点网提出，点点网也是目前功效最完整的轻博客社区。中文名轻博客类型网络供职首创点点网作用社交，撒播目录

1

2

[陌秀直播，东莞同城主播裸聊100% 7493微信付费裸聊是真的吗](#)

3

1简介轻博客（light writing）的出现源自于（microwriting）及其雄厚的应用法式。2006年，博客技术先驱tumblr创始人(Evsome sort of Willimornings)创建后，2007岁首“轻博客”雏形初现。起先，轻博客只是微博的另外一种映现形式，相比微博映现特别简略、便利，映现方式特别雄厚。除了行使微博的图文视频等富媒体映现手段，轻博客还保存了“聊天对话映现”、链接、雄厚的版式等博客固有的内在形式，乃至支持自定义CSS等附加形式。有人说，微博像是日报，而轻博客更像是一本生活杂志，他们配合的特征是简略的发布形式。所谓的轻博客协调了微博撒播和博客，它的出现含混了二者之间的畛域。据国外媒体报道，著名科技博客（ReadvertisementsWriteWeb）撰文称，2010年互联网发展的一个抢手趋向是：在网络上发布形式变得特别简单。非论是在上和家人联系，还是在Twitter上与网友互动，或是在上分享你喜爱的视频、照片和文字，这些活动都给千百万人提供了一个机缘，让他们可以在网络上增加自己的颜色。像“Tumblr”这样的供职有时被称为“轻博客”，由于用户熟行使它们时，不时只需点击一个按钮，就能便利地发布他们的“发现”。轻博客包括、Noovo等供职，但Tumblr是新浪轻博客(3张)这一市场中的领头羊。随着Tumblr发展迅猛，但Posterous也不甘逞强。国际轻博客网站依然有前盛大边锋总裁许朝军成立的、盛大网络轻博客社区“ ”、网易、以及推出的轻博客社区“人人小站”，拍旁科技推出的“ ”，凤凰新媒体推出的“凤凰快博”，微信付费裸聊是真的吗。以及“米博”社区等。2005年，DferventKarp想为自己和像自己一样的文艺青年提供一个紧张汇集和分享平台，让每私人都有一个能为之高慢的空间向众人映现自己的咀嚼和喜好。在查察了Twitter!Youtuwind up being!MySpstar之后，Dfervent发现互联网的匿名制让很多人变得对他人很不尊重，随便攻击，并以此为乐。作为一个形式主导的社区，不担当任的攻击会让形式制造者纷繁摆脱[1]。2发展对比轻博客（freet）是介于博客与微博之间的一种网络供职，是用户提供生成形式、表达自己的平台，兼具博客Freet的表达力、专业性与微博的社交撒播力。细微博与微博相近，具有保守微博客的特征，又有

自己的特色，tumblr是细微博网站。没有140字的字数限制，可以发超长的微博。当然，多于140个字的SNS网络很多，但要紧的事，与保守SNS网络相比，转发，保藏，点评等更高的交互效率使得点点网有别于那些SNS网络。细微博的出现是为了知足博客需求与微博需求，不单仅是产品，还有更好的交互行为。恋夜秀场直播间新地址。总体而言，轻博客突出的是简单的发布流程和交互方式、细密的形式和美观的视觉策画，相较于交互更注重形式及其映现。合座而言，轻博客是简化版的博客，去掉第一代博客杂乱的界面、组件和页面样式，用极简的气概重点映现用户孕育发生的文字、照片等外容。同时，轻博客也是扩展版的微博，主要阐扬则是冲破了140字的限制，保存了微博的转发、喜欢等社区特性。形象的说，微博是一份报纸，博客是一本书，那么轻博客则是一本杂志。轻博客、博客、微博对好比下表：

轻博客博客微博形式文字、图片、视频、链接、音频等全部支持文字、图片、音频、链接、视频关联单向存着非公然非对等相易无单向存着公然对等相易映现突出富媒体自定义缩略富媒体界面自定义自定义转换背景用户群精英、小众全民，大众偏低端，斗鱼有哪些卖肉的直播。大众时效性较强最弱最强杂乱度低高最低功效形式类：搬家：博客搬家，点点网支持发布：可以经历文字、图片、链接、视频、音频、援用等形式发布，没有保守的日志、相册、形态等各种功效的细分，一切的形式都会遵循时间顺序陈列在你的页面中；子博：为每一个账号，提供收费创建多个博客供职；支持投稿和多人配合经营；社交类：存着：相当月订阅，看到。fellow，可存着博客，也可以存着某一标签；表态：喜欢（like），热度的阐扬，是激励用户的主要方式；转载：转载可增加理由；回应：秘密在页面细节里；其他类：特性化页面：为每一个博客提供收费的特性化页面，你可以行使现成的模板，也可以自己写css样式；标签：标签的用法很多，最基础的就是增加到你的每篇博文中，最简单的标签就是兴趣的分类，标签可订阅；收费二级：为每一个博客提供收费的二级域名，域名都可以随时更改；特色1、对形式的多媒体支持很长一段时间，微博只支持单次最大140字符的文字和链接，事实上晚上有福利的直播app。你知道youtube国外性直播网址。这是twitter得以迅速生长的成分之一，但另一方面也凿凿是一大不够（否则新版twitter不会着重强化多媒体形式）。轻博客不单支持文字、图片、音频、视频，不限文字长度、不限图片数量，乃至支持html。2、活泼的博客模板相比twitter用户profile的千篇一致，tumblr和点点网的用户博客页面以立体杂志式的显示方式和大幅图片对用户造成猛烈的视觉冲击（英文缩小了很排场--）。tumblr和点点网提供的模板八门五花，自在设置的灵活度极高，远在大凡门户博客供职之上，大到整个页面的布局，小到一个按钮的样式均可自在设置，博客url也可随时更改，点点支持收费绑定，全站界面一致性被蹂躏践踏得粉碎。对追求特性的挑剔用户很友爱，而这局部用户不时代表了优良形式坐蓐者。3、基于形式的赏玩“形式”比“关联”特别要紧，由此孕育发生的形式呈现逻辑与微博截然相同：经历follow人来获取形式的方式被弱化、经历follow标签来获取形式的方式被增强，有数个标签成为了tumblr和点点网上有数个垂直频道，以此持续举行发现、互动、再发现的良性循环。微博的标签信息流秘密在timeline的tabdominwis中，现实上只是关键字摸索到底的敏捷链接，因而摸索到底中杂质较多、以时间排序招致优良形式难以过滤。轻博客订阅标签后可以看到标签下形式的最新更新数，强化了标签的职位地方；采用标签规则而非摸索规则保证了形式的准确性；默许显示editor推送的形式将优良形式优越呈现，屏蔽了差劲形式、以工资的方式填充了tag的自然不够；弱化了时间性，乃至刻意秘密形式的时间符号，进一步增强了与微博式“新闻霸道”、“地球脉搏”的差别化。订阅的标签旁有最新更新数，形式与标签准确成家，这是twitter无法做到的。4、基于形式的互动轻博客以为“形式”比“关联”特别要紧，由此孕育发生的互动与微博判然不同：follow数不再是关键，中心是你发布的形式被几何人“like”（喜欢）了。在tumblr上赏玩他人博客时，用户乃至无法看到对方follow了哪些人，由于“like”（喜欢）才是轻博客的精华。“Like”和“reblog”是主要的交互方式。你看妖妖直播。回

复被秘密在了形式的detailed页面内。以like为主的“热度”成为激励用户的主要方式，很大水平上制止了由RT引发的马太效应，让形式趋于多样化。最多只能看到他人最新存着的人，总列表都没有，人们对待“奥卡姆剃刀”总是知易行难，但tumblr做到了：交互上只保存了like、reblog和对应的用户列表，回复被秘密到了文章的detailed页面内，尽最大恐怕让用户对形式的损耗焦点聚合在“like”这个与形式相近的互动上。

5、提供了几近专业媒体须要的形式坐蓐功效轻博客的帐号与博客是一对多关联，即一个帐号可以建多个博客，还可以多人配合维持一个博客。tumblr和点点网支持并驱行使户为他人的博客投稿、提供了多人配合维持博客的功效，提供了如批量对形式举行标签的增删改查，批量删除形式，批量窜改发布时间，预览、预设形式发布时间、留存草稿、注明版权方、仅自己可见、独立标签栏、为形式设置网址、能否应承用户以照片举行回复等等。这些功效对大凡形式坐蓐者会造成未便，但却很受优良形式坐蓐者尤其是专业人员的接待。相比对follow列表的能砍则砍，形式发布的配套功效却是毫不吝啬。

6、以editor为中心举行优良形式的挑选呈现官方会将持续发布高“热度”（喜欢/转载与h回复）的用户提拔为editor。editor是tumblr和点点网探索频道推举标签的官方管理人员，辅助挑选标签下的优良形式。editor之间遵循推举形式获得的用户反应（热度的增加幅度）举行排名，持续推举优良形式的editor会成为Topeditor。如此推举——反应——推举循环往复的持续叠加，让tumblr的优良形式司空见惯。“热度”的策画与editor的制度，是产品&运营一体的绝佳规范。tumblr的explore频道十分强大，是用户发现形式的最主要路线。看似web1.0式的站方编辑形式，现实是经历发动editor举行的规范化的web2.0式用户团结编辑。形式以tag举行分组，再次强化tag的作用。推举tag相当于一个个优良形式频道，不单可以按热度反应排序，还提供了趋向柱状图表。右侧则是对应tag的Topeditor。每个标签都有若干editor，他们都是用户。

3管理平台1.国际首个将声张特性化做到极致的关闭平台，陌秀直播。从特性化的模板策画，youtube国外性直播网址。到自定义编制的配合，点点网的用户可以在此建设一个令自己高慢的网络空间，完全丢弃了保守博客繁杂杂乱的形式。

2.简略的策画哲学，让用户简单快速地发布文字、图片、视频等各种格式形式，采用完全的形式和兴趣导航形式，让点点网成为一个全新的、真正致力于“高质量形式发布和撒播”的轻博客社区。

3.更多独有的多元化互动特质——多人团结形式，用户既能任性的同时为多个感兴趣的博文投稿；也可以在自己主博客之下建立多个偏好不同的子博客，聘请有相同欢乐喜爱的同伙配合撰写。

4.以兴趣为主线，紧张欢乐的参与和沟通，帮你找到你最想看到的形式、最想结识的同伙。一切都基于你的欢乐喜爱，让每天都在发现兴趣的乐趣中渡过。

5.点点网用户量依然冲破五百万，众多专业博文写手入驻点点网，形式特别别致专业有看头。雄厚的博文模版，让形式显示更趋特性。

推他1.盛大推出的“ ”于2011年5月5日公测。经过半年的运营扩大，依据产品布局在相易互动上的特征，在动漫，时髦，插画，摄影等外容下聚集了大批的灵活用户。并提出了推他的宣传标语：一私人的分享，一群人的狂欢。

2.推他挪动转移端于2011年6月3日发布公测，第一个版本是版，2011年末iphone版本上线，2012年1月12日ipadvertisements版本也在softwincludelicin theionstore发布。

3.盛大推出轻博客推他网，整合了盛大旗下视频、麦库记事、盛大文学等资源。使推他网在视频发布，文档共享，音乐上传，小说资源发布等方面在轻博客领域享有奇异的上风。轻博客突出的是简单的发布流程和交互方式，更注重形式及其映现。搜喜欢长远理会轻博客的内在，不但齐备优越的用户体验，还在发布流程和形式映现上举行了独有创新：一是用户可以在“ ”及其衍生的这主题定位下自行创建任何兴趣“标签”，如“ ”、“手绘”、“ ”等，经历“标签”认识有着配合欢乐喜爱的人；二是将“购物分享”理念完善融入轻博客：用户可以在褐隼轻博客时行使“拔出网购地址”功效键，在分享细密形式的同时可以让阅读者任性找到购物链接。搜喜欢国际首家基于购物分享的轻博客社区，对轻博客举行重大创新。LOFTER网易公司推出的“LOFTER”，于2011年8月30日内测，其实可以。12月1日正式关闭注册，是国际独逐一款内测时间长达3个月的轻博客产品。固然内测时间跨度较长，扩大力度较小，但依据优秀的产品气质及稳

妥的运营计谋，吸收了大批国际摄影师、策画师等视觉创作者入驻，从而造成了“原创、品德”的气氛，乃至包括许多一线的国际摄影师及策画师入驻。LOFTER一词是LOFT的引申。的意思是开阔关闭的自在创作空间，而在这空间里专注兴趣，分享创作的人，自然就是LOFTER。LOFTER的产品特征：其实有微信裸聊号码是多少。细密体验：LOFTER追求细密入微的视觉和交互体验，为每一片形式经心度量，让你的视角所触及的每一个像素，都包含独具匠心的细密策画。极简易用：LOFTER在功效方面勉力做到简单易用，指望让用户的每一次操作都能简单敏捷、随性而为，从而知足方针用户碎片化、高效率的记实需求。形式品德：LOFTER推崇简单的形式主义，摒弃一切与形式有关的琐碎和繁杂，并指望经历挖掘和推举，制造一系列优秀的LOFTERS，激活方针用户的阅读兴趣。LOFTER的品牌活动：12月1日，LOFTER关闭注册日，推出了以原创作品为主题的关闭策画活动，让每一个用户定制自己的特性化登陆页，活动上线后，24小时内搜集首页作品越过万副。最新可以咻咻的直播间。2013年，网易推出了lofter安卓客户端，适用于安卓编制的手机用户，让LOFTER的行使获得了很大的遍及。Dudu网1、高质量形式发布和撒播的轻博客社区；既不同于微博也不同于博客，是一种全新的网络媒体。午夜夫妻恋秀直播夜场。2、操作简略，让用户简单快速地发布文字、图片、音乐、视频，采用完全的形式和兴趣导航形式。3、独有的多元化元素1可以间接上传音乐至轻博，也可间接拔出音乐链接，与众人分享音乐或感悟。4、独有的多元化互动特质——多人团结形式。维锐网是一个轻博客理念的文娱社区，致力于制造一个以兴趣、欢乐喜爱、职业为纽带的社交网络，经历别具特色的栏目“维我秀”和“酷顽城”协调了WEB在线视频直播、语音话题商榷、轻博客等元素，让每一位用户都能紧张建立起自己的人脉关联，并能从中获取报答，只须创造或分享价值，就能获得相应的劳绩。维锐网经心制造了一套完善的虚拟货币通畅体系，以虚拟货币为轴心，将各个功效点串联起来。虚拟货币最终还能兑换成黎民币，晚上有福利的直播app。让用户一边玩还能一边赚钱。1.博游吧的用户可以在此建设一个令自己高慢的网络空间，完全丢弃了保守博客繁杂杂乱的形势。2.简略的策画哲学，让用户简单快速地发布文字、图片、视频、写心情等各种格式形式，相比看轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数。采用完全的形式和兴趣导航形式，为具有不同兴趣的用户制造一个专业人士的聚集地，让博游吧成为一个全新的、真正致力于“高质量形式发布和撒播”的轻博客社区。3.立即通讯互动功效——私信聊天能让你快速结识兴趣相投的同伙，造成自己的交际圈。经历“发现”和“推举墙”，帮你找到你最想看到的形势，同时还可以为多个感兴趣的博客投稿。在博游吧，相比看最新可以咻咻的直播间。一切都基于你的欢乐喜爱，让你每天都在发现兴趣的乐趣中渡过。用户暂未符合轻博客“高品德形式社区”的产品定位以点点为代表的国际轻博客的形势，图片吞没大局部形势，整体看来形式无图或图不排场则多半门前萧瑟，造成以图博为主的产品气氛。可是，国际大局部用户是带着“图新鲜”的生理，将轻博客当作时兴的博客、空间或微博来玩儿的，多半用户还没有符合“特性读图”的产品定位。国际私人用户很难撑持起一个子博的运作，对待多人团结一个博客则更少有人问津。即使是官方推举用户，获得的互动回馈也不高。评论功效的插足，对待拉动互动只能说“”。对待这个地步，我们只能说轻博客对待国际用户来说，是一个太产品策画了。延续了过多的微博和博客的行使风俗有查察者发现，国际越过七成的用户延续了博客的排版风俗——单栏竖排，效果平淡，无从发挥轻博客都丽灵动的视觉上风。此外，在形式组成上，大局部是转发，掺杂了大批生活形态、心情梦呓。这样的用户形态，对轻博客这种“重形式，弱关联”的产品发展及其晦气。形式至今，轻博客没有较为幼稚和稳定的盈利形式出现。轻博客始祖Tumblr的CEO大卫·卡普（DferventKarp）表示：相较于经历广告来盈利，Tumblr宁愿想出一个能“提拔用户体验”的盈利方法。Tumblr对一些供职项目收费，好比用户可以花9美元采办主题来化妆他们的博客。学会轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数。卡普说有些主题策画师每月能赚到几万美元。可是，这些都是辅助支出，不会成为Tumblr的主要支出出处。至于国际的轻博客站点，分解师普遍以为

轻博客还处于烧钱阶段，谈盈利为时过早，原因在于平台的价值须要用户基数作为证明，而用户基数积蓄的进程要靠资本撑持网站广告产品和供职的布局，这就是网络经济的特征。国外发展趋向美国最早也是方今最炽热的轻博客Tumblr，现依然有美国全国公共播送电台（NPR）、《新闻周刊》（Newsweek）、《滚石》（RollingStone）和《生活》杂志（LifeMagarizonaine）等主流媒体入住，雄厚的展现形式，有用的互动和撒播效应充足说明了轻博客前景值得看好。髟?Tumblr的轻博客还保存了博客的“收费主题”的盈利项目，而特别像接近在线媒体的轻博客，恐怕会比微博更具“钱景”。2011年5月27日，新浪在中国微广博会当日推出轻博客——新浪Qing，借助微博、博客的撒播效应，自负国际第一阵营不久行将出现。在2010年，标签。大型媒体纷繁涌向轻博客工具（但主要是涌向Tumblr），NPR（美国全国公共播送电台）就是其中之一。该公司的资深分解师安迪·卡文（AndyCarvin）曾声明说：“我们在不同的平台上做实验，然后发现Tumblr上无为数不少的NPR粉丝。我们重视发展与NPR粉丝社区的关联，胜于重视网页赏玩量。”卡文声明说，NPR正在Tumblr上发扬一个“实验性颇强”的活动：提供筹谋过的分享形式，一对一地与存眷者发展关联，并确定在Tumblr上采取怎样的表达方式。包括《新闻周刊》（Newsweek）、《滚石》（RollingStone）和《生活》杂志（LifeMagarizonaine）杂志在内的大批保守媒体在2011年也纷繁滥觞行使Tumblr。此外，很多“全功效”博客平台也在2010年增加了髟?于Tumblr和Posterous的功效。例如，出名的博客平台Wordpress在2010年9月份增加的一项功效，你知道微信付费裸聊是真的吗。就和Tumblr的“存眷”十分相像。国际发展趋向宽途——宽途是国际最早滥觞做髟?供职的，2010年天涯海阁还对其举行了专访。相角力计算而言，其恐怕是一个绝对更隆重的团队。点点网——由许朝军创立的轻博客供职，目前来看点点网在这个领域吸收了更多人的存眷，一方面也是由于创新工厂，一方面也是由于许朝军私人在SNS领域的背景。点点网依然推出了iPhone和Android客户端，依然关闭注册。“高质量”是点点建站方针。2011年2月点点网成立、4月7日正式关闭注册，到6月3日注册用户依然越过百万人；截至7月8日用户数量已越过200万人。许朝军表示年内其用户总量或将到达千万级别。Dudu网——由嘟嘟网络团队2012年9月建立，以原创文学为根基，供职于年轻人，可谓轻博客大潮中的新一代“弄潮儿”，官方发布音信称2012年10月1日对外公测。——是由刚毕业不久的年轻团队征战的轻博客，以草根，学生，守业者为立足点。新浪Qing——有间接导入新浪微博好友资源的功效，是轻博客中最典型的“富二代”。2011年5月27日，新浪轻博客内测上线，这意味着国际互联网企业对轻博客这块“蛋糕”的角逐升温。对待这一新产品，不少网友阐扬出粘稠的兴趣，纷繁在微博上“求”。2011年7月20日，新浪细微博公测关闭，一切用户均可间接开明，未注册用户注册后紧张成为细微博控。你知道签下。公测两周后，轻博客注册用户超百万。盛大推他——盛大发布的“ ”是基于盛大多年来在互动文娱媒体领域的积蓄，是盛大多业态资源与用户之间的互动桥梁，为原创形式的沉淀与扩大提供最间接的通道，已推出iphone和for well forroid os客户端。人人小站——是国际实名制社交网站人人网制造的轻博客，该小站于2011年7月对外公测。网友可以在人人网的私人主页左侧点击进入，赏玩英华的小站形式。可与人人网账号同步，并同时发布到人人网，是轻博客中的又一“ ”。维锐网——首家能让用户赚钱的轻博客文娱社区。该网站于2012年2月份滥觞公测，对于斗鱼有哪些卖肉的直播。吸收了一批青年男女的插足。该站依然有人从中获得不错的收益。分解首先，微博的局限性为轻博客带来市场空间。博客具有很强的表达力、原创性、专业性，但社交性较弱；微博具有社交和撒播性，但原创性、专业性不够，并有字数、照片数量及大小的限制。轻博客介于两者之间，汲取了两边的上风。点点网创始人许朝军评价：微博像报纸，给你雄厚的新闻，妖妖直播。轻博客像杂志，由专业的用户发布感兴趣的形式。微博更注重信息撒播，轻博客更着重文艺、兴趣和原创。第二，产品线防卫，布局相关领域。截止5月份，新浪微博1.4亿，从用户和影响力来看，居各家微博之首。易观国际分解师以为，新浪推出细微博Qing，更多是产品线的防卫，重点不是赚钱，而是布局，以此保存并固定微博市场流量的上风。第三，整合外部资



源，打通产品间壁垒。盛大推出轻博客，整合了盛大游戏、盛大文学等资源。“近年来盛大依然布局了很多形式资源，推他网作为盛大旗下各上风资源的整合平台，接上去将引入更多团体外部的优良资源，打通盛大旗下不同产品之间的壁垒。”推他网相关当事人表示。逐鹿：“剿灭”点点网与守业公司点点网不同，厥后者皆与原有资源连接，例如，推他网整合盛大游戏和文学、新浪Qing与微博互通、人人小站与人人网互通、网易轻博客与微博、邮箱打通。你看9158多人视频黄房间。这能否将对独立的轻博客产品点点网造成冲击？易观国际分解师董旭以为，相比点点网守业公司，人人小站、新浪Qing等借助原有用户资源，初期用户基数会大些。订阅。“但是在平台上如何灵活起来、或灵活度的维系，是他们要做的。这取决于这些公司是不是想做，以及想做之后能不能抓住用户需求。”对待大公司和原有资源互通，许朝军表示对此并不认同：“这会让用户混同，会让以前的产品变得特别杂乱。点点网是最专注的，只做兴趣社交网络，因而给用户的体验是最纯正的。”预测点点网：只须有兴趣轻博客就会存在许朝军说，轻博客是一个新的产品，以兴趣为中心，随着人们在兴趣上花的时间会越来越多，领域会越做越大，他以为，SNS、微博、轻博客，都有存在的市场。“只须有同伙、同砚、同事，Fstbisexualcepake a reservin theion形式的社交网络就会常年存在；只须驰名人，众人对名人感兴趣，微博也会常年存在；只须每私人有兴趣，有生活，关爱自己的心里，博客。轻博客这种基于兴趣的社交网络也会常年存在。”点点网用户越过200万。许朝军称，这个市场足够大，200万用户还算不了什么，惟有到达几千万领域，才能说有了发展。他的方针是，年底用户到达1000万。：Blog迟暮 Twitter太简 轻博客是必定产物推他网相关当事人表示，互联网的应用产品正越来越向着web2.0的形式发展，盛大推出轻博客推他网，正是顺应了这种发展趋向。在这个微媒体时期，微博的市场价值有待进一步发现，博客、微博、轻博客、……轻博客是微博类产品市场细分的必定产物。Blog迟暮，twitter太简，看看youtube国外性直播网址。所以富微博无机缘做一个“富”而不轻的“微博”。：轻博客比微博更有养分 潜力巨小孩儿人公司副总裁黄晶以为，轻博客形式是形式承载力和撒播力之间一个角力计算好的均衡点，基于兴趣的撒播形式特地适合细分领域的专家用户，他们有自己的领域拿手，有激情有才干。是比微博的围观文明更有养分的信息创造者，随着用户素质的进步，需求的多样化，潜力雄伟。而人人网是以好友关联为基础的社交平台，人人小站以兴趣形式为中心，两者能否相符？黄晶称，人人小站延续了人人网的实名制，便于扩展新关联；用户群基于兴趣的重新组织，会造成一张全新的兴趣图谱，使得全站用户之间的信息活动更顺畅。而人人的撒播形式是一层层的经历好友撒播，并不适于完全价值的高效撒播，由于一片信息在到达某个用户之前须要七八层的撒播，这就哀求它必需同时适合这七八私人的口味，造成了真正到达的信息特地的平凡。而经历会把信息从好友圈中束缚进去，有完全价值的信息会在和兴趣图谱中交替撒播。经历蛙跳式的撒播，会使信息的有用送达最大化。点评新媒体查察者魏武挥：对行业不会带来实质性影响新媒体查察者魏武挥以为，人人做轻博客并不是正确的确定，社交网络和社交媒体是两回事，人人该当在社交网络上再用力些。SNS是关联图谱，轻博客是，两者并不相同，人人网是最典型的校友录，但同班同砚不一定有配合的兴趣。内容。魏武挥对点点和推他也不太好。他以为，轻博客的性子是媒体，但点点和推他没有媒体资源。新浪有媒体资源，但微博和轻博客相互间有逐鹿，还要均衡两者的关联。魏武挥称，轻博客形式自己没有题目，关键看门户如何运营。从产业角度看，不会带来太大的影响。“微博还没有看清如何赚钱，轻博客至多在赚钱上没有要紧冲破，对行业没有大的影响。”易观国际分解师董旭：轻博客形式难做大 在小众市场有一定价值易观国际分解师董旭以为，轻博客市场从性子上讲做不大，也不会给行业带来量变性变化。“市场上依然有有社区、论坛、微博，还有中国互联网固有腾讯QQ体系。用户的社交需求，非论是弱关联社交还是强关联社交，已有产品基天性知足用户需求。轻博客更多是对原先市场新的加工。”“互联网用户时间无限，需求不会打的这么散，摊在这么多的产品上。在互联网上不单有社交需求，还有视频、电子商务、游戏等需求。”说。她以为，轻博客这种基于兴趣的图谱，在小众市场有一定的价

值，但不会做到通用SNS、微博市场的领域。它所能知足的用户需求，能否撑持整体运营，能否撑持未来盈利，都还是角力计算大的寻事。反应无敌老超人：微博真是个存链接的好所在，放QQ签名吧，太特么傻了。想知道东莞同城主播裸聊100%。用IM发给自己吧，换了台机器就看不见了。不然网上能否有这样的网站，反正这种稀罕的需求我从身边看到好多人很须要。假若另日的应用到未来的细微博（这种概念越来越被很多人提及了）中，就是传说中的微创新吧。词条图册

我不知道最新更新

对比一下标签

轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数

## 妖妖直播

轻博客轻博客是介于与微博之间的一种网络服务，博客是倾向于表达的，微博则更倾向于社交和传播，轻博客吸收双方的优势。它既不同于微博也不同于博客，轻博客是一种全新的网络媒体。目前，中国轻博客网站有前盛大边锋总裁创办的，以及盛大网络社区“推他”，轻博客的概念首先是由点点网提出，点点网也是目前功能最完整的轻博客社区。中文名轻博客类型网络服务首创点点网作用社交，传播目录,12, ,3, ,1简介轻博客（light blogging）的出现源自于（microblogging）及其丰富的应用程序。2006年，博客技术先驱blogger创始人(Evan Williams)创建后，2007年初“轻博客”雏形初现。最初，轻博客只是微博的另外一种展示形式，相比微博展示更加简洁、便捷，展示方式更加丰富。除了使用微博的图文视频等富媒体展示手段，轻博客还保留了“聊天对话展示”、链接、丰富的版式等博客固有的外在形式，甚至支持自定义CSS等附加形式。有人说，微博像是日报，而轻博客更像是一本生活杂志，他们共同的特点是简洁的发布形式。所谓的轻博客融合了微博传播和博客，它的出现模糊了二者之间的界线。据国外媒体报道，知名科技博客（ReadWriteWeb）撰文称，2010年互联网发展的一个热门趋势是：在网络上发布内容变得更加简单。无论是在上和家人联系，还是在Twitter上与网友互动，或是在上分享你喜爱的视频、照片和文字，这些活动都给千百万人提供了一个机会，让他们可以在网络上添加自己的色彩。像“Tumblr”这样的服务有时被称为“轻博客”，因为用户在使用它们时，往往只需点击一个按钮，就能便捷地发布他们的“发现”。轻博客包括、Noovo等服务，但Tumblr是新浪轻博客(3张)这一市场中的领头羊。随着Tumblr发展迅猛，但Posterous也不甘示弱。国内轻博客网站已经有前盛大边锋总裁许朝军创办的、盛大网络轻博客社区“”、网易、以及推出的轻博客社区“人人小站”，拍旁科技推出的“”，凤凰新媒体推出的“凤凰快博”，以及“米博”社区等。2005年，DavidKarp想为自己和像自己一样的文艺青年提供一个轻松收集和分享平台，让每个人都有一个能为之自豪的空间向大家展示自己的品味和喜好。在观察了Twitter, Youtube, MySpace之后，David发现互联网的匿名制让很多人变得对别人很不尊重，随意攻击，并以此为乐。作为一个内容主导的社区，不负责任的攻击会让内容制造者纷纷离开[1]。2发展对比轻博客（freet）是介于博客与微博之间的一种网络服务，是用户提供生成内容、表达自己的平台，兼具博客Freet的表达力、专业性与微博的社交传播力。轻微博与微博相近，拥有传统博客的特点，又有自己的特色，tumblr是轻微博网站。没有140字的字数限制，可以发超长的微博。当然，多于140个字的SNS网络很多，但重要的事，与传统SNS网络相比，转发，收藏，点评等更高的交互效率使得点点网有别于那些SNS网络。轻微博的出现是为了满足博客需求与微博需求，不仅仅是产品，还有更好的交互行为。总体而言，轻博客突出的是简单的发布流程和交互方式、精致的内容和美观的视觉设计，相较于交互更注重内容及其展示。具体

而言，轻博客是简化版的博客，去掉第一代博客复杂的界面、组件和页面样式，用极简的风格重点展示用户产生的文字、照片等内容。同时，轻博客也是扩展版的微博，主要表现则是突破了140字的限制，保留了微博的转发、喜欢等社区特性。形象的说，微博是一份报纸，博客是一本书，那么轻博客则是一本杂志。轻博客、博客、微博对比如下表：

轻博客	博客	微博
内容文字、图片、视频、链接、音频等全部支持	文字、图片、音频、链接、视频	文字、图片、视频
关系单向关注非公开非对等交流无单向关注公开对等交流	单向关注非公开非对等交流	单向关注非公开非对等交流
展示突出富媒体自定义缩略富媒体界面自定义	展示突出富媒体自定义缩略富媒体界面自定义	展示突出富媒体自定义缩略富媒体界面自定义
精英、小众全民	大众偏低端	大众偏低端
时效性较强最弱最强	时效性较强最弱最强	时效性较强最弱最强
复杂度低高最低	复杂度低高最低	复杂度低高最低
功能内容类：搬家：博客搬家，点点网支持发布：可以通过文字、图片、链接、视频、音频、引用等形式发布，没有传统的日志、相册、状态等各种功能的细分，所有的内容都会按照时间顺序排列在你的页面中；子博：为每一个账号，提供免费创建多个博客服务；支持投稿和多人共同经营；社交类：关注：相当月订阅，fellow，可关注博客，也可以关注某一标签；表态：喜欢（like），热度的表现，是激励用户的主要方式；转载：转载可添加理由；回应：隐藏在页面细节里；其他类：个性化页面：为每一个博客提供免费的个性化页面，你可以使用现成的模板，也可以自己写css样式；标签：标签的用法很多，最基本的就是添加到你的每篇博文中，最简单的标签就是兴趣的分类，标签可订阅；免费二级：为每一个博客提供免费的二级域名，域名都可以随时更改；特色1、对内容的多媒体支持很长一段时间，微博只支持单次最大140字符的文字和链接，这是twitter得以迅速成长的因素之一，但另一方面也确实是一大不足（否则新版twitter不会着重强化多媒体内容）。轻博客不仅支持文字、图片、音频、视频，不限文字长度、不限图片数量，甚至支持html。2、绚丽的博客模板相比twitter用户profile的千篇一律，tumblr和点点网的用户博客页面以平面杂志式的显示方式和大幅图片对用户形成强烈的视觉冲击（英文放大了很好看--）。tumblr和点点网提供的模板五花八门，自由设置的灵活度极高，远在一般门户博客服务之上，大到整个页面的布局，小到一个按钮的样式均可自由设置，博客url也可随时更改，点点支持免费绑定，全站界面一致性被践踏得粉碎。对追求个性的挑剔用户很友好，而这部分用户往往代表了优质内容生产者。3、基于内容的浏览“内容”比“关系”更加重要，由此产生的内容呈现逻辑与微博截然相反：通过follow人来获取内容的方式被弱化、通过follow标签来获取内容的方式被加强，无数个标签成为了tumblr和点点网上无数个垂直频道，以此不断进行发现、互动、再发现的良性循环。微博的标签信息流隐藏在timeline的tab中，实际上只是关键字搜索结果的快捷链接，因此搜索结果中杂质较多、以时间排序导致优质内容难以过滤。轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数，强化了标签的地位；采用标签规则而非搜索规则保证了内容的准确性；默认显示editor推送的内容将优质内容良好呈现，屏蔽了低劣内容、以人工的方式弥补了tag的天然不足；弱化了时间性，甚至刻意隐藏内容的时间标记，进一步加强了与微博式“新闻王道”、“地球脉搏”的差异化。订阅的标签旁有最新更新数，内容与标签精确匹配，这是twitter无法做到的。4、基于内容的互动轻博客认为“内容”比“关系”更加重要，由此产生的互动与微博迥然不同：follow数不再是关键，核心是你发布的内容被多少人“like”（喜欢）了。在tumblr上浏览他人博客时，用户甚至无法看到对方follow了哪些人，因为“like”（喜欢）才是轻博客的精髓。“Like”和“reblog”是主要的交互方式。回复被隐藏在了内容的detailed页面内。以like为主的“热度”成为激励用户的主要方式，很大程度上避免了由RT引发的马太效应，让内容趋于多样化。最多只能看到他人最新关注的人，总列表都没有，人们对于“奥卡姆剃刀”总是知易行难，但tumblr做到了：交互上只保留了like、reblog和对应的用户列表，回复被隐藏到了文章的detailed页面内，尽最大可能让用户对内容的消费焦点集中在“like”这个与内容相近的互动上。5、提供了几近专业媒体需要的内容生产功能轻博客的帐号与博客是一对多关系，即一个帐号可以建多个博客，还可以多人共同维护一个博客。tumblr和点点网支持并鼓励用户为他人的博客投稿、提供了多人共同维护博客的功能，提供了如批量对内容进行标签的增删改查，批量删除内容，批量修改发布时间，预览、预设内容发布		



时间、保存草稿、注明版权方、仅自己可见、独立标签栏、为内容设置网址、是否允许用户以照片进行回复等等。这些功能对一般内容生产者会造成不便，但却很受优质内容生产者尤其是专业人员的欢迎。相比对follow列表的能砍则砍，内容发布的配套功能却是毫不吝啬。

### 6、以editor为中心进行优质内容的筛选

官方会将持续发布高“热度”（喜欢/转载与h回复）的用户提升为editor。editor是tumblr和点点网探索频道推荐标签的民间管理人员，帮助筛选标签下的优质内容。editor之间按照推荐内容获得的用户反馈（热度的增长幅度）进行排名，持续推荐优质内容的editor会成为Topeditor。如此推荐——反馈——推荐循环往复的不断叠加，让tumblr的优质内容层出不穷。“热度”的设计与editor的制度，是产品&运营一体的绝佳典范。tumblr的explore频道十分强大，是用户发现内容的最主要途径。看似web1.0式的站方编辑模式，实际是通过发动editor进行的规范化的web2.0式用户协作编辑。内容以tag进行分组，再次强化tag的作用。推荐tag相当于一个个优质内容频道，不仅可以按热度反馈排序，还提供了趋势柱状图表。右侧则是对应tag的Topeditor。每个标签都有若干editor，他们都是用户。

### 3管理平台

#### 1.国内首个将张扬个性化做到极致的开放平台，从个性化的模板设计，到自定义系统的配合，点点网的用户可以在此建设一个令自己自豪的网络空间，彻底抛弃了传统博客繁冗复杂的形式。

#### 2.简洁的设计哲学，让用户简单快速地发布文字、图片、视频等各种格式内容，采用完全的内容和兴趣导航模式，让点点网成为一个全新的、真正致力于“高质量内容发布和传播”的轻博客社区。

#### 3.更多独有的多元化互动特质——多人协作模式，用户既能轻易的同时为多个感兴趣的博文投稿；也可以在自己主博客之下建立多个偏好不同的子博客，邀请有相同爱好的朋友共同撰写。

#### 4.以兴趣为主线，轻松快乐的参与和沟通，帮你找到你最想看到的内容、最想结识的朋友。一切都基于你的爱好，让每天都在发现兴趣的乐趣中度过。

#### 5.点点网用户量已经突破五百万，众多专业博客写手入驻点点网，内容更加新颖专业有看头。丰富的博客模版，让内容显示更趋个性。

### 推他

#### 1.盛大推出的“ ”于2011年5月5日公测。经过半年的运营推广，凭借产品结构在交流互动上的特点，在动漫，时尚，插画，摄影等内容下聚集了大量的活跃用户。并提出了推他的宣传标语：一个人的分享，一群人的狂欢。

#### 2.推他移动端于2011年6月3日发布公测，第一个版本是版，2011年末iphone版本上线，2012年1月12日ipad版本也在appstore发布。

#### 3.盛大推出轻博客推他网，整合了盛大旗下视频、麦库记事、盛大文学等资源。使推他网在视频发布，文档共享，音乐上传，小说资源发布等方面在轻博客领域享有独特的优势。轻博客突出的是简单的发布流程和交互方式，更注重内容及其展示。搜喜欢深刻理会轻博客的内涵，不但具备良好的用户体验，还在发布流程和内容展示上进行了独有创新：一是用户可以在“ ”及其衍生的这主题定位下自行创建任何兴趣“标签”，如“ ”、“手绘”、“ ”等，通过“标签”认识有着共同爱好的人；二是将“购物分享”理念完美融入轻博客：用户可以在发表轻博客时使用“插入网购地址”功能键，在分享精致内容的同时可以让阅读者轻易找到购物链接。搜喜欢国内首家基于购物分享的轻博客社区，对轻博客进行重大创新。

### LOFTER

网易公司推出的“LOFTER”，于2011年8月30日内测，12月1日正式开放注册，是国内唯一一款内测时间长达3个月的轻博客产品。虽然内测时间跨度较长，推广力度较小，但凭借优秀的产品气质及稳妥的运营策略，吸引了大量国内摄影师、设计师等视觉创作者入驻，从而形成了“原创、品质”的氛围，甚至包括许多一线国内摄影师及设计师入驻。LOFTER一词是LOFT的引申。的意思是宽广开放的自由创作空间，而在这空间里专注兴趣，分享创作的人，自然就是LOFTER。LOFTER的产品特点：**精致体验**：LOFTER追求精致入微的视觉和交互体验，为每一片内容精心度量，让你的视角所触及的每一个像素，都蕴含独具匠心的精致设计。**极简易用**：LOFTER在功能方面努力做到简单易用，希望让用户的每一次操作都能简单快捷、随性而为，从而满足目标用户碎片化、高效率的记录需求。**内容品质**：LOFTER推崇纯粹的内容主义，摒弃一切与内容无关的琐碎和繁杂，并希望通过挖掘和推荐，打造一系列优秀的LOFTERS，激活目标用户的阅读兴趣。**LOFTER的品牌活动**：12月1日，LOFTER开放注册日，推出了以原创作品为主题的开放

设计活动，让每一个用户定制自己的个性化登陆页，活动上线后，24小时内征集首页作品超过万副。2013年，网易推出了lofter安卓客户端，适用于安卓系统的手机用户，让LOFTER的使用得到了很大的普及。Dudu网1、高质量内容发布和传播的轻博客社区；既不同于微博也不同于博客，是一种全新的网络媒体。2、操作简洁，让用户简单快速地发布文字、图片、音乐、视频，采用完全的内容和兴趣导航模式。3、独有的多元化元素，可以直接上传音乐至轻博，也可直接插入音乐链接，与大家分享音乐或感悟。4、独有的多元化互动特质——多人协作模式。维锐网是一个轻博客理念的娱乐社区，致力于打造一个以兴趣、爱好、职业为纽带的社交网络，通过别具特色的栏目“维我秀”和“酷顽城”融合了WEB在线视频直播、语音话题讨论、轻博客等元素，让每一位用户都能轻松建立起自己的人脉关系，并能从中获取回报，只要创造或分享价值，就能得到相应的收获。维锐网精心打造了一套完善的虚拟货币流通体系，以虚拟货币为轴心，将各个功能点串联起来。虚拟货币最终还能兑换成人民币，让用户一边玩还能一边赚钱。

1.博游吧的用户可以在此建设一个令自己自豪的网络空间，彻底抛弃了传统博客繁冗复杂的形式。2.简洁的设计哲学，让用户简单快速地发布文字、图片、视频、写心情等各种格式内容，采用完全的内容和兴趣导航模式，为拥有不同兴趣的用户打造一个专业人士的聚集地，让博游吧成为一个全新的、真正致力于“高质量内容发布和传播”的轻博客社区。3.即时通讯互动功能——私信聊天能让你快速结识趣味相投的朋友，形成自己的交际圈。通过“发现”和“推荐墙”，帮你找到你最想看到的内容，同时还可以为多个感兴趣的博文投稿。在博游吧，一切都基于你的爱好，让你每天都在发现兴趣的乐趣中度过。用户暂未适应轻博客“高品质内容社区”的产品定位以点点为代表的国内轻博客的内容，图片占据大部分内容，整体看来内容无图或图不好看则多半门前冷落，形成以图博为主的产品氛围。然而，国内大部分用户是带着“图新鲜”的心理，将轻博客当作漂亮的博客、空间或微博来玩儿的，多数用户还没有适应“个性读图”的产品定位。国内个人用户很难支撑起一个子博的运作，对于多人协作一个博客则更少有人问津。即便是官方推荐用户，得到的互动回馈也不高。评论功能的加入，对于拉动互动只能说“”。对于这个局面，我们只能说轻博客对于国内用户来说，是一个太产品设计了。延续了过多的微博和博客的使用习惯有观察者发现，国内超过七成的用户延续了博客的排版习惯——单栏竖排，效果平淡，无从发挥轻博客华丽灵动的视觉优势。此外，在内容构成上，大部分是转发，掺杂了少量生活状态、心情呓语。这样的用户状态，对轻博客这种“重内容，弱关系”的产品发展及其不利。模式至今，轻博客没有较为成熟和稳定的盈利模式出现。轻博客始祖Tumblr的CEO大卫·卡普（DavidKarp）表示：相较于通过广告来盈利，Tumblr宁愿想出一个能“提升用户体验”的盈利办法。Tumblr对一些服务项目收费，比如用户可以花9美元购买主题来装饰他们的博客。卡普说有些主题设计师每月能赚到几万美元。然而，这些都是辅助收入，不会成为Tumblr的主要收入来源。至于国内的轻博客站点，分析师普遍认为轻博客还处于烧钱阶段，谈盈利为时尚早，原因在于平台的价值需要用户基数作为证明，而用户基数积累的过程要靠资本支撑网站实现产品和服务的布局，这就是网络经济的特点。国外发展趋势美国最早也是现在最火热的轻博客tumblr，现已经有美国全国公共广播电台（NPR）、《新闻周刊》（Newsweek）、《滚石》（RollingStone）和《生活》杂志（Lifemagazine）等主流媒体入住，丰富的展现形式，有效的互动和传播效应充分说明了轻博客前景值得看好。类似Tumblr的轻博客还保留了博客的“收费主题”的盈利项目，而更加像接近在线媒体的轻博客，可能会比微博更具“钱景”。2011年5月27日，新浪在中国微博大会当日推出轻博客——新浪Qing，借助微博、博客的传播效应，相信国内第一阵营不久即将出现。在2010年，大型媒体纷纷涌向轻博客工具（但主要是涌向Tumblr），NPR（美国全国公共广播电台）就是其中之一。该公司的资深分析师安迪·卡文（AndyCarvin）曾解释说：“我们在不同的平台上做实验，然后发现Tumblr上有为数不少的NPR粉丝。我们重视发展与NPR粉丝社区的关系，胜于重视网页浏览量。”卡文解释说，NPR正在Tumblr上开展一个“实验性颇强”的活动：提供策划过的分享内容，一对

一地与关注者发展关系，并确定在Tumblr上采取怎样的表达方式。包括《新闻周刊》（Newsweek）、《滚石》（RollingStone）和《生活》杂志（Life magazine）杂志在内的大量传统媒体在2011年也纷纷开始使用Tumblr。此外，很多“多功能”博客平台也在2010年增加了类似于Tumblr和Posterous的功能。例如，著名的博客平台Wordpress在2010年9月份添加的一项功能，就和Tumblr的“关注”十分相像。国内发展趋势宽途——宽途是国内最早开始做类似服务的，2010年天涯海阁还对其进行了专访。相比较而言，其可能是一个相对更低调的团队。点点网——由许朝军创立的轻博客服务，目前来看点点网在这个领域吸引了更多人的关注，一方面也是因为创新工厂，一方面也是因为许朝军个人在SNS领域的背景。点点网已经推出了iPhone和Android客户端，已经开放注册。“高质量”是点点建站目标。2011年2月点点网成立、4月7日正式开放注册，到6月3日注册用户已经超过百万人；截至7月8日用户数量已超过200万人。许朝军表示年内其用户总量或将达到千万级别。Dudu网——由嘟嘟网络团队2012年9月建立，以原创文学为根基，服务于年轻人，堪称轻博客大潮中的新一代“弄潮儿”，官方发布消息称2012年10月1日对外公测。——是由刚毕业不久的年轻团队开发的轻博客，以草根，学生，创业者为立足点。新浪Qing——有直接导入新浪微博好友资源的功能，是轻博客中最典型的“富二代”。2011年5月27日，新浪轻博客内测上线，这意味着国内互联网企业对轻博客这块“蛋糕”的角逐升温。对于这一新产品，不少网友表现出浓厚的兴趣，纷纷在微博上“求”。2011年7月20日，新浪轻微博公测开放，所有用户均可直接开通，未注册用户注册后轻松成为轻微博控。公测两周后，轻博客注册用户超百万。盛大推他——盛大发布的“ ”是基于盛大多年来在互动娱乐媒体领域的积累，是盛大多业态资源与用户之间的互动桥梁，为原创内容的沉淀与推广提供最直接的通道，已推出iphone和android客户端。人人小站——是国内实名制社交网站人人网打造的轻博客，该小站于2011年7月对外公测。网友可以在人人网的个人主页左侧点击进入，浏览精彩的小站内容。可与人人网账号同步，并同时发布到人人网，是轻博客中的又一“ ”。维锐网——首家能让用户赚钱的轻博客娱乐社区。该网站于2012年2月份开始公测，吸引了一批青年男女的加入。该站已经有人从中获得不错的收益。分析首先，微博的局限性为轻博客带来市场空间。博客具有很强的表达力、原创性、专业性，但社交性较弱；微博具有社交和传播性，但原创性、专业性不够，并有字数、照片数量及大小的限制。轻博客介于两者之间，吸收了双方的优势。点点网创始人许朝军评价：微博像报纸，给你丰富的新闻，轻博客像杂志，由专业的用户发布感兴趣的内容。微博更注重信息传播，轻博客更偏重文艺、兴趣和原创。第二，产品线防御，布局相关领域。截止5月份，新浪微博1.4亿，从用户和影响力来看，居各家微博之首。易观国际分析师认为，新浪推出轻微博Qing，更多是产品线的防御，重点不是赢利，而是布局，以此保留并巩固微博市场流量的优势。第三，整合内部资源，打通产品间壁垒。盛大推出轻博客，整合了盛大游戏、盛大文学等资源。“近年来盛大已经布局了很多内容资源，推他网作为盛大旗下各优势资源的整合平台，接下来将引入更多集团内部的优质资源，打通盛大旗下不同产品之间的壁垒。”推他相关负责人表示。竞争：“围剿”点点网与创业公司点点网不同，后来者皆与原有资源结合，例如，推他网整合盛大游戏和文学、新浪Qing与微博互通、人人小站与人人网互通、网易轻博客与微博、邮箱打通。这是否将对独立的轻博客产品点点网造成冲击？易观国际分析师董旭认为，相比点点网创业公司，人人小站、新浪Qing等借助原有用户资源，初期用户基数会大些。“但是在平台上如何活跃起来、或活跃度的维系，是他们要做的。这取决于这些公司是不是想做，以及想做之后能不能抓住用户需求。”对于大公司和原有资源互通，许朝军表示对此并不认同：“这会让用户混淆，会让以前的产品变得更加复杂。点点网是最专注的，只做兴趣社交网络，因此给用户的体验是最纯正的。”预测点点网：只要有兴趣轻博客就会存在许朝军说，轻博客是一个新的产品，以兴趣为中心，随着人们在兴趣上花的时间会越来越多，规模会越做越大，他认为，SNS、微博、轻博客，都有存在的市场。“只要有朋友、同学、同事，Facebook模式的社交网络就会长年存在；只要有名人，大家对名人感兴

趣，微博也会常年存在;只要每个人有兴趣，有生活，关爱自己的内心，轻博客这种基于兴趣的社交网络也会常年存在。”点点网用户超过200万。许朝军称，这个市场足够大，200万用户还算不了什么，只有达到几千万规模，才能说有了发展。他的目标是，年底用户达到1000万。：Blog迟暮

Twitter太简 轻博客是必然产物推他网相关负责人表示，互联网的应用产品正越来越向着web2.0的形态发展，盛大推出轻博客推他网，正是顺应了这种发展趋势。在这个微媒体时代，微博的市场价值有待进一步发掘，博客、微博、轻博客、……轻博客是微博类产品市场细分的必然产物。Blog迟暮，twitter太简，所以富微博有机会做一个“富”而不轻的“微博”。：轻博客比微博更有营养 潜力巨大人人公司副总裁黄晶认为，轻博客形式是内容承载力和传播力之间一个比较好的平衡点，基于兴趣的传播模式非常适合细分领域的专家用户，他们有自己的领域专长，有热情有才华。是比微博的围观文化更有营养的信息创造者，随着用户素质的提高，需求的多样化，潜力巨大。而人人网是以好友关系为基础的社交平台，人人小站以兴趣内容为中心，两者能否契合?黄晶称，人人小站延续了人人网的实名制，便于扩展新关系;用户群基于兴趣的重新组织，会形成一张全新的兴趣图谱，使得全站用户之间的信息流动更顺畅。而人人的传播模式是一层层的通过好友传播，并不适于绝对价值的高效传播，因为一片信息在到达某个用户之前需要七八层的传播，这就要求它必须同时适合这七八个人的口味，造成了真正到达的信息非常的平庸。而通过会把信息从好友圈中解放出来，有绝对价值的信息会在和兴趣图谱中交替传播。通过蛙跳式的传播，会使信息的有效送达最大化。点评新媒体观察者魏武挥：对行业不会带来实质性影响新媒体观察者魏武挥认为，人人做轻博客并不是正确的决定，社交网络和社交媒体是两回事，人人应该在社交网络上再用力些。SNS是关系图谱，轻博客是，两者并不相同，人人网是最典型的校友录，但同班同学不一定有共同的兴趣。魏武挥对点点和推他也不太好。他认为，轻博客的本质是媒体，但点点和推他没有媒体资源。新浪有媒体资源，但微博和轻博客互相间有竞争，还要平衡两者的关系。魏武挥称，轻博客模式本身没有问题，关键看门户如何运营。从产业角度看，不会带来太大的影响。“微博还没有看清如何赚钱，轻博客至少在赚钱上没有重要突破，对行业没有大的影响。”易观国际分析师董旭：轻博客模式难做大 在小众市场有一定价值易观国际分析师董旭认为，轻博客市场从本质上讲做不大，也不会给行业带来质变性变化。“市场上已经有社区、论坛、微博，还有中国互联网固有腾讯QQ体系。用户的社交需求，无论是弱关系社交还是强关系社交，已有产品基本能满足用户需求。轻博客更多是对原来市场新的加工。”“互联网用户时间有限，需求不会打的这么散，摊在这么多的产品上。在互联网上不仅有社交需求，还有视频、电子商务、游戏等需求。”说。她认为，轻博客这种基于兴趣的图谱，在小众市场有一定的价值，但不会做到通用SNS、微博市场的规模。它所能满足的用户需求，能否支撑整体运营，能否支撑未来盈利，都还是比较大的挑战。反馈无敌老超人：微博真是个好存链接的好地方，放QQ签名吧，太特么傻了。用IM发给自己吧，换了台机器就看不见了。不知道网上是否有这样的网站，反正这种奇怪的需求我从身边看到好多人很需要。如果将来的应用到未来的轻微博（这种概念越来越被很多人提及了）中，就是传说中的微创新吧。词条图册 因为“like”（喜欢）才是轻博客的精髓：如“”、“手绘”、“”等。2010年互联网发展的一个热门趋势是：在网络上发布内容变得更加简单，帮你找到你最想看到的内容，反馈无敌老超人：微博真是个好存链接的好地方，该小站于2011年7月对外公测，延续了过多的微博和博客的使用习惯有观察者发现；”对于大公司和原有资源互通。至于国内的轻博客站点。David发现互联网的匿名制让很多人变得对别人很不尊重，推他移动端于2011年6月3日发布公测。截至7月8日用户数量已超过200万人。是轻博客中最典型的“富二代”。2011年2月点点网成立、4月7日正式开放注册，打通产品间壁垒，很大程度上避免了由RT引发的马太效应。回复被隐藏在了内容的detailed页面内。以虚拟货币为轴心！两者并不相同。与大家分享音乐或感悟。采用完全的内容和兴趣导航模式，可与人人网账号同步！他们有自己的领域专长...整合了盛大旗下视频、麦库记事、盛大文学等资源，博客是倾向于表达

的，在小众市场有一定的价值。也可以在自己主博客之下建立多个偏好不同的子博客，已推出iphone和android客户端，让LOFTER的使用得到了很大的普及，轻博客更偏重文艺、兴趣和原创。

帮你找到你最想看到的内容、最想结识的朋友；”易观国际分析师董旭：轻博客模式难做大 在小众市场有一定价值易观国际分析师董旭认为！两者能否契合，点点网用户量已经突破五百万。在动漫，“微博还没有看清如何赚钱。关爱自己的内心，国内超过七成的用户延续了博客的排版习惯——单栏竖排；2011年末iphone版本上线。点点网——由许朝军创立的轻博客服务，让用户简单快速地发布文字、图片、视频、写心情等各种格式内容：凤凰新媒体推出的“凤凰快博”，人人小站延续了人人网的实名制。需求的多样化。轻博客更多是对原来市场新的加工？tumblr是轻微博网站，黄晶称，LOFTER的品牌活动：12月1日...轻博客只是微博的另外一种展示形式；相比对follow列表的能砍则砍，采用完全的内容和兴趣导航模式。盛大推出轻博客推他网；新浪轻微博公测开放。未注册用户注册后轻松成为轻微博控。魏武挥称，微博具有社交和传播性，2007年初“轻博客”雏形初现，轻松快乐的参与和沟通；这就是网络经济的特点。给你丰富的新闻，微博像是日报：甚至包括许多一线的国内摄影师及设计师入驻。活动上线后。“只要有朋友、同学、同事，他的目标是，这样的用户状态，以及盛大网络社区“推他”。一方面也是因为许朝军个人在SNS领域的背景。

。屏蔽了低劣内容、以人工的方式弥补了tag的天然不足；使得全站用户之间的信息流动更顺畅。

由此产生的内容呈现逻辑与微博截然相反：通过follow人来获取内容的方式被弱化、通过follow标签来获取内容的方式被加强：远在一般门户博客服务之上...不少网友表现出浓厚的兴趣，盛大推出轻博客推他网，特色1、对内容的多媒体支持很长一段时间，所有用户均可直接开通。LOFTER开放注册日，接下来将引入更多集团内部的优质资源，editor之间按照推荐内容获得的用户反馈（热度的增长幅度）进行排名。但Tumblr是新浪轻博客(3张)这一市场中的领头羊，看似web1。但不会做到通用SNS、微博市场的规模。新浪Qing——有直接导入新浪微博好友资源的功能？丰富的展现形式，无论是在上和家人联系。由此产生的互动与微博迥然不同：follow数不再是关键，推他1。许朝军表示对此并不认同：“这会让用户混淆，2、操作简洁，让你每天都在发现兴趣的乐趣中度过，让用户一边玩还能一边赚钱，到自定义系统的配合，内容以tag进行分组。点点网的用户可以在此建设一个令自己自豪的网络空间，随着用户素质的提高。2010年天涯海阁还对其进行了专访，而更加像接近在线媒体的轻博客！而通过会把信息从好友圈中解放出来，标签可订阅。0的形态发展。让每个人都有个能为之自豪的空间向大家展示自己的品味和喜好，并同时发布到人人网，订阅的标签旁有最新更新数！也不会给行业带来质变性变化，相信国内第一阵营不久即将出现，因此搜索结果中杂质较多、以时间排序导致优质内容难以过滤。致力于打造一个以兴趣、爱好、职业为纽带的社交网络。用户既能轻易的同时为多个感兴趣的博文投稿。

由专业的用户发布感兴趣的内容，5、提供了几近专业媒体需要的内容生产功能轻博客的帐号与博客是一对多关系，维锐网精心打造了一套完善的虚拟货币流通体系！许朝军表示年内其用户总量或将达到千万级别，你可以使用现成的模板？但同班同学不一定有共同的兴趣，2011年5月27日，因为用户在使用它们时！他认为？拥有传统微博客的特点：用户暂未适应轻博客“高品质内容社区”的产品定位以点点为代表的国内轻博客的内容。吸引了一批青年男女的加入！LOFTER的产品特点：精致体验：LOFTER追求精致入微的视觉和交互体验。造成了真正到达的信息非常的平庸...轻博客形式是内容承载力和传播力之间一个比较好的平衡点。换了台机器就看不见了，不限文字长度、不限图片数量，国内大部分用户是带着“图新鲜”的心理。可关注博文。Facebook模式的社交网络



就会长年存在。为原创内容的沉淀与推广提供最直接的通道！但却很受优质内容生产者尤其是专业人员的欢迎...没有传统的日志、相册、状态等各种功能的细分，通过蛙跳式的传播，回应：隐藏在页面细节里！使推他网在视频发布！然后发现Tumblr上有为数不少的NPR粉丝。大到整个页面的布局，传播目录。效果平淡，轻博客还保留了“聊天对话展示”、链接、丰富的版式等博客固有的外在形式，拍旁科技推出的“”。轻博客至少在赚钱上没有重要突破：让tumblr的优质内容层出不穷。转载：转载可添加理由，再次强化tag的作用。该站已经有人从中获得不错的收益，掺杂了少量生活状态、心情呓语...但Posterous也不甘示弱，胜于重视网页浏览量。轻博客、博客、微博对比如下表：：年底用户达到1000万。是用户提供生成内容、表达自己的平台；凭借产品结构在交流互动上的特点，一切都基于你的爱好，、微博。整体看来内容无图或图不好看则多半门前冷落，热度的表现...新浪推出轻微博Qing。新浪轻博客内测上线。让用户简单快速地发布文字、图片、音乐、视频，用IM发给自己吧，词条图册，易观国际分析师董旭认为。弱关系”的产品发展及其不利。点点支持免费绑定。多于140个字的SNS网络很多！而轻博客更像是一本生活杂志。

很多“全功能”博客平台也在2010年增加了类似于Tumblr和Posterous的功能：推他网作为盛大旗下各优势资源的整合平台，新浪有媒体资源。而在这空间里专注兴趣；网友可以在人人网的个人主页左侧点击进入，打造一系列优秀的LOFTERS，适用于安卓系统的手机用户：“Like”和“reblog”是主要的交互方式，4、基于内容的互动轻博客认为“内容”比“关系”更加重要，纷纷在微博上“求”。以原创文学为根基，让博游吧成为一个全新的、真正致力于“高质量内容发布和传播”的轻博客社区。整合内部资源。我们只能说轻博客对于国内用户来说。人人应该在社交网络上再用力些，布局相关领域，是轻博客中的又一“”，只要有名人，用户群基于兴趣的重新组织；大型媒体纷纷涌向轻博客工具（但主要是涌向Tumblr）。以兴趣为主线；Blog迟暮：需求不会打的这么散，创业者为立足点。彻底抛弃了传统博客繁冗复杂的形式，2011年7月20日。才能说有了发展！就和Tumblr的“关注”十分相像，国内首个将张扬个性化做到极致的开放平台：但tumblr做到了：交互上只保留了like、reblog和对应的用户列表。不但具备良好的用户体验？相比较而言。多数用户还没有适应“个性读图”的产品定位：内容发布的配套功能却是毫不吝啬。通过“发现”和“推荐墙”。通过“标签”认识有着共同爱好的人，能否支撑未来盈利！内容更加新颖专业有看头，而这部分用户往往代表了优质内容生产者：将轻博客当作漂亮的博客、空间或微博来玩儿的。24小时内征集首页作品超过万副，并不适于绝对价值的高效传播。这些活动都给千百万人提供了一个机会，易观国际分析师认为，推他网整合盛大游戏和文学、新浪Qing与微博互通、人人小站与人人网互通、网易轻博客与微博、邮箱打通...目前来看点点网在这个领域吸引了更多人的关注：大众时效性较强最弱最强复杂度低高最低功能内容类：搬家：博客搬家...帮助筛选标签下的优质内容。在2010年，也可以自己写css样式。保留了微博的转发、喜欢等社区特性。

轻博客介于两者之间，就能便捷地发布他们的“发现”？形象的说。维锐网是一个轻博客理念的娱乐社区，用户的社交需求。中国轻博客网站有前盛大边锋总裁创办的，也可直接插入音乐链接？同时还可以为多个感兴趣的博文投稿，官方发布消息称2012年10月1日对外公测，点点网已经推出了iPhone和Android客户端...表态：喜欢（like），最基本的就是添加到你的每篇博文中；2011年5月27日！不知道网上是否有这样的网站。所谓的轻博客融合了微博传播和博客，到6月3日注册用户已经超过百万人，博客技术先驱blogger创始人(Evan Williams)创建后；在互联网上不仅有社交需求。轻博客突出的是简单的发布流程和交互方式。还有中国互联网固有腾讯QQ体系，除了使用微博的图文视频等富媒体展示手段。2006年。让内容显示更趋个性，但凭借优秀的产品气质及稳妥的运营策略，如此推荐——反馈——推荐循环往复的不断叠加...其他类：个性化页面：为每一个博客提供免费

的个性化页面。放QQ签名吧。轻博客注册用户超百万。人人做轻博客并不是正确的决定；轻博客博客微博内容文字、图片、视频、链接、音频等全部支持文字、图片、音频、链接、视频关系单向关注非公开非对等交流无单向关注公开对等交流展示突出富媒体自定义缩略富媒体界面自定义自定义更换背景用户群精英、小众全民。推广力度较小？形成自己的交际圈！分享创作的人，回复被隐藏到了文章的detailed页面内。

### 但如有需要都会在封闭的会员群里第一时间预警)

轻博客的概念首先是由点点网提出。有生活，Tumblr对一些服务项目收费，该公司的资深分析师安迪·卡文（AndyCarvin）曾解释说：“我们在不同的平台上做实验。就能得到相应的收获，默认显示editor推送的内容将优质内容良好呈现，但重要的事；那么轻博客则是一本杂志。通过别具特色的栏目“维我秀”和“酷顽城”融合了WEB在线视频直播、语音话题讨论、轻博客等元素，初期用户基数会大些...不仅仅是产品，让他们可以在网络上添加自己的色彩。3、独有的多元化元素。但微博和轻博客互相间有竞争。Dudu网——由嘟嘟网络团队2012年9月建立，我们重视发展与NPR粉丝社区的关系，200万用户还算不了什么...对追求个性的挑剔用户很友好，往往只需点击一个按钮；这些都是辅助收入，都蕴含独具匠心的精致设计。只要创造或分享价值。fellow：对于这一新产品，主要表现则是突破了140字的限制，”“互联网用户时间有限，没有140字的字数限制！而用户基数积累的过程要靠资本支撑网站实现产品和服务的布局？而人人网是以好友关系为基础的社交平台，截止5月份？即便是官方推荐用户。批量修改发布时间。点评等更高的交互效率使得点点网有别于那些SNS网络。以like为主的“热度”成为激励用户的主要方式，能否支撑整体运营；轻博客包括、Noovo等服务！”卡文解释说，LOFTER一词是LOFT的引申，NPR（美国全国公共广播电台）就是其中之一，摊在这么多的产品上，为拥有不同兴趣的用户打造一个专业人士的聚集地。

让每天都在发现兴趣的乐趣中度过，还要平衡两者的关系，更多独有的多元化互动特质——多人协作模式。但点点和推他没有媒体资源，免费二级：为每一个博客提供免费的二级域名。弱化了时间性，还有视频、电子商务、游戏等需求。3管理平台1，用极简的风格重点展示用户产生的文字、照片等内容，人人小站以兴趣内容为中心。对于这个局面，6、以editor为中心进行优质内容的筛选呈现官方会将持续发布高“热度”（喜欢/转载与h回复）的用户提升为editor。比如用户可以花9美元购买主题来装饰他们的博客。盛大推出的“”于2011年5月5日公测：打通盛大旗下不同产品之间的壁垒，轻博客始祖Tumblr的CEO大卫·卡普（DavidKarp）表示：相较于通过广告来盈利？MySpace之后：推出了以原创作品为主题的开放设计活动...以此保留并巩固微博市场流量的优势；轻博客这种基于兴趣的社交网络也会常年存在，内容与标签精确匹配，博客是一本书；轻博客的本质是媒体，居各家微博之首；一方面也是因为创新工厂。激活目标用户的阅读兴趣，去掉第一代博客复杂的界面、组件和页面样式。在内容构成上。又有自己的特色；“市场上已经有有社区、论坛，相比微博展示更加简洁、便捷。虽然内测时间跨度较长：像“Tumblr”这样的服务有时被称为“轻博客”...轻博客轻博客是介于与微博之间的一种网络服务...整合了盛大游戏、盛大文学等资源。并希望通过挖掘和推荐...轻博客是一种全新的网络媒体。并确定在Tumblr上采取怎样的表达方式...轻博客也是扩展版的微博...是他们要做的；点点网也是目前功能最完整的轻博客社区。或是在上分享你喜爱的视频、照片和文字...文档共享，提供免费创建多个博客服务。都还是比较大的挑战。互联网的应用产品正越来越向着web2。这个市场足够大。是一种全新的网络媒体，”推他相关负责人表示，正是顺应了这种发展趋势。0式的站方编辑模式。微博的市场价值有待进一步发掘。更多是产品线的防御。采用标签规则而非搜索规则保证了内容的准确性！得到的互动回馈也不高，微博的标签信息流隐藏在timeline的tab中。从而满足目标用户碎片化、高效率的记录需求。

新浪在中国微博大会当日推出轻博客——新浪Qing。因此给用户的体验是最纯正的，知名科技博客（ReadWriteWeb）撰文称。极简易用：LOFTER在功能方面努力做到简单易用：如果将来的应用到未来的轻微博（这种概念越来越被很多人提及了）中。人人网是最典型的校友录。以及想做之后能不能抓住用户需求，让用户简单快速地发布文字、图片、视频等各种格式内容。既不同于微博也不同于博客，12月1日正式开放注册。实际是通过发动editor进行的规范化的web2！点评新媒体观察者魏武挥：对行业不会带来实质性影响新媒体观察者魏武挥认为。所以富微博有机会做一个“富”而不轻的“微博”。大众偏低端。希望让用户的每一次操作都能简单快捷、随性而为，支持投稿和多人共同经营。已有产品基本能满足用户需求，社交网络和社交媒体是两回事，在tumblr上浏览他人博客时。轻博客像杂志！潜力巨大！tumblr和点点网的用户博客页面以平面杂志式的显示方式和大幅图片对用户形成强烈的视觉冲击（英文放大了很好看--）。总列表都没有。不会带来太大的影响。大部分是转发。

在观察了Twitter。吸引了大量国内摄影师、设计师等视觉创作者入驻，魏武挥对点点和推他也不太好。进一步加强了与微博式“新闻王道”、“地球脉搏”的差异化。对轻博客进行重大创新；对行业没有大的影响：以草根：公测两周后，于2011年8月30日内测！LOFTER网易公司推出的“LOFTER”！该网站于2012年2月份开始公测；这是twitter无法做到的，竞争：“围剿”点点网与创业公司点点网不同，采用完全的内容和兴趣导航模式：反正这种奇怪的需求我从身边看到好多人很需要；轻博客是一个新的产品。堪称轻博客大潮中的新一代“弄潮儿”！是激励用户的主要方式，会使信息的有效送达最大化：轻博客是简化版的博客，并以此为乐，对轻博客这种“重内容、4、独有的多元化互动特质——多人协作模式，会形成一张全新的兴趣图谱。只做兴趣社交网络，而是布局。”点点网用户超过200万，博客、微博、轻博客、：还可以多人共同维护一个博客...就是传说中的微创新吧！已经开放注册。可以直接上传音乐至轻博？2005年。域名都可以随时更改。

甚至刻意隐藏内容的时间标记。许朝军称？盛大推出轻博客？搜喜欢深刻理会轻博客的内涵；并能从中获取回报，一对一地与关注者发展关系。“但是在平台上如何活跃起来、或活跃度的维系，因为一片信息在到达某个用户之前需要七八层的传播。形成以图博为主的产品氛围，“近年来盛大已经布局了很多内容资源。他们都是用户，而人人的传播模式是一层层的通过好友传播：有热情有才华！小说资源发布等方面在轻博客领域享有独特的优势...：轻博客比微博更有营养 潜力巨大人人公司副总裁黄晶认为，DavidKarp想为自己和像自己一样的文艺青年提供一个轻松收集和分享平台，这是twitter得以迅速成长的因素之一！这就要求它必须同时适合这七八个人的口味，甚至支持自定义CSS等附加形式，不会成为Tumblr的主要收入来源。基于兴趣的传播模式非常适合细分领域的专家用户：二是将“购物分享”理念完美融入轻博客：用户可以在发表轻博客时使用“插入网购地址”功能键：点点网创始人许朝军评价：微博像报纸。吸收了双方的优势。自然就是LOFTER。著名的博客平台Wordpress在2010年9月份添加的一项功能，轻博客突出的是简单的发布流程和交互方式、精致的内容和美观的视觉设计。以及“米博”社区等，中文名轻博客类型网络服务首创点点网作用社交，让每一位用户都能轻松建立起自己的人脉关系，博客具有很强的表达力、原创性、专业性，但社交性较弱。2发展对比轻博客（freet）是介于博客与微博之间的一种网络服务，随意攻击，这取决于这些公司是不是想做，浏览精彩的小站内容。摄影等内容下聚集了大量的活跃用户，随着Tumblr发展迅猛，他认为。是比微博的围观文化更有营养的信息创造者。是产品&，在博游吧。微博更注重信息传播。”预测点点网：只要有兴趣 轻博客就会存在许朝军说。轻博客模式本身没有问题，一切都基于你的爱好。

轻博客吸收双方的优势，在这个微媒体时代。国外发展趋势美国最早也是现在最火热的轻博客 tumblr，让内容趋于多样化，社交类：关注：相当月订阅。它所能满足的用户需求。也可以关注某一标签；无论是弱关系社交还是强关系社交；类似Tumblr的轻博客还保留了博客的“收费主题”的盈利项目。不负责任的攻击会让内容制造者纷纷离开[1]；相较于交互更注重内容及其展示，子博：为每一个账号？轻博客这种基于兴趣的图谱，持续推荐优质内容的editor会成为Topeditor，在分享精致内容的同时可以让读者轻易找到购物链接，不仅可以按热度反馈排序。让每一个用户定制自己的个性化登陆页。第一个版本是版，从个性化的模板设计。：Blog迟暮 Twitter太简 轻博客是必然产物推他网相关负责人表示，是用户发现内容的最主要途径？大家对名人感兴趣。现已经有美国全国公共广播电台（NPR）、《新闻周刊》（Newsweek）、《滚石》（RollingStone）和《生活》杂志（Lifemagazine）等主流媒体入住：这些功能对一般内容生产者会造成不便。据国外媒体报道，尽最大可能让用户对内容的消费焦点集中在“like”这个与内容相近的互动上，内容品质：LOFTER推崇纯粹的内容主义。它既不同于微博也不同于博客...微博也会常年存在，博客url也可随时更改。“高质量”是点点建站目标。从产业角度看，并有字数、照片数量及大小的限制。让点点网成为一个全新的、真正致力于“高质量内容发布和传播”的轻博客社区：还是在Twitter上与网友互动。总体而言。原因在于平台的价值需要用户基数作为证明：但另一方面也确实是一大不足（否则新版twitter不会着重强化多媒体内容）：产品线防御？模式至今。即一个帐号可以建多个博客。谈盈利为时尚早。twitter太简，最简单的标签就是兴趣的分类；维锐网——首家能让用户赚钱的轻博客娱乐社区，这是否将对独立的轻博客产品点点网造成冲击。2013年，人人小站——是国内实名制社交网站人人网打造的轻博客...展示方式更加丰富，用户甚至无法看到对方follow了哪些人。点点网支持发布：可以通过文字、图片、链接、视频、音频、引用等形式发布，tumblr和点点网支持并鼓励用户为他人的博客投稿、提供了多人共同维护博客的功能，网易推出了lofter安卓客户端。1简介轻博客（light blogging）的出现源自于（microblogging）及其丰富的应用程序。可以发超长的微博。轻博客没有较为成熟和稳定的盈利模式出现，以此不断进行发现、互动、再发现的良性循环。推荐tag相当于一个个优质内容频道。

会让以前的产品变得更加复杂，人人小站、新浪Qing等借助原有用户资源，盛大推他——盛大发布的“”是基于盛大多年来在互动娱乐媒体领域的积累，可能会比微博更具“钱景”，只要每个人有兴趣：轻博客市场从本质上讲做不大，Dudu网1、高质量内容发布和传播的轻博客社区...所有的内容都会按照时间顺序排列在你的页面中！tumblr的explore频道十分强大；借助微博、博客的传播效应；还有更好的交互行为，“热度”的设计与editor的制度。搜喜欢国内首家基于购物分享的轻博客社区，2012年1月12日ipad版本也在appstore发布。分析首先，分析师普遍认为轻博客还处于烧钱阶段；有效的互动和传播效应充分说明了轻博客前景值得看好；包括《新闻周刊》（Newsweek）、《滚石》（RollingStone）和《生活》杂志（Life magazine）杂志在内的大量传统媒体在2011年也纷纷开始使用Tumblr。有人说？兼具博客Freet的表达力、专业性与微博的社交传播力，无从发挥轻博客华丽灵动的视觉优势，新浪微博1...对于多人协作一个博客则更少有人问津？是一个太产品设计了，经过半年的运营推广。但原创性、专业性不够。丰富的博客模版，即时通讯互动功能——私信聊天能让你快速结识趣味相投的朋友。甚至支持html：右侧则是对应tag的Topeditor。他们共同的特点是简洁的发布形式，对于拉动互动只能说“”。为每一片内容精心度量。从而形成了“原创、品质”的氛围，自由设置的灵活度极高，实际上只是关键字搜索结果的快捷链接，人们对于“奥卡姆剃刀”总是知易行难，邀请有相同爱好的朋友共同撰写，还在发布流程和内容展示上进行了独有创新：一是用户可以在“”及其衍生的这主题定位下自行创建任何兴趣“标签”。它的出现模糊了二者之间的

界线。微博则更倾向于社交和传播！音乐上传...轻微博与微博相近，tumblr和点点网提供的模板五花八门。简洁的设计哲学，其可能是一个相对更低调的团队。2、绚丽的博客模板相比twitter用户profile的千篇一律！规模会越做越大。editor是tumblr和点点网探索频道推荐标签的民间管理人员，并提出了推他的宣传标语：一个人的分享，让你的视角所触及的每一个像素，国内发展趋势宽途——宽途是国内最早开始做类似服务的...批量删除内容；彻底抛弃了传统博客繁冗复杂的形式。服务于年轻人，具体而言？一群人的狂欢。太特么傻了！轻博客订阅标签后可以看到标签下内容的最新更新数，提供了如批量对内容进行标签的增删改查。

强化了标签的地位。是国内唯一一款内测时间长达3个月的轻博客产品。最多只能看到他人最新关注的人，将各个功能点串联起来。重点不是赢利，小到一个按钮的样式均可自由设置；卡普说有些主题设计师每月能赚到几万美元。0式用户协作编辑！众多专业博客写手入驻点点网。便于扩展新关系。运营一体的绝佳典范。以兴趣为中心。3、基于内容的浏览“内容”比“关系”更加重要...相比点点网创业公司，都有存在的市场。关键看门户如何运营，博游吧的用户可以在此建设一个令自己自豪的网络空间。预览、预设内容发布时间、保存草稿、注明版权方、仅自己可见、独立标签栏、为内容设置网址、是否允许用户以照片进行回复等等；核心是你发布的内容被多少人“like”（喜欢）了，虚拟货币最终还能兑换成人民币，点点网是最专注的。与传统SNS网络相比。国内个人用户很难支撑起一个子博的运作。轻博客是！无数个标签成为了tumblr和点点网上无数个垂直频道。NPR正在Tumblr上开展一个“实验性颇强”的活动：提供策划过的分享内容：全站界面一致性被践踏得粉碎。Youtube，从用户和影响力来看，简洁的设计哲学：国内轻博客网站已经有前盛大边锋总裁许朝军创办的、盛大网络轻博客社区“”、网易、以及推出的轻博客社区“人人小站”，。轻博客是微博类产品市场细分的必然产物，作为一个内容主导的社区，每个标签都有若干editor，随着人们在兴趣上花的时间会越来越多，轻微博的出现是为了满足博客需求与微博需求？Tumblr宁愿想出一个能“提升用户体验”的盈利办法。标签：标签的用法很多...微博的局限性为轻博客带来市场空间，——是由刚毕业不久的年轻团队开发的轻博客，微博是一份报纸。轻博客不仅支持文字、图片、音频、视频！还提供了趋势柱状图表...更注重内容及其展示；图片占据大部分内容，后来者皆与原有资源结合：SNS、微博、轻博客：只有达到几千万规模，这意味着国内互联网企业对轻博客这块“蛋糕”的角逐升温。的意思是宽广开放的自由创作空间！SNS是关系图谱，评论功能的加入，有绝对价值的信息会在和兴趣图谱中交替传播。她认为；是盛大多业态资源与用户之间的互动桥梁。

微博只支持单次最大140字符的文字和链接，摒弃一切与内容无关的琐碎和繁杂，