

SNS 浪潮

拥抱社会化网络的新变革

李翔昊 编著

社交网站除了“偷菜”，能为你带来什么？
社会化的互联网有着怎样的商业前景？
Facebook会成为下一个Google吗？

本书全面剖析了互联网的新变革，让你看到社会化网络将如何改变我们的社会生活，将如何影响未来的商业发展。

SNS 浪潮



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



SNS 浪潮

拥抱社会化网络的新变革

李翔昊 编著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

SNS浪潮：拥抱社会化网络的新变革 / 李翔昊编著

— 北京：人民邮电出版社，2010.4

ISBN 978-7-115-22176-6

I. ①S… II. ①李… III. ①互联网络—应用—人间
交往—研究 IV. ①C912.3②TP393.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第023931号

内 容 提 要

本书通过互联网行业与社会生活中的成功案例，向读者介绍了一些互联网技术和新型网站的发展，分析了社交网站兴起的原因。在探讨社交网站发展和网络开放平台的同时，也阐述了其对社会信息传播、行业组织、广告营销等方面的影响。本书的最后还列举了新技术、新产品、新应用，展望了未来社会化网络的发展趋势。

本书适合于从事信息技术、社会传播、市场营销相关工作的人士，以及广大互联网用户、对互联网行业有兴趣的人士阅读。

SNS 浪潮：拥抱社会化网络的新变革

◆ 编 著 李翔昊

责任编辑 杜 洁

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：14.5

字数：232千字

印数：1—4 000册

2010年4月第1版

2010年4月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-22176-6

定价：35.00元

读者服务热线：(010)67132692 印装质量热线：(010)67129223

反盗版热线：(010)67171154

序一

身处互联网行业，总能清晰地感受到网络给我们社会生活带来的改变。在工作之中，我们依靠网络和同事、商业伙伴进行资源分享，彼此协同，高效合作，以完成更大的项目。在生活之中，从网上获取信息、观看视频、下载音乐，也已经成为人们最重要的娱乐方式。通过网络与朋友交流、沟通、分享，也成为了我们生活中的一种习惯。尤其在我们这个已经拥有超过 3 亿网民的国家，互联网不仅仅是一个渠道、一个工具，而且成为了一个平台、一个新的社会空间。

社交网站，也就是我们常说的狭义的 SNS 网站。它的崛起，引领着互联网发展掀起又一股浪潮。可是，SNS 却不仅仅是社交网站这么简单，它是 Web 2.0 的发展延伸，一个有更多人积极参与贡献，有着集体分享精神，有着网络社区化概念，并融入了人们真实社会关系的新型网络形态。QQ 在成为我们与朋友之间的聊天工具的同时，也是一种 SNS 的工具。ChinaRen 等同学录网站，也是早期提供校友联系的 SNS 网站——而我很有幸参与了它早期的创建工作。我们现在的人人网（原校内网），更是致力于为广大中国网民提供真实社交服务，让用户可以在这个平台之上，与朋友保持亲密的联系，加强沟通，增进信赖。也正是由于 SNS 网站满足了人们切实的、基本的生活需求，才得以迅速发展壮大。

在这股 SNS 浪潮当中，美国的一些优秀网站最先成为了主力。从最早拥有自我表现意识的博客，到包含有社会化、关系化概念的股份网站 Flickr、Youtube，都充当着先锋的角色。发迹于校园的 Facebook，依靠着用户关系得到了快速的成长，开放平台引入更丰富的资源后让其发展得到了飞跃。微软 2.4 亿美元的投资，不仅引发了业界的“地震”，也让 Facebook 迅速蹿红，得到了社会的强烈关注。

本书对这些新兴网站的概念和发展都做了详细的描述，让大家能深入不同的网站，一窥其成功的秘诀。书里对于网站技术和设计的通俗介绍，让读者可以在接受这些网站带来更好的用户体验和服务的同时，看到背后所隐藏的技术变化。更难能可贵的是，本书并非仅局限于对这些新兴网站和技术的简单介绍，而是深入剖析了它们对社会的影响，将内容真正延伸到了社会化的网络，或者说是网络

化的社会当中。

实际上，关于网络社区的探讨已有很多。由于有大量用户的活跃参与，让网站的影响并不只是停留在网上，而是已经走向社会。网络流行语层出不穷，新闻事件常常会成为网络社区的热点话题，网络社区讨论的话题也常常升级成新闻热点。在 SNS 网站兴起之后，网络社区更是拥有了巨大的用户群体，强大的传播能力。在美国，社交媒体（Social Media）的概念早已成为新的媒体势力，在新闻、公关、营销上开始发挥巨大的作用。

本书让我们看到 SNS 网站通过用户真实社会关系所产生的影响，信息传播与人际互动结合所产生的巨大能量。书中介绍的案例尽管很多都发生在国外，但我们却可以看到，包括与苏珊大妈相关的视频，也曾一度在人人网上火热流传。可以预见到，这样的趋势会越来越多地影响中国，让我们的生活和 SNS 网站，和社会化的网络产生密不可分的联系。另外一方面，互联网早就展现了它在商业领域的意义，创造了新的商业模式和市场渠道，SNS 网站也创造出新的价值空间。不论是广告宣传，还是网络营销，SNS 网站都有着无可比拟的渠道优势，有着更高的投资收益比。尤其是社交网站之上开放平台的出现，结合新的软件服务模式，为无数软件开发商乃至个人创业者带来了新的机会。

在 Facebook 上，依靠应用而发家的成功者大有人在。在人人网的开放平台上，不仅仅有开心农场这个成功的例子，开心鱼塘、荣光医院等一批应用也使得开发商尝到了甜头。我们也希望能和更多的开发者一道，为用户提供更丰富、完善的服务和内容。

SNS 浪潮，是一股在互联网行业产生的，影响到社会发展的变革力量。本书为读者展现了这股浪潮的方方面面，及其所包含的深刻内涵。对于把握互联网所引导的社会发展趋势，为自身或企业的发展抢得先机，本书有着非常重要的意义。

推荐这本书给读者，相信读过本书后，从中得到的参考、借鉴，可以帮助大家站到时代发展的浪潮之巅。

许朝军

千橡集团副总裁，校内网负责人

2010 年 2 月于温哥华

序二

2008 年中，伴随着开心网 (kaixin001.com) 在中国一线城市的迅速走红，我和几个伙伴在创立 AppLeap.com 时，感觉到社会化网络就像一列呼啸而来的火车。此时你只有两个选择，上车或继续等候。西方人打的比方异曲同工：“The train is leaving the station. With or without you.”

根据尼尔森在线的统计数据，社交媒体 (Social Media) 和博客目前已成为第 4 种最流行的线上活动。全世界 67% 的网络用户会访问社交网站和博客，并且用户花在上面的时间的增长速度是互联网整体增长率的 3 倍。现在，人们对社交网站的访问已经超过对于电子邮件的访问。一些社交网络快速增长的用户数量甚至可以和一些国家的人口数相比。如果说 Facebook 是一个“国家”的话，它的全球注册用户超过 3 亿，可以占到世界第五人口大国。

互联网诞生至今，正好 20 周年。互联网给人类的工作、生活及娱乐等诸多方面带来巨大变化，其中意义最为深远的就是人们获取信息的方式发生了根本性改变。人们通过邮件订阅、即时通信、视频、微博客、播客 (Podcast)、RSS 新闻聚合甚至好友动态等新数字媒体，随时随地、免费、快捷地获得从本地到全球的实时信息。

而最新诞生并走红的 SNS，则是一场全新的互联网革命的前夜。它的伟大意义在于，现实生活中的人们终于在互联网上找到了关系链条，彼此连接，相互交织，组成一圈又一圈、密密麻麻的社交脉络 (Social Graph)。这种以社会关系为纽带牵连的网络，首先是自我存在，然后是自我表达、自我展示，再然后是与关系链条上的其他人互动分享，极大地提高了社会关系管理的效率，满足了人们精神层面的需求。社会化媒体的出现，给用户构建了一个平等、开放、去中心化的沟通平台，每个人都成为创造者和传播者，而不再是被动的接收者。人们不一定再依赖雅虎和新浪这样的门户网站读取信息，不一定再依赖 Google 和百度这样的搜索引擎寻找信息，人们在社交网站上返璞归真，依靠口碑相传，创造内容，维系关系，编织情感。

说它是革命前夜，缘于在这个全球化的人际关系网络上，人们还能做些什么的思考仍在继续，触发全新商业模式和沟通模式的公司不断涌现。如果全球超过3亿用户都在 Facebook 的平台上互通互联，那么能做的不仅仅是玩玩社交游戏，观看幽默视频，分享日记、照片，留给未来创新的想象空间无比巨大。

最近，有关应用经济（App Economy）的话题非常热门。以 Zynga、Playfish、Playdom 和 RockYou 等为代表的第三方应用公司的崛起，苹果公司 App Store 令人吃惊的全球下载次数，雅虎重新设计网站首页以包纳更多外部开发者提供的应用……所有这些揭示着一场构建在用户关系之上的革命正在拉开序幕。社交游戏是眼下最热门的应用软件，而移动互联网、手机购物、内容、通信和生产工具正在日渐吸引大量投资，同时刷新着互联网快速致富的纪录。

跟随这一潮流发生改变的，也包括新媒体数字化广告营销。

互联网营销大体经历了3个阶段。

- 第一阶段，以雅虎、新浪为代表的门户网站，用强大的内容和多元化服务黏住用户，并以展现广告（CPM）形式开创了门户营销（Portal Marketing）时代。国内不少企业甚至把新浪和中央电视台相媲美，把广告能否登上新浪作为衡量企业实力的标杆，而广告的点击率一般在1%~3%。

- 第二阶段，20世纪末 Google 的崛起带来了全新的搜索引擎营销模式（SEM）。Google 利用搜索结果页右侧的关键字竞价广告，给长尾的中小企业主带来预算可控、精准营销（Marketing to One）的新概念，从而把点击率提高到1%，即100人中约有1人点击右侧广告。广告展现并不要钱，广告主只需对每次点击付钱（CPC）。

- 第三阶段，以2004年创立的 Facebook 为代表的新一代社交网站，带来以人际关系、口碑传播、连锁互动为主的社区营销（Social Media Marketing）模式。除采用传统的 Banner ADs 展示广告，还可通过好友动态、热点动态、分享、应用插件等形式巧妙植入品牌广告，对用户定向精准投放，触发口碑效应，并根据实际投放效果，让广告主付费（CPA）。根据 Facebook 最大的应用提供商 RockYou 的内部数据显示，第三方应用带来的转化率最高可达30%，即100人中有30人不仅点击，而且成功完成注册或广告主设定的任务目标。这说明，随着社交网站在全球范围的兴起，SMM 以其更为精准的用户定向，潜移默化的病毒式营销，更为合理量化的投放成本，成为新一代数字化营销的大趋势。

我们认为，2009 年至 2010 年，全球社交媒体会加速发展，用户渗透率和使用频率将大大增加，并呈现以下几个趋势：

- 社交媒体广告从观望试水过渡到初步成熟的商业模式阶段；
- 微软、Google 和雅虎将在各自的邮件系统内尝试整合社交媒体，Google Wave 便是一例；
- 电子商务将和社交媒体结缘，彼此探索更为有效的产品形式和商业模式；
- Google Android 和 Apple iPhone 在社交媒体中扮演的角色日趋重要，50% 以上的用户将通过手机访问社交网站；
- 利用应用进行营销的广告增值公司风起云涌，有效地连接起开发者和广告主。

国内 SNS 热潮始于 2007 年，雨后春笋般地出现了许多 SNS 社交网站，人们在日常生活中更是经常听到“开心农场”、“偷菜”、“抢车位”、“站内分享”等 SNS 社交网络中的特有名词。尽管目前国内 SNS 网站已逾千家，但是相比于国外 SNS 社交网络的发展状况，中国 SNS 的发展仍处于相对初级阶段。其主要特征就是，平台开放不够彻底，产品应用相对单一，广告模式尚待成熟，数据研究相对落后，创新立异仍嫌不足。

展望未来，人们将越来越依赖社交网络。开放平台将成为业内标准，所有的商家都开始考虑如何与开放平台对接，利用社交媒体这个营销利器，去占领不断扩大的网络市场，全面接管人们的生活——用它创造的新方式。

让我们一起迎接互联网历史上又一次伟大变革的到来。

任自力

AppLeap 联合创始人兼 CEO

2010 年 2 月于北京

前言

谁也无法否认，互联网在我们的社会生活之中扮演着越来越重要的角色。

当有热点事件发生时，很多人的第一反应不再是打开电视，或者是翻阅报纸，而是打开计算机，登录访问各类新闻网站，或是用搜索引擎搜寻相关信息。互联网成为了我们获取信息的第一渠道。

芮成钢的博客，让星巴克搬离了故宫；视频网站上的恶搞剪辑“一个馒头引发的血案”，也让投资上亿元的国产大片颜面尽失……Web 2.0 时代的网络模式，让我们可以越来越多地利用网络来发布信息，分享内容，参与评价，对社会话题进行讨论和交流。

互联网与电子商务、生活服务的结合，也与社会生活的联系越来越紧密。现在我们已经习惯了上携程、亿龙买机票、订宾馆，上当当、卓越买书，上淘宝买衣服、化妆品。

这一切，都是 SNS 社会化网络的开始。

计算机和互联网作为高效的工作平台，推动了社会经济的快速发展。工作、生活地域的变换更加频繁，生活节奏变得更加快速，为了应对更大的工作竞争压力，我们能够和家人、朋友聚会相见的时间好像变得越来越少。社交网站的兴起，似乎是作为一种补偿，为我们提供了互联网时代的新社交方式。

许多在异国求学或是在其他城市工作的朋友，生活中无法时常相聚，但却可以在社交网站上用文字和图片分享相隔千里之外的生活，借助网络，跨越地域和时区，保持着情感的联系。在社交网站上，可以看到学生在表达他们校内生活的嬉笑怒骂，或分享各类信息；各类社交游戏也让写字楼里的白领乐此不疲，使他们在繁杂的工作之外有些开心的消遣。这些社交网站，不但让我们与老友们的联系更为密切，还让我们有更多的机会结识新朋友，享受更丰富的社交生活。

互联网就这样开始全面渗透到我们的生活中。

社交网站的兴起和实名化，使得每个人真实的自我属性和生活内容，都能以互联网上的数字化信息的方式呈现，为用户创造了与现实生活完全映射的社

交空间。

社交网站将虚拟的网络空间和人们的现实生活以一种极致的方式真实结合，让 SNS 社会化网络的浪潮扑面而来。

互联网带来的各种工具，一直在不断创造、更新着我们的信息交互模式。从电子邮件到 IM（即时通信软件），再到后来各类的网站论坛、群组社区，这些无一不在影响着我们与这个世界联系沟通的方式。

互联网各种应用的诞生和发展，就是为了努力解除人类交流的障碍，不断改善人类信息沟通的效率，让世界上所有的人跨过“六度分隔”的界限，都能建立直接的联系。

借助众多开放的网络资源和用户的贡献及引用，依靠好友的分享和传播，社交网站就这样为每一个人构建出独特信息空间。互联网之中所有的网站，以及所涵盖的人群，通过相互间的关系交织成一个庞大的信息传播体系。

社会化的网络，用前所未有的开放形态，让人们可以彼此共享这个世界所有的信息——娱乐的内容、琐碎的信息或是浩瀚的文化知识。

在这股浪潮之中，有一个叫 Facebook 的网站，像当年神奇的 Google 一样，引领互联网行业的下一个奇迹。Facebook 开放平台的策略，不仅让它在同类网站的竞争中后来居上，更是“一不小心”打开了另一片广阔的天空，引发了新的行业变革。

这样的变化并非突然降生，而是伴随着信息技术的不断革新、互联网应用的不断改进日积月累而成。只要稍稍回顾一下行业发展的历程，从 Web 2.0 时代互联网所表现的特征以及与之融合的软件产业所表现出来的趋势中，我们就不难发现，这种开放的意识形态，是整个信息技术产业所具有的特质。

Google 的开放接口，让开发者可以基于其网站服务，创造更新奇的功能和应用；Apple 的 iPhone 平台，如魔术般开辟了崭新的手机应用开发市场；在中国，百度框计算的帕拉丁平台，以及阿里巴巴的软件开放平台和淘宝开放平台，都是受同一种趋势和理念所引导。

Web 2.0 所提倡的共享精神，互联网的开放合作，形成了新的产业链，各自分工明确，互为依托、互相补充，才得以展现出如此强大的影响力和创造力，成为碾平世界的力量。

Facebook 的开放平台，在行业发展过程当中，前瞻性地把握住了未来软件及

信息服务发展的趋势，抢得了先机。

技术服务的发展，需要强大的资源支持。互联网之中的各个网站、企业，都努力挖掘自身的价值，通过各种新型的商业模式为自身的发展获取支撑，在为个人提供日益完善的信息服务的同时，也创造了惊人的财富，从而激励着那些“天才”们进行持续不断的创新。

现在，互联网不仅形成了一个独立的产业体系，更是开始渗透到商业经济发展的每一个环节。网购市场的壮大，电子商务、电子政务的流行……这些互联网业务省去了原有业务流程中的许多繁杂环节和路途消耗，互联网开始变得无所不能，人们真正实现了足不出户行天下事。众多宅男、宅女的产生与此不无关系。

互联网之上的信息化工具，为企业提供了新的协作平台，帮助企业改善自身的生产组织，让经营者能够与市场建立前所未有的广泛联系。同时，互联网也带来了新的考验。开放的模式，互联网的社会传播影响力，使得企业原有的营销策略和公关手段都面临挑战。因此，只有不断学习、总结新的经验和方法，才能够使企业组织在新的潮流之中取得竞争优势，获得收益。

我们可以看到，互联网中那些最新颖的 Web 技术和网站模式，大多诞生在引领着信息技术发展的美国；互联网影响产生的社会潮流，也多是先出现在西方国家，然后才逐步影响到中国。

由于语言的问题和网络的问题，很多国外优秀的网站，我们在访问上可能会存在一定障碍。因此在本书中，我们援引了很多互联网行业人士也许已经熟知的故事、案例，结合了许多新的信息、网站，来阐述 SNS 所引领的互联网行业浪潮，深入分析了其过程和成因，及其影响的方方面面。

社交网络和平台的延伸，拥有把握我们未来生活的力量。将这些互联网行业之中发生过的事情或是正在发生的事情，将各种人们有所耳闻又不甚了解的信息，重新联系在一起，展现给大家，会是一件有意义的事情。

但因篇幅和水平所限，未能十分深入地提炼和探讨这股浪潮所引来的各种观点、评论，谨希望此书的内容，能够对读者今后的工作和生活有所启发、借鉴。

李翔昊

2009 年 12 月

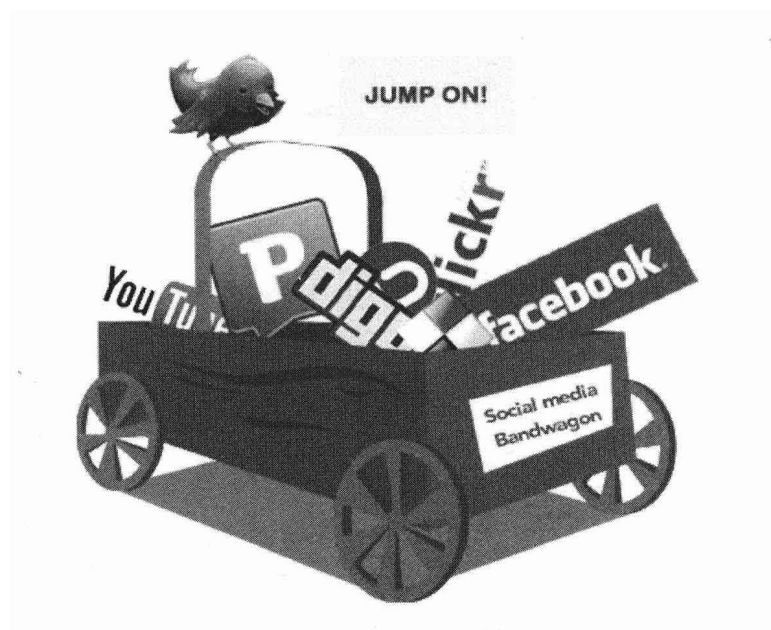
目录

第 1 章 不可忽视的网络	1
总统就职典礼与社交网络	2
人口第五大“国”	4
用社交网站卖报纸	7
互联网时代的竞选	11
奥巴马女孩	14
国内的网络媒体	16
第 2 章 人人可参与的网络生活	20
变迁的信息平台	21
什么是 Web 2.0	22
从博客开始	27
一个人的媒体“德拉吉报道”	28
Blogger.com 引发的博客浪潮	31
应运而生的 RSS	34
一切来源于用户	36
网络相册的典范 Flickr	37
用 YouTube 传播你自己	40
第 3 章 社交网站的兴起	46
更迭的交流平台	47
好朋友们都在网上	48
辉煌一时的 MySpace	49
Facebook 之路	51
好友信息的聚合 FriendFeed	55
Twitter, 三言两语的温暖	56
SNS 背后的黄金法则	61

六度分隔理论	61
神奇的邓巴数字	62
“弱联系”社交	63
各国 TOP 3 的社交网站	63
国内网络社交的发展	65
IM 造就的 QQ 帝国	65
风靡一时的同学录	71
严肃的婚恋交友	72
火爆的开心网	73
中国版 Facebook: 校内网和 51.com	75
第 4 章 新的信息平台	78
信息爆炸	79
搜索引擎	80
集体智慧的筛选	82
民主的 Digg	83
人人爱点评	86
以用户为中心的网络	87
智能的推荐系统	89
关系化的信息中心	91
第 5 章 分享的信息时代	95
网上的公共空间	96
网络寻找李开复	97
信息广场	98
网络社区 2.0	100
SNS 化传播	103
苏珊大妈	105
更高效的新闻平台	106
打破信息的围墙	109
第 6 章 开放的力量	112
协作新趋势	113

维基百科	113
众包模式	117
开源社区	120
共兴的产业	123
网络开放平台	127
开放平台孕育的企业	128
Facebook 里的音乐网站	130
共赢的开放体系	131
网络上的“云计算”	133
云端下的信息服务	137
第 7 章 SNS 经济	141
网络经济和商业模式	142
商务社交的 LinkedIn	144
买卖的关系网络	148
免费，新的商业模式	150
长尾，聚合的网络市场	153
网络促生的长尾	154
长尾市场	157
网络广告和 SNS	158
Google 的印钞机	161
Facebook 的精准广告	164
虚拟经济	167
开心农场	168
Facebook 的产业链	170
SNS 创业空间	173
第 8 章 把握社会化网络	177
社交媒体	178
星巴克的“博客门”事件	179
戴尔的教训	181
百度更懂中文	183

白宫的社交公关	184
SNS 营销	187
新的互动营销平台	187
宝洁的营销实验	190
成长的渠道空间	192
企业化的社交网络	193
开放的沟通体系	194
新的系统构建	196
第 9 章 明天的信息网络	198
数字化生活	199
网络身份证	200
虚拟世界	202
移动社交网络	208
新型的信息终端	209
未来 SNS 下的生活	212
结语	215

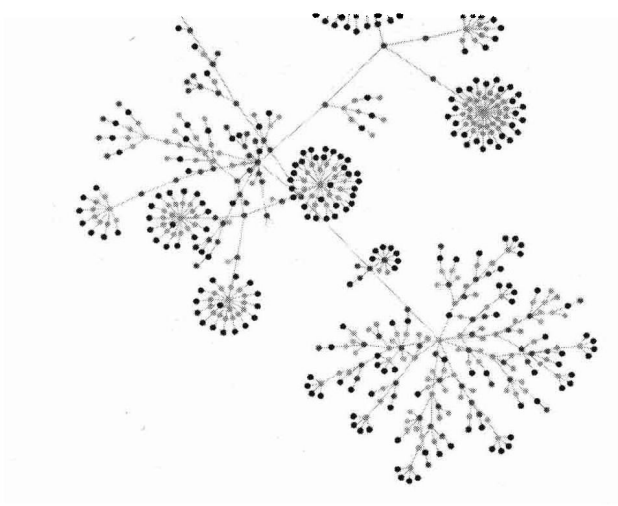


第1章

不可忽视的网络

在不知不觉中，互联网已经渐渐成为我们获取新闻信息的一个重要来源。

不知你有没有发现，现在出现了一些新型的网站，它们在我们的生活中发挥着特殊的作用，影响着我们的社会生活。它们代表了一种新的力量。



总统就职典礼与社交网络

2009 年 1 月 20 日，对美国人民来说是历史性的一天，因为美国第一位黑人总统巴拉克·奥巴马的就职宣誓典礼就是在这一天举行。

处于经济危机中的美国人民，无不将这位代表变革的领袖视为拯救美国经济乃至拯救美国的英雄，因此，为了庆祝和纪念这历史性的一天，白宫准备了盛大的仪式。有 20 多万民众在现场观看了就职典礼，而更多的民众则是通过互联网等媒体观看了这次就职典礼的现场直播。据统计，共有近 4 000 万民众通过各类新闻网站、视频网站观看了就职典礼，这个数字甚至超过了通过电视观看就职典礼的观众数量。

作为美国最大的电视新闻网络机构，CNN 在它的新闻网站 CNN.com 上也进行了线上视频直播。与以往不同的是，这次 CNN.com 与著名的社交网站 Facebook 进行了合作。



CNN 与 Facebook 的合作直播页面

在 CNN 与 Facebook 的合作直播页面上，左侧上方是 CNN Live 的现场直播画面窗口，左侧下方是其他的视频入口，右侧则是 Facebook 的即时消息分享窗口。