

一本互联网创新、创业和创富的智慧书

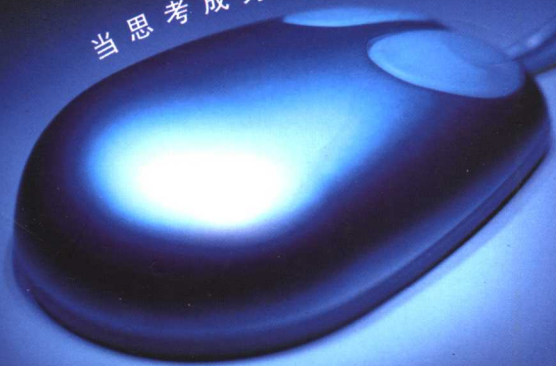
顺风**新**博客论

—互联网 2.0 新思维

顺风 吴祐昕 著

当思考成为习惯

成功将随之而至



东南大学出版社

顺风新博客论

——互联网 2.0 新思维

顺风 吴祐昕 著

东南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

顺风新博客论——互联网 2.0 新思维/顺风,吴祐昕著.
南京:东南大学出版社,2006.8
ISBN 7-5641-0471-6

I. 顺... II. ①顺... ②吴... III. 互联网络—传播媒介
简介 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 070772 号

顺风新博客论——互联网 2.0 新思维

出版发行	东南大学出版社
出版人	宋增民
地址	南京市四牌楼 2 号
邮编	210096
网址	http://press.seu.edu.cn
印刷	南京京新印刷厂
开本	700mm × 1000mm /B5
印张	20
字数	270 千字
版次	2006 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
印数	1—3000 册
定价	36.00 元

* 东大版图书若有印装质量问题,请直接向读者服务部调换,电话:025-83794332。

顺风

实名吴波，中国著名博客，全息搜索理论创始人，“全息新搜索运动”发起人。互联网评论家，博客和web2.0研究专家。新浪财经、博客网、人民网IT、中国改革发展论坛（海南）、中企动力专栏作家，人民网天津视窗首席策划，中国实验论坛主编，江苏省资产评估协会首届理事，江苏省担保业协会个人会员。被世界IT实验室评为中国网络BBS十大主持，被中国网络传播学会与博客网评为2005年度中国十大博客人物。创立股票“广义相关”、“平衡收敛”理论和网络“BBR”、“博链”、“BSSP”、“互动文本”等创新模式。思考涉及新闻评论、资本市场、博客IT、经济思考、社会观察、诗词随笔、股票技术分析预测等领域。现任纵横社区经济全球通、新浪经济学人和经济时评等论坛版主，先后曾主持凯迪经济风云、燕南经济评论、搜狐股市风云等数十个网络BBS。另著有《互联网帝国》、《顺风新博客论（续集）》、《顺风全息搜索论》和《平衡收敛理论》等多部书稿计150余万字。

MSN: yzshunfeng@hotmail.com;
yzshunf@hotmail.com

QQ: 691382868

博客地址: <http://www.isikao.com/>

吴祐昕

苏州大学传播学硕士，资深博客。江南大学国际广告研究中心副主任，无锡广播电视局(集团)大型活动部首席策划，曾策划“SEAGATE（希捷）十周年庆典”主题、“郎咸平”专场论坛主题等。



本书献给我的

母亲 彭永芳

父亲 吴元衡，

祝健康，快乐，长寿！

当思考成为习惯，

成功将随之而至。

序言

顺风：在博客的风暴眼中思考并耕耘

方兴东

博客之前，顺风写作的话题就很广泛，最早主要在财经方面。但是，显然是博客让顺风发现自己，也让读者发现了顺风；是博客焕发了他前所未有的创作激情，也是博客让他有了新的落脚点。这几年来，博客不但是互联网 2.0 浪潮的导火索，也是互联网 2.0 最大的风暴，席卷了整个互联网、整个传媒界，也席卷了整个生活和社会。顺风的写作恰逢其时。

博客的热闹是有了，欠缺的就是深度的思考。可以毫不夸张地说，顺风是博客领域屈指可数的思想者和探索者，而且也是其中产量最大，写作最勤奋，思考最深入的人。这本《顺风新博客论》是继 2003 年《博客——e 时代的盗火者》一书之后，中国第一本原创博客研究专著。三年的博客发展历程，恰好是博客最火爆、最喧嚣的三年，顺风身入其中，更深切地贴近风暴眼，将中国博客世界的思考推向了一个新的高度和深度。

思考博客，既是一种探索，更是一种思想启蒙。从单纯的博客写博客，上升到博客研究博客、思考博客，这是很有意思的现象。全书突出创新思维，顺风一贯坚持和重视思维能力的锻炼，他的博客座右铭是“当思考成为习惯，成功将随之而至”，现在已经风靡博客世界，成为学习和思考的一种时尚。

作为中国博客的开拓者，博客网（博客中国）恰好成为了这场风暴的始作俑者，也是这场风暴一直聚焦人们注意力的中心。我

们欣赏顺风的思想,更欣赏他为博客发展而作的努力,始终和他保持密切的思想碰撞,始终向他开放第一手的实践经验。因为,如何与博客共赢,关键是结合人性,推动思考和进步,顺风的思考成果,实际上和博客网(博客中国)的理想高度一致。博客中国的理想,就是“每天五分钟,给思想加油”。博客空间巨大,前途远大,前景光明,博客的价值远远没有挖掘,《顺风新博客论》一书的出版,代表了其中的一个方向,万千博客汇集万千人生经验和思想结晶,博客界必须加强对博客价值的挖掘,博客的背后是人生,是生活,是思想,是社会的全部。顺风的博客思考,坚持、专注、深入、持续,注重创新和独立思维,他可以成为中国博客界的思考者的代表。祝贺《顺风新博客论》的出版,也相信顺风的思考将坚持和延续,希望他的博客思考,会走出一条有中国特色的博客之路,也预祝顺风的思考走向世界。

目录

序言

第一章 博客综述

——概念功能、文化价值、发展趋势

第一节 博客的概念和功能	1
▶ 互联网是什么,博客是什么	1
▶ 从“播客”谈“博客”概念更新	2
▶ 博客的功能、网络影响及其文化标准	4
▶ QQ 的“即时沟通”与博客的“延时沟通”	6
▶ 博客和 WIKI 不是一回事	7
▶ 博客的功能和价值	
——接受人民网天津视窗专访	9
第二节 博客的文化和价值	13
▶ 我们需要什么样的博客文化	13
▶ 博客与 2.0 文化	
——接受人民网天津视窗专访	15
▶ “妖魔化”博客论的错误认识基础	18
▶ 博客文化与博客竞争之道	19
▶ 互联网 2.0 的最高境界就是幽默	21
▶ 每个博客就是一个宇宙	22
▶ 博客风暴是一场颠覆式的网络革命	23
▶ 博客加速网络“巨头”的崩溃	26
▶ 博客与网络历史唯物主义	28
▶ 博客交流和网络智慧传播	29
▶ 博客中国专栏作家的核心价值	33

第三节 博客的发展趋势	35
▶ 谁来埋葬“原始博客”	35
▶ 2005 年博客发展十大悬疑	37
▶ 综谈博客发展新趋势	40
▶ 博客发展道路上不可不防的六颗“地雷”	41
▶ 博客创新和拓展生存空间的十大思考	43
▶ “BT 博客”,在思想和资源间的博客摇摆	43
▶ 博客、“窄告”与网络最新发展趋势	44
第二章 博客服务(BSP)战略与商业化竞争	
第一节 博客服务(BSP)战略	46
▶ 创新和文化是博客内涵竞争的两面旗帜	46
▶ 博客战略决策必须回答的十大问题	47
▶ BSP 获得非常发展的“五个一”战略	49
▶ BSP 博客服务网站的内涵挖掘战略	50
▶ 互联网竞争的两大战略枢纽	52
▶ 打造博客网站的极端的专注性	54
▶ 博客网站超常规发展的六个思考	55
▶ 博客 BSP 业界的现状和未来	
——接受人民网天津视窗专访	58
第二节 博客商业化竞争	70
▶ 市场细分与博客类网站个性化取胜	70
▶ 时效性成为博客发展最新制高点	71
▶ 提升博客服务竞争力的十大课题	72
▶ 也谈博客网站的六大细节及其文化	75
▶ 百度上市对博客网站的重要启示	77
第三章 博客经济与赢利模式	
▶ 博客经济与“博客注意力”	79
▶ 从博客新概念寻找博客赢利模式	81
▶ 博客经济与博客竞争	
——接受《中国商界》采访稿	82
▶ 接受《参考消息/北京参考》采访博客经济观	
——关于博客经济的三点认识	87

▶ 博客中国赢利模式的思考和建议	88
▶ 接受《营销学苑》杂志采访稿	89
▶ “网游化博客社区”创新模式简论	94
▶ 博客发展两大定律与创业思考	95
第四章 博客理论新思维：	
个人化、大众化、自组织和第二代博客服务平台	
第一节 博客个人化和大众化	97
▶ 客观认识“互联网 2.0”个人化的初级阶段	97
▶ 关于现实个人化与虚拟个人化的思考	98
▶ 再谈“个人化”	
——“个人化”与 SN	100
▶ 三谈个人化	
——“新个人化”原则下的论坛	101
▶ 博客大众化的原则和任务	103
▶ “内容 2.0”和“个人 2.0”简论	104
▶ 博客的大众化推广	
——接受人民网天津视窗专访	106
第二节 博客自组织	110
▶ 网络自组织的八大特性	110
第三节 第二代博客服务平台	111
▶ 第二代博客服务平台创新思考大纲	111
▶ 博客价值发掘是第二代博客服务平台的核心	113
第五章 博客应用新思维：	
企业博客、播客、博客邮箱、博客出版、博客社区	
第一节 企业博客	115
▶ 企业客户的博客化前景	115
▶ 企业博客的八大特性	118
▶ 从博客网商人博客看企业博客趋势	119
第二节 播客	121
▶ 发展播客模式的五个战略思考	121
▶ “播客”与“博客”的互动和整合	122
▶ 在宽频网络运用研讨会上的简短发言	123

第三节 博客邮箱	125
▶ 博客和 Bmail 整合的四大方向	125
▶ 博客网“Bmail”博客邮箱综合评述	126
第四节 博客出版	129
▶ 博客图书的“整体概念”及博客式出版	129
第五节 博客社区	131
▶ “博客中国”的社区本质	131
▶ 博客龙头的行业和社会责任	133
▶ BSP 打造良好博客生态的四大功能	135
▶ “BBS”老矣,尚能饭否	136
▶ 论坛“BBS2.0”的十大升级方向	139
 第六章 博客传播新思维	
第一节 传播的博客革命	141
▶ 多媒体、博客与传播革命	141
▶ 博客传播的新闻核心价值	143
▶ 战争博客透露出的新传播本质	145
▶ 新浪新闻观的三大误区	147
▶ 博客与传播	
——接受人民网天津视窗专访	150
第二节 博客网的传播实践	154
▶ 博客中国与博客传播的黄金搭档	154
▶ 博客网系统集成式的博客传播模式	155
第三节 盛大新浪事件报道	157
▶ “新浪事件”报道与博客中国的“传播实验”	157
▶ 从盛大新浪事件报道看博客传播	160
 第七章 博客内容服务:机制、组织、编辑	
第一节 博客内容机制	176
▶ 内容聚合、搜索和博客的整合	176
▶ 网络内容聚合的创新思考	177
▶ 从网络的结构化阅读到结构化写作	178
▶ 互联网的关系阅读时代正在来临	180
▶ 全新体验的 2.0 内容结构机制	181

▶ 博客与内容管理	
——接受人民网天津视窗专访	182
第二节 内容自组织	191
▶ 从搜狐“个税专题”看内容组织方式	191
▶ 从搜狐社区公告看内容自组织趋势	193
▶ 自组织博客专题的创新性	194
第三节 博客与编辑	197
▶ 互联网 2.0 时代博客门户编辑大纲(草)	197
▶ 如何改进博客门户网站内容编辑管理	198
▶ 博客与编辑革命	
——接受人民网天津视窗专访	200
 第八章 顺风 2.0 创新理论:	
博客与长尾理论、“个体角色论”等	
第一节 博客与长尾理论	206
▶ “长尾理论”五大背景	
——从社会组织协作分工和文化技术角度看长尾理论	206
▶ 长尾模式商业价值的三个突破	208
▶ 从超级女声谈长尾理论三大价值实现机制	210
第二节 “个体角色论”理论体系	213
▶ 关于“个体角色论”理论体系的基本设想	213
第三节 非商务 2.0 网站理论模型	214
▶ 互联网 2.0 时代的非商务网站 ABC 模型	214
第四节 虚拟货币	215
▶ 虚拟货币与 2.0 电子商务简论	215
第五节 其他	218
▶ 个人电脑与互联网 2.0 的创新结合	218
▶ 互联网 2.0 时代的个人网络入口	219
 第九章 顺风 2.0 创新模式:	
“BBR 模式”、“BSSP 体系”、“博链”、新型互动文本	
第一节 “BBR”模式	222
▶ BBS 与 Blog 的“BBR”创新整合模式	222
▶ BBR 模式对 Blog 和 BBS 的整合功能	223

▶BBR 模式是高度个性化的开放模式	224
▶BBR 模式是个人化和自组织的综合体	226
▶BBR 创新模式是自媒体的典型形态	227
▶BBR 模式开发需要互联网责任感	230
▶BBR 模式中博客与论坛整合十原则	232
第二节 根博客与“BSSP 体系”	232
▶“根博客”和个人博客体系服务商(BSSP)	232
▶“BSSP”中的博客代理服务	234
第三节 “博链”	237
▶“博链”	
——改进超链互动功能的思考	237
第四节 网站诊断业务	238
▶关于开展“网站诊断”业务的基本设想	238
第五节 新型互动文本	239
▶网站新型互动文本实施纲要	239
第六节 博客文化与博链、BSSP、BBR 创新	
——接受人民网天津视窗专访	241
 第十章 Web 2.0 发展趋势及新技术运用	
第一节 Web 2.0 发展趋势	247
▶综谈 Web 2.0	
——接受《广州日报》采访稿	247
▶互联网 2.0 的十大研究课题	249
▶中国互联网 2.0 的历史、现状和展望(2005)	250
▶从“娱乐”到“办事”	
——也谈互联网 2.0 的发展趋势	253
▶从 Digg 网站看网络“评价引擎”	255
▶搜职网的互联网 2.0 模式分析	256
▶人民网·天津视窗与 Web 2.0	
——接受人民网天津视窗专访	257
▶央视春节联欢晚会遭遇互联网 2.0	259
第二节 博客与 SNS、RSS、TAG 等新技术运用	260
▶博客和 SNS、RSS、TAG 的七个关系点	260
▶RSS、SNS、TAG 和博采的共同缺陷	262

第十一章 博客网(博客中国)跟踪观察	
第一节 发展与管理	264
▶ 博客网转型关键在理念和文化转型	264
▶ 对博客网内部改革的十个建议	265
▶ 博客网无法回避的六大问题	266
▶ 博客网数据挖掘的有关设想	268
▶ 方兴东神话	270
▶ 博客网必须与中国博客事业共同腾飞	279
▶ 博采与网络注意力积聚	280
▶ 博客中国“图片博客”之外的感想	282
第二节 网站结构	283
▶ 从“博客中国”改版看博客门户结构设计	283
▶ 从博客网百度报道看首页观念变革	285
▶ 对博客网新首页的几个感想	286
第三节 博客专栏	289
▶ 博客网专栏频道结构设计漫谈	289
▶ 博客网博客专栏的思考和出路	291
▶ 博客网专栏改进的八个思考	292
 第十二章 博客研究	
▶ 博客研究中心的“三注意”和“五中心”	294
▶ 博客研究指导思想的“六个面向”	294
▶ 2005 中国博客研究大纲	295
▶ 互联网 2.0 的十大研究课题	296
▶ 博客之于社会组织沟通课题研究的思考	297
 后记	299
关于发起“全息新搜索运动”的倡议书	302

第一章 博客综述

——概念功能、文化价值、发展趋势

第一节 博客的概念和功能

► 互联网是什么,博客是什么

Web 2.0 的核心就是结构重组、秩序重构,其中对网络而言最关键的变化就是博客,建立起人进入网络的一个立足点,博客应该能够全面搭建个人网络存在体系。原则上讲,人只要活着,只要上网,就产生了成为博客的内在动机。博客,也可以用另外一个词描述,就是“网人”。

随着博客的发展,现在出现有的人在网络上同时注册若干个博客的问题,一方面不同的网站互相割裂地从博客中获得利益,另一方面个人在不同网站博客中疲于奔命。是否必要?如何简化?就个人而言,因为其立体角色体系的客观存在,个人的博客必然形成一个大型体系,共同完成个人在网络的各项功能。博客的体系化研究,在目前的网络博客协同、博客标准化方面提出了新的研究课题。

目前博客的发展阶段,处于整体的博客发展历史中的什么位置?寻找这个问题的答案首先要把握整个博客发展的历史进程。从个人博客大行其道,到组织博客突飞猛进,到博客运用全面铺开,到每个人开始建设深入和标准化、实名性质的博客体系,到最终博客真正成为个人与网络之桥,这个历程里我们现在还刚刚出发。

虽然目前博客互联互通的矛盾还不算尖锐,但是 Web 2.0 的特性决定了博客标准化和自由开放共享性将更快速地得到实现。所以在手忙脚乱各自圈地的前期发展中,博客网站之间的标准设

置、用户协同服务、统一竞争平台建设都将开始左右竞争格局。

寻找博客对人的意义,我们有三层思考:

1. 网络对人类社会的意义:信息加工器,人类社区,价值挖掘机,联络工具。

2. 博客对网络的意义:使网络人性化,使个人网络化。

3. 博客对人的意义:个人生活、情感、娱乐的网络记录,社会沟通和交友,学习和自我提升,职业生涯和个人商务,个人自我价值实现功能。

由此,可以形成这样的博客定义:以自由、开放和共享为文化特征,通过图文音像等表现形式,围绕个人网络存在的五大功能,提供存取读写、组织沟通、评价交换等服务的一种社会化个人服务模式。

►从“播客”谈“博客”概念更新

今天,到博客中国的“播客”专题 http://tech.blogchina.com/special_topic/ss/2005-04-17/1113747685.html 和已经推出的“动听博客”频道 <http://podcast.blogchina.com/xiaozizhu.html> 一游,领略到一种完全不同的博客感受——原来我们还可以用声音来博客!

才从博客柳杰的世界行中感悟出一点博客的行动性<http://www.blogchina.com/new/display/70241.html>,没有想到这么快,博客中国就让我们更加感觉到博客行动的力量。

人的行动,广义上包括写作、说话、思考、表演、唱歌等等,而传统的博客交流总是被大量的文字所占据,几乎博客在网络上可以选择的唯一行动就是“码字”。

但是,最近在博客中国,这样的观念迅速地被扭转:写日记写文章,传递大文件,采集好文章,甚至行走天下,原来都可以做一个博客。

有的时候有朋友来问,怎样算是一个好的博客?是不是必须天天发表很多很多的文章,天天逼自己辛苦思考、大量阅读?

通过上面的观念扭转;我们可以发现,博客中国正在以一种博客式的行动告诉我们,只要存在和参与,就可以愉快地博客。

所以,我们可能要重新思考一下博客的新概念:

1. 博客是对于网络“个性”化存在的一种结构化的记录。任何