

奥巴马 竞选网络顾问

全球最值得关注的12位人士之一

美国在线研究之王

★原创力作★

在线为王

你在网上看什么、干什么，我全知道

【美】比尔·唐瑟尔 (Bill Tancer) 著 张 宁 译

Click

What Millions of People
Are Doing Online and
Why It Matters

深圳出版发行集团
海天出版社



提高网站点击率的圣经
网络营销人员和广告人必读

透析在线行为，精确投放广告，挖掘潜在客户，避免危机，发现商机

在线为王

你在网上看什么、干什么，我全知道



深圳出版发行集团
海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

在线为王 / [美] 唐瑟尔著; 张宁译. — 深圳: 海天出版社, 2009
ISBN 978-7-80747-532-3

I. 在… II. ①唐…②张… III. 计算机网络—情报检索 IV. G354.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 028303 号

版权登记号 图字: 19-2009-007 号

Click: What Millions of People Are Doing Online and Why It Matters by Bill Tancer
Copyright © 2008 Bill Tancer

Originally published in the United States and Canada by Hyperion as CLICK.

This translated edition published by arrangement with Hyperion through Big Apple
Tuttle Mori Agency, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright © 2009 by **Grand China Publishing House**
All rights reserved.

本书中文简体字版通过 **Grand China Publishing House (中资出版社)** 授权海天出版社在中国大陆地区出版并独家发行。未经出版者许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

在线为王 (ZAIXIANWEIWANG)

海天出版社出版发行

(地址: 深圳市彩田南路海天大厦 518033)

<http://www.htph.com.cn>

订购电话: 0755-25970306, 83460397

出品人: 陈锦涛

出版策划: 毛世屏

执行策划: 桂 林 黄 河

责任编辑: 许全军 张绪华

责任技编: 钟愉琼

版式设计: 袁青青

封面设计: 陈文凯 王政辉

深圳市美嘉美印刷有限公司印刷 海天出版社经销

2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

开 本: 787×1092mm 1/16 印张: 15

字 数: 180 千字

定 价: 35.00 元

海天版图书版权所有, 侵权必究

海天版图书凡有印刷质量问题, 请随时向承印厂调换。

网络时代的来临

在写这篇序言前，我刚读完路透社的一篇文章。文章说，2008 年中国网络利用率上升至 42%，互联网用户数超过了 3 亿，中国的互联网用户数量跃居全球首位。

由于无权使用中国的网络数据，本书仅基于美国以及其他我们所覆盖的地区（如英国、澳大利亚、新西兰、中国香港、新加坡）的统计数据写成，但《在线为王》所论述的观点确是放之四海而皆准的。互联网与我们的日常生活联系得越来越紧密——浏览新闻资讯、搜索产品和服务，所有这些活动都在很大程度上暴露了我们是谁，我们的动机何在。

自 2008 年 9 月《在线为王》在美国出版以来，新鲜出炉的好事坏事开始充斥着每天的报纸、电视、网站和博客。2008 年 11 月，美国人民选举出历史上第一位非裔总统。政治网站访问量的猛增，以及奥巴马就职典礼相关报道和视频的极高点击率，无不体现出美国人民急于求变的意识。在美国遭遇前所未有的衰退的同时，世界经济也在持续下

滑。人们日常访问的网站以及相关的搜索词条也发生了相应的变化，只需对此稍加考察，我们就可以看出这场萧条是怎样影响我们生活的。有些行为上的变化是凭直觉做出的，如为了寻找降价商品以节省预算成本，我们会在網上达成更好的交易，但有些变化并不直观。鉴于人们对“名人崇拜症候群”的沉迷，也就不难理解近期奢侈化妆品网站访问量为何猛增了。

我肯定读者会从本书所讨论的网络行为中发现中美文化的显著差异。同时，我也希望读者能够找到我们之间的相似点——一条我们对周围世界作出人性化反应时所呈现出来的共同脉络。

比尔·唐瑟尔 (Bill Tancer)

专家推荐 I Click

李国庆
当当网联合总裁
当当网



从当当网到“在线为王”： Web 2.0 vs 网购 2.0

《在线为王》的原版书名是 *CLICK*。这个书名很形象，“Click”原意为“卡嗒声、咔嚓声”，现引申为互联网的专业术语“点击”。看完《在线为王》后，我的第一反应就是点开当当网首页，因为作者比尔·唐瑟尔的精彩描述激发了我想要细观自家门面的欲望。

设想我是一位网民，无意间进入了当当网的主页，如果我什么也不做——既不搜索，也不“点击”，那这种在线行为对当当网来说是毫无意义的。“点击”对于像当当网这样的购物站点来说是赖以生存的根本，小小的“点击”就是整个网络得以存在的基础。

“你在网络上做什么、干什么，我全知道”是《在线为王》的副标题。讲得有点绝对了，当当网还不能完全做到，但希望我们公司也有这样的“窥探”高手！作为一名网络数据分析师，比尔·唐瑟尔通过海量的搜索点击数据，对网民在线行为方式甚至背后的思维动机都做了一番有趣

而深入的探索与分析。毫无疑问，这种研究随着我们步入 Web2.0 时代（甚或 Web3.0）而变得迫切起来。

“网络”发展至此，一个全新的媒介时代来到我们面前。麦克卢汉曾说过“媒介即信息”，媒介的发展变迁甚至导致人们思维方式的转变。因此，了解人类这一点一击背后的思维动机就变得十分有必要了。另外，随着多媒体技术以及网络自身的发展，类似于优酷、校内网和当当网等新式网络媒体的兴起，正式宣告中国进入 Web2.0 时代（《在线为王》中是将 Youtube, Facebook 和 Amazon 列为 Web2.0 时代的三个典型代表）。细想之下，“虚拟网络”背后“真实的个体”成为这些新鲜事物最重要的共同特征（校内网的宣传语就是“因为真实所以精彩”）。“虚拟背后的真实”正是 Web2.0 时代区别于 Web1.0 时代的最大特征。其实比尔·唐瑟尔对于在线数据的分析研究以及《在线为王》的写就也正是由于作者痴迷于 Web2.0 时代造就的这份“虚拟背后的真实”——每一个“虚拟的”搜索数据背后都隐藏着一个“真实的”人，每一次“虚拟的”点击信号的同时暗示着某个“真实的”动机。

以上这些对于当当网到底有什么启示？如果说我们的社会经历了 Web1.0 时代和 Web2.0 时代的发展的话，那么当当网从“网购 1.0”时代向“网购 2.0”时代的全速发展也就势在必行。“低成本”是网购 1.0 时代最主要的竞争优势，但这主要是和地面销售相比较的。就房租来算，与西单图书大厦的中友百货每天每平米的价格大约是 60 元，而当当网每天每平方米的价格也只有 0.35 元。这种成本上的差距也反映在商品价格上。例如，《乔家大院》在地面店卖到 30 元，当当网可以卖 18 元。”但是一旦进入 Web2.0 时代，社交网站（以及互动百科和百度知道）的兴

起让最有效的人际传播重新流行——用户可以直接将自己的使用体验和评价公布在网上，一起交流并互享心得。同时，网上商城商品门类和总量越来越多，各类产品信息的公开透明化（比价器的出现就是很好的例子）让我们相信：在 Web2.0 时代，虽然低价依然发挥着重大作用，但是它已经不是唯一的决定因素了。

以上所有事实都表明，网购体系也有必要升级换代，Web2.0 时代就是催生网购 2.0 诞生的时代大背景。针对 Web2.0 “虚拟背后的真实”的特征，进入网购 2.0 时代后当当网推出的“搜索+个性化”就是为此作出的积极回应。为了更好地说明这一点，让我先做一个假设：设想在一个偏远的小山村里有一个名叫“当当”的小杂货铺。那么这家杂货铺不仅供应全村人的生活必需品，而且很有可能杂货铺的老板熟识村里的每一个人，知道村里每个人的喜好和购物习惯。比如张三喜欢赊账，但他的信誉不错，所以老板每次都肯赊购给他；再比如这个老板知道李四的儿子喜欢吃糖，所以每当李四来打酱油时，他总是顺便提一下最近店里进了好吃的水果糖……不难想象，这家杂货店的生意肯定非常不错，为什么？对他来说，他的顾客很可能就是邻居，这个邻居在他的心里是非常具体真实的形象，他知道邻居的个性和喜好，因而也就能投其所好，或者说能够贴切的满足他的需求。实际上，这个杂货铺老板的成功诀窍就是他为顾客提供了更为“个性化”的服务。

目前“搜索+个性化”的服务策略其实就是这个故事的现代版。只不过现实中不占地理优势的当当网只能通过“搜索”或者顾客的“点击”来了解顾客，摸索他们的脾性，从而将虚拟网络背后的顾客具体为个性化的真实个体。要做到这一点就必须掌握一门“读心术”——“读懂”顾客

之心的技术。阅读《在线为王》之后，你将发现它不仅唤醒了我们必须掌握这种“读心术”的意识，同时还会体会到在运用这种“读心术”之后所获得的巨大成就（也许还有巨大利益）。作者就曾通过在线网民搜索词和搜索量的相关分析成功预测了奥巴马总统的当选。另外书中引用的案例都非常有趣。比如海量电子邮件广告（垃圾邮件）对于“伟哥”这类的廉价药品是比较有效果的；比如通过搜索词发现美国民众最为郁闷的一个星期是感恩节；从研究数据来看，有些厂商投放在网络上的广告根本就没有使用顾客感兴趣的关键词。

从上述案例汲取的经验对当当网的发展极具启发性：可否调整我们的邮件广告投放策略，使其偏重于某些产品的宣传？中国人是否也有最郁闷的一个星期？如果有的话，我们是否可以调整当当网在“中国人最郁闷星期”的页面以及相应的推荐产品（比如抗抑郁药或幽默图书）？当当网是否应该也关注与报纸杂志等传统媒体的营销合作？当当网有没有提供客户感兴趣的关键词以促成他们的进一步“点击”，从而以速度把顾客想要的商品陈列其前？

阅读《在线为王》是一个受益匪浅的体验，而作者诙谐生动的语言又将这种体验上升为一种智力的享受和放松。不过最重要的是，这本书不仅肯定了当当网今后的发展方向，而且更加巩固了我们必胜的信心。

李国头

专家推荐II Click

What Millions of People
Are Doing Online and Why It Matters

刘胜义
腾讯公司执行副总裁
Tencent 腾讯



整合网络平台所带来的商业价值

非常荣幸能为这本已经引起国际广泛关注的畅销书《在线为王》作序。

这本书的真正涵义，不只在于我们是否能掌握网民的在线行为轨迹，更重要的是，我们有必要严肃地看待在当今科技发达的社会中，一种崭新的社会群体行为在互联网高速发展及其广泛普及的渗透下，已经不知不觉地形成看似无形但却有着实质影响力的群体行为。这个事实的重要性，不仅仅应当从商业模式挖掘或优化的角度来探索，而更应该从社会学和经济学的严谨角度来研究。

2008年是中国互联网媒体的成年礼之年。这一年，互联网在中国开始被公认为有资格承担主流媒体的神圣使命。中国网民的影响力，在我们经历的几项重大事件中，全面地体现出来。2008年5月举国哀悼的汶川地震，8月全民欢呼的奥运盛事，中国网民轻松点击鼠标来倾情参与。每一份看似微小的个人力量，却给中国社会带来了前所未有的震撼。不在乎一个人能做多少，只要每一个人都多做

一点点，集合起来的影响力将是巨大的——这就是互联网能产生大回响、大影响的基本理念。

中国已经成为全球最大的互联网大国。互联网的发展对许多行业来说，是一个前所未有的商机。目前中国3亿多网民，数量只占了总人口的20%左右。相比美国的互联网高达80%的渗透率，这意味着互联网市场依然有个非常光明的前景。要真正全面地去挖掘这个商业机会，最基础的起点就是要深入了解中国网民的在线行为和思维方式。

腾讯公司这10年来在中国互联网行业取得了一定的成就，这有赖于公司对完善用户体验不屈不挠的追求。全心理解和信服这个驱动力，是任何企业想要借助互联网来优化其发展战略的必修课程。从深入民心的即时通讯工具，到“在线生活”平台的圆满呈现，再到面向未来在线媒体领域的“腾讯智慧营销平台”的推广，这些运营模式的演变和优化，都体现了腾讯人将理解并尊重用户需求作为满足用户体验规划的基础理念。

在这个理念的追求上，《在线为王》是不可多得的佳作，是不可或缺的精神食粮，是值得细细品味的网络媒体管理工作者的必读书。



权威媒体推荐 Click

比尔·唐瑟尔深入网络，捕捉人的本性和内心。

——《华盛顿邮报》(Washington Post)

全书见解深刻、观点独到，对当代网络用户的上网心理与爱好进行了创造性的调查和分析，是一本不可多得的网络营销与运用的经典入门之作。

——《出版商周刊》(Publishers Weekly)

比尔·唐瑟尔指出，我们上网点击什么内容，我们就是什么样的人。唐瑟尔从包含数千万网络用户上网信息的庞大数据库中，发掘出许多深刻新颖且妙趣横生的内容。

——《今日美国》(USA Today)

唐瑟尔深入研究了数千万网民的日常上网习惯，对大大小小的问题作出了回答，能够有效帮助读者准确地把握市场走向与营销脉络。

——《时代》(TIME)

人们每天在网上留下的神奇足迹是巨大的宝藏。唐瑟尔通过这个宝藏，向人们揭示了网络高手如何极端地利用这个宝藏来发现我们，研究我们，最终控制我们。

——《互联网周刊》

10年前，人们还为“网络社会”备感迷惑，如今奥巴马已成功借助这个“社会”入主白宫，成为美国首位依靠互联网成功的总统。他到底是如何做到的？比尔·唐瑟尔将为我们一一掀开所有底牌。

——吕英博《经济观察报》首席记者

《在线为王》给我们展现了一个丰富多彩、充满机遇和宝藏的互联网世界，希望读过本书的你，也能喜欢互联网，早日加入互联网营销行列中来。

——程悦 51.com 营销中心副总裁

我们身处一个庞大的消费社会中，经济学中所谓的“理性人”其实是不存在的。但从数据的角度来看，其实一切皆可捉摸，因为这世界存在着巨大的无形监控器。对于一切在线行为，都是点击无心，在线有意。

——魏武挥 BlogBus.com 副总裁兼首席运营官

本书结集了网络营销、电子商务、网络炒作等相关经典案例分析。这本书不仅仅适用于各个层面的企业员工，而且适用于公务员、青年学生、自由职业者等一切有志成功之士。

——黄相如 上海八匹马网络传媒 CEO

互联网用户的《魔鬼经济学》

目前，我正开展一项新的网络信息业务，《在线为王》帮我选择了最有价值的项目和客户。比尔·唐瑟尔通过对话的方式，与读者就搜索信息、网络交流等话题展开了讨论。全书案例丰富、论证严谨，但又不失可读性与趣味性。《在线为王》与《魔鬼经济学》有着异曲同工之妙，读者可以相互借鉴与参考。

我的密友，我的“情人”

最开始读《在线为王》时，我以为它不过是一本空洞地讨论如何利用搜索引擎开展业务的书。当我深入地读下去，却发现它逐渐向我展示了一个全新的世界，其中的许多概念、趋势和行为方式都是我见所未见的。这也让我对网络数据、在线搜索及其背后隐藏的秘密产生了浓厚的兴趣。

《在线为王》不仅适合于期望通过网络开展业务的商业人士，同时也是每位渴望了解网络、近距离观察社会的

最好选择。读完本书，每位读者都会在解惑的同时产生更多的疑问，并学会用前所未有的方式去看待网络以及周围的人和事。一本在手，受用终生。

贴近现实且生动有趣

整本书条理清晰且厚薄适度，读起来很舒服。读完后，我会不自觉地以一种更加系统的方式去思考我的网站和平日搜索的内容。要在网上开展业务、了解客户及其行为习惯是至关重要的。《在线为王》能帮助我们得到更多的关注，并学会更多的技巧。

网络数据挖掘的全新视角

在《在线为王》中，作者比尔·唐瑟尔以一种直截了当的方式对复杂的网络数据进行了深入的挖掘，并通过这种挖掘的有效分析预测了市场行为，这无疑对传统的营销理念提出了挑战。他的许多观点都能在令人耳目一新的同时引发读者的深思。全书案例丰富、行文朴实且不失趣味色彩。

《在线为王》是对神秘网络世界的系统而全面的分析

作为一位 100% 依靠互联网谋生的网民，我必须承认比尔·唐瑟尔的《在线为王》是一部令人震撼的作品。正如唐瑟尔在书中所指出的那样，我们对网络行为的认识有时可能是完全错误的，而唐瑟尔的方法则能帮助我们正确地认识并处理这些事务。凭我 15 年的网络贸易经验来看，书中的有些内容我并不陌生，但随着互联网逐渐成为当代社会的主流媒体。《在线为王》一书还是不失其新颖性和指导性。所以，无论你是靠上网消遣、打发时间的普通用

户，还是像我一样以互联网谋生的高级网民，《在线为王》都是一部不容错过的好作品。

互联网将大大加速人类社会全球化的进程

从对人类的影响力来说，个人电脑及网络的出现，无疑将使得三次工业革命相形见绌。《在线为王》就是一部研究互联网对人类影响的著作，包括互联网的出现怎样丰富了人们的生活，怎样定义了新业务开展途径等。同时，比尔·唐瑟尔还通过大量事实论证了沉迷于赌博、色情等不良网络文化所带来的害处。

妙趣横生、引人入胜，它为各类聚会提供了绝好的话题

作为一位闲暇时上网消遣的普通网民，我原以为《在线为王》只是一本依靠网络数据说话的枯燥之作。但在阅读的过程中，我却禁不住哈哈大笑，为其严谨却不乏幽默的高超智慧所打动。书中的许多发现都令人诧异且不禁莞尔，例如人们上网搜索最多的10个“怎样……”之一是“怎样使自己悬浮在空中！”这样的发现及背后隐藏的秘密我担保你是第一次听说。我甚至会花时间去记下这些案例，因为这将是我在聚会中除天气以外的又一绝好话题。

