

张强 黄斌 主编

沃客 从创意到财富

沃客Work2.0 你的时代

裁掉你的策划部!

你的第二个名字、你的第二份工作、你的第二个身份

创业新平台

勇敢者必读

创意e时代, 创意地球村



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



沃客 从创意到财富

张 强 黄 斌主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

这是第一本以沃客为主题的书,本书无论在采编、书名、封面设计等方面均是在沃客网站上以悬赏的形式征集而来。书中既有耐人寻味的沃客故事,也有业内人士的探讨,还有部分媒体对沃客的评论分析,可谓是一本以沃客形式出版的沃客图书。

沃客作为互联网核心价值的新型服务模式,也是网络时代人们获得工作和从事工作的新方式,目前,沃客网站正处于高速发展期,同时,其工作方式也逐步被广大从事创意工作的人们所认识和接受。在设计、影视、名称创意等方面沃客网站已经聚集了数百万来自全国各地、不同年龄、不同职业的工作者。本书的出版将引导更多的创意人员利用沃客新工作方式将创意转化为创意产品,进一步挖掘沃客对创意经济的积极促进潜力。

图书在版编目(CIP)数据

沃客从创意到财富/张强,黄斌主编.-北京:机械工业出版社,2007.4

ISBN 978-7-111-21336-9

I.沃… II.①张…②黄… III.电子商务 IV.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 053796 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码:100037)

责任编辑:杨芳 赵廷超 责任校对:张淑丽

封面设计:潘园 责任印制:王书来

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2007 年 4 月第 1 版·第 1 次印刷

169mm×239mm·6.5 印张·204 千字

标准书号:ISBN 978-7-111-21336-9

定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话:(010)68326294

购书热线电话:(010)68311392

《沃客 从创意到财富》图书参与编写人员

主 编:

张 强 北京现代服务业科技促进中心 主任

黄 斌 北京现代服务业科技促进中心 研究部主任

主要编写人员:

郑 敏 《电子商务世界》杂志 副主编

杨冰之 北京大学网络经济研究中心研究部 副主任

王文杰 中国传媒大学 博士

康录发 K68.cn CEO

朱明跃 猪八戒威客网 CEO

王清华 包满意在线工作平台 CEO

姚荣兵 Lai178 CEO

孙 革 价值网 CEO

度左思 淘人网 CEO

周 宏 问客网 市场总监

郭 玮 mycase 竞标 CEO

丘志森 智囊团 CEO

责任编辑:杨 芳 赵廷超

编辑部:张淑丽 李 岩 董炳艳

前 言

自从“沃客”一出现,我们就将其称为“新事物”,也会不由得感叹,“又一个新事物诞生了”。

然而,我们也都知道,新事物是符合事物客观发展规律、具有强大的生命力和远大发展前途的东西。这样一个在高中政治书上就已经出现的评判标准让我们开始思考这样一个问题:“沃客”是否算是新事物。

一说到这里,又不得不拉上“博客”了。从时间上看,“博客”的出现早于“沃客”,自从2002年方兴东提出“博客”这个概念后,“博客”整整火了4年之久,目前仍在行进之中。而“沃客”2005年出现之后,始终不温不火,为什么?这是沃客的开拓者和观察者一直思考的问题。随后,“播客”、“换客”一系列“客”的出现,让互连网络呈现出了人丁兴旺的繁荣景象,但“沃客”仍旧和以往一样,缓慢地发展着。但是,此时的我们,已经很清楚地认识到,从网络中“客”一族的一无所有,到“博客”的出现,再到今天的“沃客”,互联网的本质已渐渐地由“技术”、“运营模式”等转向了“人”,一个个的“客”就是互联网中的一个个人,他们的需求正是网络向前发展的动力,也是诞生和倍受关注的原因。

“人”,是web2.0时代的缔造者,更是全球化2.0时代的主体。web2.0时代,人的创意和智慧创造或改造了生活,使得人们更充分地享受生活,享受自我展示的快乐,然而,这时的人们,生活仅仅是工作之余的消遣。全球化2.0时代,工作是生活之外的自我实现,更确切地说,工作就是生活。“沃客”的出现标志着全球化2.0时代的开始,“沃客”人也成就了崇尚“工作即是生活”的一批人,这其中既有“精英”,也有所谓的“草根”。在“沃客”世界里,身份并不重要,重要的是你想过“精英”的生活,还是“草根”的生活,更重要的是,“沃客”可以支撑这种生活的存在和绵延。这就是“沃客”的“新”意,也是“沃客”符合事物发展规律的表现。

此外,从目前来看,“沃客”确实具有较为强大的生命力。从开始至今,“沃客”的生长始终不像“博客”那样顺利,更可以说是举步维艰。即便在已经得到部分人认可的阶段,“沃客”仍然经常重创连连,K68被黑客攻击的事实至今仍如

梦魇一般。然而,“沃客”是坚强的,它总要经历一个由小到大、由弱到强,由不完善到比较完善的过程。目前,全国 150 多家“沃客”网站的发展和十几万用户的耕耘就是明证。

但是,我们不敢说,“沃客”的明天意味着什么,可能是蔚蓝和烈日,也可能是暴雨和雷电,但更可能的是织云和一缕阳光。

发展中,我们总想为“沃客”做点什么,但我们同样知道,我们的力量还是太小,我们仅能通过摇旗呐喊或紧随其行,鼓励着“沃客”缓慢坚实、创新不断,锐意进取的脚步,记录下“沃客”的心路历程,并仅以此举献给默默耕耘的“沃客”,以及如我们一样关心、鼓励“沃客”成长的人们。

无论是雷、雨、晴、风,我们坚信:

“沃客”,犹如一粒种子,

我们先要小心地种下它,

任时光荏苒,

给它关爱,给它呵护,

耐心地,静静地,

等待它,孕育、成长,

有那么一天,我们会看到希望的……



2007年4月

目 录

前言

绪论:沃客风起	1
---------------	---

第一章 资源聚合	17
----------------	----

我赛网 CEO 张本伟:沃客精神就是网聚资源	19
------------------------------	----

“想你所得,得你所想”——“易票”握手 68 位优秀设计师	21
-------------------------------------	----

四小时学会 photoshop 教程的网上悬赏对话	28
---------------------------------	----

中标威客与任务发布者的对话	30
---------------------	----

爱科服装在线:在非“悬赏”型活客网站上量体裁衣	32
-------------------------------	----

等待“大家伙”到来	36
-----------------	----

第二章 小投入大收获	39
------------------	----

快刀斩乱麻 50 元悬赏 1 小时取得满意作品

——访猪八戒威客网悬赏时间最短的任务发布者	40
-----------------------------	----

400 元满意征集 4 集景区广告

——旅游景区营销部讲述自己的沃客故事	43
--------------------------	----

第三章 资源浪费	46
----------------	----

work2.0——人力、优选与竞争中的生态平衡	48
-------------------------------	----

从“公家开支”到“个人支付”的回头客——理性威客建议谈	50
-----------------------------------	----

一名财务管理专业大学生的“资源浪费”观	52
---------------------------	----

第四章 保护创意	56
----------------	----

包满意网:work2.0 版权保护与平台的探索	57
-------------------------------	----

对“威客”遭遇抄袭的思考	59
--------------------	----

舞弊与接受度的难题	61
-----------------	----

知识产权保护亟待完善	62
------------------	----

第五章 寻求新盈利点	64
------------------	----

威客发贴叫板媒体广告——猪八戒网发贴比赛任务发布者谈感受	66
------------------------------------	----

互联网与创业	68
--------------	----

问客:为您“芝麻开门”	72
-------------------	----

淘人网模式分析	77
“竞”选优胜品质,就等你来发“标”!	78
第六章 网上淘金	83
营销副总辞职做专职威客	85
威客散装:期待成为职业威客	92
第七章 网络强人	104
文逗工坊中标 50 次 源于对艺术的执著	106
无风也飞扬——陈怡谈沃客给生活带来的种种改变	110
白手创富:我做网络“赏金猎手”月挣万元	112
沃客,让我又喜又忧——archaoge 访谈实景	114
用广告的思想去做设计——沃客设计高手经验谈	118
第八章 用创意起飞	136
漂泊 10 年 从事设计的威客盼回家乡发展	137
沃客助学成材之路	145
一把热毛巾	146
是你给我一片天	150
第九章 执著沃客	153
沃客上的两代人	155
Lai178 稳健中的坚持	160
命中注定,我已是她的一员——讲述我与 K68 的故事	165
不得不说的故事	167
第十章 沃客生活	169
老威客的网络新生活	170
高中生与沃客相见恨晚	172
大一新生与沃客的心灵之旅	174
中标 50 元,请客吃饭还得让朋友“出血”	177
儿科医生:从论坛版主到“威客”	179
第十一章 路漫漫	183
猪八戒看沃客	184
沃克(work2.0)具有博客盈利的雏形	189
work2.0 创意产业的“虚实相生”	191

绪 论

沃客风起

当一部分人还在为“博客”的快速崛起欣喜时,缺少有效盈利模式的众多 web2.0 网站正在折磨风险投资商。业内人士曾把“威客”称之为 web2.0 发展的救命稻草,尽管“威客”模式让个人的智慧、知识、技巧通过解决问题得以展示,但是却难以形成系统的智力成果,而市场推广困难等问题再次把 web2.0 推到一个尴尬的境地。此时,“沃客”(work2.0)萌芽了,work2.0 采用的商业模式为中小企业节约了采购成本,为众多草根提供了就业机会,还误打误撞地为文化创意产业提供了新的发展机遇。

那么,什么是沃客?“沃客”一词来源于英文“WORK”的音译,从广义上讲,它的含义不单指普通的工作,而是指一种新型的网络工作交流方式。北京大学网络经济研究中心研究部主任杨冰之将其称之为“一种新经济下的新工作,并最终形成一种崭新的经济形态,即基于互联网的创新与创意经济的主流。”我们认为,沃客就是互联网快速发展的趋势所产生的新型服务形式,是面向互联网核心价值的新体系,是面向全球资源有效配置的最佳方式。

通俗地讲,“沃客”是通过在线发布工作,在线完成工作,从而达到足不出户即可完成工作的目的。“沃客”的本质其实就是通过网络平台汇集服务需求,并通过新的市场遴选机制来汇集、培育和放大创意服务的力量。

在全球范围内,沃客(work2.0)的发展经历了从社会化到平民化的历程,Work2.0 的工作主体也随着它的发展进程而发生改变。目前,沃客模式已受到不喜欢出门上班的欧洲人的普遍青睐,以爱尔兰和法国为最。美国也创建了全球第一家以现金激励为基础、促进全球性科学研究的沃客(work2.0)网站(www.InnoCentive.com),该网站也是专门为全球科技研发界而创建的、首家互联网奖励机制公司。除此以外,基于“沃客”(work2.0)虚拟现实的个性化工作,还引发了许多门类的理论研究和技术开发。目前,国际上已经有几十名业界

“足不出户,自有财源滚滚。重在参与,好运才会连连。”

学者的数百种著作问世。美国、欧洲、澳大利亚、日本等国的高等院校纷纷开展虚拟现实技术在上述领域中的应用研究和教学。业界专家预测,随着宽带通讯技术特别是移动通讯技术的发展,虚拟现实技术在 work2.0 领域的应用将日趋广泛,互联网从“黑板报”式变为“游戏场景式”将指日可待。

与主体变化及技术开发同步,沃客(work2.0)的教育培训也在世界范围内兴起并逐步完善,出现了许多专门提供“沃客”(work2.0)技能培训课程的机构和网站。如伦敦政治经济学院(LSE)、哈佛等,与沃客(work2.0)相关的研究和教学已经渗透到方方面面。依据世界各国“沃客”(work2.0)相关专业教学课程设置,我国清华大学软件学院还结合中国教育、经济环境特点,设计了《计算机软件专业硕士学位沃客方向研究生培养方案》。

在我国,自2004年开始,也出现了“沃客”(work2.0)的商业公司,对开发中国网民生产力,展现出不可忽视的重要作用,促使“沃客”(work2.0)在中国的实践走在了理论研究和教学的前面。更令人称奇的是,经过短短的两年时间,目前,我国 work2.0 已发展成为拥有150多家企业、采取多种商业模式、跨越多个行业、网聚数十万创意人才的新型服务业态。沃客进入了市场快速成长的新阶段。

发展至今,作为最年轻的“客”,“沃客”继承了 web2.0 的核心精神,但与“博客”(BLOG)、“威客”(witkey, WIKI)等既有 web2.0 应用模式又有很大的区别。work2.0 不仅可以吸引原有 web2.0 应用模式下的用户群体,还可以吸引以企业、公司为主的有价值的用户群体。如果说既有 web2.0 应用模式是烧钱做大而最开始不考虑短期盈利的话,那么 work2.0 从一开始就着眼于现金流的形成。目前看来,work2.0 模式主要以现金激励、竞标和悬赏等形式的网站出现(国外以 www.InnoCentive.com 代表,国内以 K68 为代表)。work2.0 的典型特征实现了多对多网络式工作,网民通过 work2.0 平台可以选择比较擅长的工作来做,从而使网络工作迅速拓展,为自己赢得更多的机会。此种方式使得人力资源获得充分的整合:一方面企业可以通过 work2.0 网站解决诸多难题,完成需要开发的业务;另一方面大量的高校、科研机构、自由职业者的智慧也可以得到更有效的发挥和利用。

“work2.0 是 web2.0 的工作版或者是经济版,‘威客’是智慧的一个角色,是‘沃客’的工作主体。”北大网络经济研究中心研究部主任杨冰之对 web2.0、“沃客”、“威客”三者关系的描述可谓一针见血。

“威客的世界没有“危客”,只有创意。”

或许也正如中科院研究生院吕本富教授所言:概念的定义看它是否易于传播,并能清晰地反应一个商业模式。吕本富教授同样认为,目前“沃客”带来的商业模式和盈利模式清晰可见,而“威客”是在互联网上用自已的技能、知识、智慧获取财富的人,是沃客的工作主体。¹

但是,区别之余,work2.0 和 web2.0 还有诸多共同之处。首先是草根性,谁都可以利用“博客”、“威客”、“沃客”网站表达自己的观点、意见、作品。其次是创造性,“博客”、“威客”、“沃客”都具备创造性,尤其在“沃客(work2.0)”网站中,设计和创意的工作占三分之二,可以说没有创造性就很难在沃客(work2.0)领域生存、发展。第三就是个性化,其表现形态是多样的,“博客”现在是丰富多彩的,并且传播迅速,而“沃客(work2.0)”则更强调个人的创意性工作所具有的创造价值。

然而,我们也能够看到,尽管沃客(work2.0)在我国已克服重重困难走到了今天,而且呈现出欣欣向荣的新气象,但从与国外部分国家发展现状的对比来看,我国的沃客(work2.0)发展还存在很大的差距,目前国内在work2.0工作平台工作的群体多为业余工作者、残疾人、在校大学生等非专业人士,发布任务的多为个人和小型企业。此外,从内容上看,我国work2.0主要在注重创意、偏重创新的文化创意产业中得到应用,涉及平面设计、工业设计、建筑设计、咨询策划等设计创意领域,但在动漫、网游、多媒体等领域涉及的范围和领域还不够广泛,与知名电子商务网站合作,以及与其他产业形态的合作还处在初级阶段。因此,work2.0网站在中国的发展有待进一步探讨和研究。

为联合沃客(work2.0)网站创业者、用户、媒体、风险投资、业界专家及政府相关部门等多方资源和力量,推动沃客(work2.0)网站持续创新,提高沃客(work2.0)网站的社会认知,争取政府政策与资金的扶持,优化舆论与投融资环境,北京现代服务业科技促进中心与《电子商务世界》杂志已于2006年9月13日在中国科技会堂联合举办了“首届沃客(work2.0)网站运营及发展研讨会”,本次研讨会是首次系统研讨沃客(work2.0)网站运营及发展的高层会议,也是我国沃客(work2.0)网站的首次集体亮相。

继本次研讨会之后,国内掀起了沃客(work2.0)理论研究与实践探索的风

¹ 下文中,“威客”指在互联网上用自已的技能、知识、智慧获取财富的人,是沃客的工作主体。而“沃客”则代表一种新的工作模式,一个新兴的服务业态,一个崭新的市场,一个供威客们施展才华、攫取财富的平台(网站)。

“因为创意,所以满意!”

——西望蜀

work 2.0 沃客

潮。正是在这样的背景之下,为进一步加强沃客(work2.0)宣传,提高全社会尤其是政府和业界科研机构对沃客(work2.0)的认知,聚合社会资源,推动我国沃客(work2.0)新的产业形态的发展,北京现代服务业科技促进中心与《电子商务世界》杂志联合业界诸多专家、学者,经过一段时间的研究,编写完成了这本《沃客,从创意到财富》。

这是第一本以沃客(work2.0)为主题的书籍,书中既有耐人寻味的沃客(work2.0)故事,也有业内人士的探讨,还有部分媒体对沃客(work2.0)的报道。在这里,沃客(work2.0)网站运营商与任务发布方的亲身经历或许会让您对沃客(work2.0)在资源聚合与小投入大收获的价值上有一个新的认识,威客的几篇文章可能会消除您对资源浪费的疑虑;在这里,您还可以体会到沃客(work2.0)创业者的辛酸与喜悦,可以领略到沃客强人的风采与勤奋,可以品味到沃客生活的芬芳与欣慰,可以聆听到执著沃客的心声与梦想。当然,您可能还会与我们一样为沃客面临的问题着急,那就请您也帮我们出出主意,让我们一起思考一下,这个让人费解的创意保护与盈利模式问题如何通过我们的创意成为不断解开的课题。

此外,这本以沃客为主要内容的《沃客 从创意到财富》,在采编、设计等方面也都采用沃客(work2.0)形式。该书的书名、封面设计、版式设计,乃至书内的沃客故事均是在 K68 等网站上以悬赏的形式征集而来。在征集得来的多个方案中,主编方还采取网站投票的方式进行筛选,我们现在选用的书名《沃客 从创意到财富》,是多家沃客(work2.0)网站上威客们投票选出的结果。或许有心的你,会在哪里看到自己的创意,那就请您慢慢地读,慢慢地寻,慢慢地思考,如果这样仍然意犹未尽,那就请您以沃客的名义,用沃客的形式,在沃客的环境中,与我们一同探讨。

InnoCentive,开创现金激励的先河

www.InnoCentive.com 是第一家以现金激励为基础、促进全球性科学研究的沃客(work2.0)网站,也是专门为全球科技研发界而创建的、首家互联网奖励机制公司。

“威客,e时代的工作,自由自在的工作,让你足不出户的工作。”

InnoCentive是世界著名的制药企业美国礼来公司的子公司,总部设在美国波士顿,其名字取自 Innovation(创新)和 Incentive(激励)。虽然 InnoCentive 公司成立只有短短的三年时间,但其网站已经取得了令人惊讶的业绩。网上公开的科研难题已经达到数千个,世界 125 个国家的 2.5 万名科研精英注册,许许多多的企业在这里找到了他们梦寐以求的科研难题的答案。

InnoCentive 让相关公司登记为“寻求者”,寻求者在一个保密的互联网信息交流平台上张贴挑战,充分利用科学奇才的智慧,以增强自身的研究与开发潜力。大公司张贴的每项挑战都包括详细说明和相关要求、截止日期,以及为最佳解决方案提供的奖金额。张贴挑战的“寻求者”公司的名称将得到完全保密,并且有安全保障。

世界各地的科学家都有资格在该网站注册为“解决者”。解决者可访问和评估挑战,并且通过安全的网上递交程序递交解决方案。InnoCentive 的科技团队将回答解决者可能提出的任何问题,并将递交的所有解决方案呈递给寻求者公司。寻求者公司审阅递交的所有解决方案,并且只把奖金颁发给最符合其要求和被其公司视为最好的解决方案。奖金额从 5000 美元到 10 万美元不等。所有获奖者的名单和个人简历也都在网站上公开。

InnoCentive 公司非常重视开发中国科研人员的潜力,其负责人已经与中国一些科研机构进行过接触。公司的评价是:“中国是注册科学家增长最快的地区。”目前全球共有来自 125 个国家科学家注册,而中国的注册人数已经达到第二位。美国伊利诺依大学的一位中国留学生还获得了奖金,最近复旦大学的一位博士生也成功地解决了其中一道难题,目前正在办理获奖的手续。

对于挑战的科学家和那些提出问题的大公司而言,这的确是一个可以实现“双赢”的好方式。虽然一些跨国公司有自己庞大的科研队伍,但寸有所长,尺有所短,公司内部的人才并不能完全解决科研过程中遇到的难题。现在,有了这样一个新颖的网站做桥梁,公司科研进度会大大加快,而且可以大幅降低商业研发成本。对于科学家而言,加入到挑战中来,即使不能解决难题而获得高额奖金,他们也可以通过这个网站知道各公司现在最需要的技术是什么,从而明确自己的科研方向。更重要的是,他们可以从了解到,自己正在进行的科研项目是否已经有同行走在了前面,这样就可以避免做无用功。

“用你的智慧,开创你的事业!”

K68 中国式创意就业平台

K68 网站的模式是全球独创的,宗旨就是只要能通过互联网独立完成的事情,都可以在 K68 发布任务来做。最简单的例子就是,比如你现在想创业,成立了一个小公司,需要为自己的公司弄一个标志出来,那么你就可以在 K68 网站上发布一个“征集公司标志设计方案”的任务,所有 K68 里对这个任务感兴趣的会员们就会参与并提交出设计方案供你选择。

中国地区经济发展差异巨大,中小城市的宽带普及程度非常高,这使得中小城市的人才为发达的大城市里的客户工作成为可能。

以 K68 为代表的在线悬赏工作的沃客(work2.0)模式,充满了中国特色。

只有中国有这么大量的闲置且受过良好教育的高级人才与高度普及的宽带互联网。在美国这样发达的国家,也因地广人稀而使宽带无法达到中国这样的普及程度。而这也正是实现网络远程工作的必要条件。

K68 成长之路:一个 flash 引发的故事

K68 网站的创始人是阿康(康录发),2004 年 7 月建立,当时只是利用了一个免费的 BBS 系统简单改造而成。

阿康当时正在做多媒体生意,需要为一个客户的光盘内容设计一个 flash 片头。他本人并不擅长这方面的技术,偶尔看了一本小说《横刀立马》,受里面工会制度的启发,所以就创建了这个以客户出钱发布悬赏任务,会员们(即现在所称的威客)参与竞标,中标即得奖金这样的模式流程的 K68 网站,并发布了第一个任务:flash 片头制作(300 元)。

该任务发布时,K68 网站上注册的会员仅有几十个,但是立即就得到了这几十个会员(威客)的积极参与,好作品不断,最终顺利圆满地完成了任务。

随后的几个月,阿康都是“兼职”性地经营着 K68 网站,到 2005 年 3 月,才开始同几位合作伙伴一块专心全职经营。阿康坚信,这种模式必将成为影响中国,乃至世界的全新的商业模式。他认为,仅从常规项目,比如设计行业来说,K68 的模式与市场传统模式相比,就存在着相当明显的优势:

“虽然是“客”,但在这里你作主。”

——阿鲁



首先,K68 现在已有十几万会员,根据客户发布任务的金额与难度的不同,每个任务也有几十人,甚至上百人参与提交方案,每个人的创意角度都不同,客户有非常充足的选择余地。而传统的广告公司或“设计作坊”,他们没有这么大的人力资源来自由调用,一个客户的案子最多给予五至十个方案供选择,通常惯例是给出三个方案。

再者,在 K68,客户自己出价悬赏招标,所以可以比较好地控制费用,即使一开始悬赏时出的价过低效果不理想,也可以随时追加提高任务金额刺激高手参与。这与传统广告公司设定一个“准入门槛”形成鲜明的反差。

2005 年 6 月 17 日,美国马里兰大学 2005 年中国商业计划大赛举行,这是第一个在硅谷和北京两地同时举行的商业计划大赛,17 日上午美国数十家知名风险投资商参加了此次活动。北京长安俱乐部会场有 50 多人参加,美国硅谷圣塔克莱拉(Santa Clara)会场有 150 人参加。现场,来自北京和美国的 11 家成长型公司的核心团队通过视频会议分别作了两分钟的陈述,并与硅谷的风险投资商们进行了互动答辩。最终 K68 公司在这次大赛中获得了第二名,荣获 1.5 万美元创业资助奖励。

业务增长迅速:重赏之下必有勇夫

2006 年 9 月 3 日,中央电视台新闻联播报道了以 K68 为代表的沃客现象,对 K68 这种远程工作和促进灵活就业问题的模式给予了很高的关注和评价。

K68 的这种远程工作不仅仅局限于“设计”这一行,诸如文字创作、影音文件编辑处理等需求都非常适合,可以说已涉及到非常广泛的领域,小到有女孩发布任务请大家帮助调理坏心情,大到有发明家协会发布任务请大家设计飞碟模型。到今天为止,K68 里客户们发布的任务的种类已达 70 多种,比如常见的“公司标志设计”,“公司起名”,“产品包装”,还有一些比较接近即时需求性的,比如打字校对、录音文字整理等等。

K68 这种悬赏机制的魅力还可以从以下数据中领略:

——K68 发布的第 1 号任务到第 1000 号任务,历时 590 天;

——第 1000 号任务到第 2000 号任务,历时 166 天;

——第 2000 号任务到第 3000 号任务,历时 80 天;

——第 3000 号任务发布时间:2006 年 11 月 27 日。

——截止此日,在 K68 上已发布过任务的客户有 2500 家,已注册的威客

“威客——让你在家赚钱!”

(会员)12 万多人。

——任务总金额 138,154,3 元,发放奖金 927,843 元。

K68 的未来之路:中国式就业

从 K68 正式成立公司(2005 年 3 月)到今天(2006 年 12 月),21 个月,已经有 2400 多次在这里获得奖金。这是一个非常可观的数字。这其中有很多身体缺陷的人,也有怀孕生子的全职妈妈,以及其他因各方面原因不方便正常上班的人。

K68 希望将来会通过这种方式,为大部分人提供主要的经济来源,使其成为一种普遍的就业模式。同时,这也是缓解中国日趋严峻的就业压力的有效方法,通过互联网来平衡现实中在工资水平与资源分配等方面存在着的巨大的地区性差异,是远程工作和灵活性就业发展的必然趋势。

沃客(work2.0)与传统意义上的“SOHO 族”和“自由职业者”是不同的,SOHO 只是极少数的一些公司的中高层管理或技术人员才能享受到的一种工作方式。如果一个公司的员工无法做到见面沟通,那么将只会使效率降低,协调性变得非常差。而所谓的“自由职业者”,也只是一些在某个固定圈子内大小有点名气的人干的事,而待到“才思枯竭”、“江郎才尽”之时,要想扩展新的“经济增长点”也非易事。沃客(work2.0)模式则是集这两者之大成者,开创即突显魅力。

随着中国就业压力的增大,以及互联网的普及,灵活就业显得越来越重要和必需。沃客(work2.0)模式是中国经济发展的必然产物。

智囊团:让每一位任务发布者满意

2006 年初,看了一篇关于报导国外一个网站的新闻,该新闻称通过知识交易服务可以从中赚取提成。觉得很有意思,知识也能交易?中国有着庞大的人才库,散布于全国各地,但大部分都没有发挥的平台,个人价值得不到很好的体现,如果中国也有这样的平台就好了。强烈的兴趣驱使我不断地去了解这方面的知识。经过了几个月的思考和研究,网站的架构和模式已经成型了。马上联同北京的好朋友,陈胜男先生,于 2006 年的 8 月共同创立了智囊团威客平台网





智囊团“全家福”

站。我们的理念就是要汇集全民智慧和创新能力,宣扬草根文化。

网站采用悬赏招标的模式。只要客户有需要,就可以在平台上发布任务,通过悬赏现金的方式,由网民报名竞标。被客户选中的方案则为中标。中标后可得到现金奖励。我们把这种模式定义为在线悬赏竞标平台。只要是通过网络可以完成的任务,我们平台都可以发布,并让网民去完成。

网站的业务大至分为八类,包括设计、策划、网站、软件、劳务、游戏、动漫、影视。每一个分类都包括了很多细化服务。比如设计就包括了 LOGO 设计、名片设计、包装设计、画册设计、广告设计、平面设计、室内外设计、外观设计等等服务。这种新兴的交易模式在国内还不被太多人所了解,很多人都以为我们平台只能发布设计的任务,其实很多方面的需求都可以通过悬赏招标去实现,有位李先生就通过我们平台帮他的儿子悬赏名字,悬赏金是 50 元,竟然得到了 2500 个方案之多。敢于尝新的李先生不断地称赞我们的平台威力巨大。

9 月 2 日和 3 日,中央电视台两次的专题报导,为网站带来了单日超过一万人次的访问量。对于一个开站不到一个月的网站,面对如此高速的发展,真的有点措手不及。我是一边做生意一边运营网站,两边的工作开始难以兼顾了,我决定放弃现有的生意,在原来的基础上新加入 4 个在网站方面有经验的朋友,一起组建公司,把网站当成自己的事业,全心全意去运营。期间,各种风险投资机构也主动上门联络,希望投资参股,由于我们已有了明确的发展计划,都被我一

“威客行业给了我自由的工作,我不仅通过竞争能获得知识与技术,而且能获得部分乐观的收入。”

——沧海

work 2.0 沃客