

facebook之父 Mark Elliot Zuckerberg

马克·扎克伯格

后乔布斯时代的传奇

[美] 林志共 王静 著





中青院 11 000663180

facebook Mark Elliot Zuckerberg

马克·扎克伯格

后乔布斯时代的传奇

[美] 林志共 王静 ◎ 著



 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

Facebook之父马克·扎克伯格——后乔布斯时代的传奇/[美]林志共 王静
著. —北京: 新世界出版社, 2012.3

ISBN 978-7-5104-2588-2

I. ①F… II. ①林… ②王… III. ①扎克伯格, M. —生平事迹 ②网络公司—
企业管理—经验—美国 IV. ①K837.125.38 ②F279.712.46

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第027930号

Facebook之父马克·扎克伯格

策 划: 北京日知图书有限公司

作 者: [美]林志共 王 静

责任编辑: 马泽峰 闫 勤

责任印制: 李一鸣 潘代兵

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街24号(100037)

发 行 部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总 编 室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版 权 部: +8610 6899 6306

版权部电子邮箱: frank@nwp.com.cn

印 刷: 北京联兴盛业印刷股份有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 190千字

印 张: 12.75

版 次: 2012年4月第1版 2012年4月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5104-2588-2

定 价: 39.90元

版权所有, 侵权必究

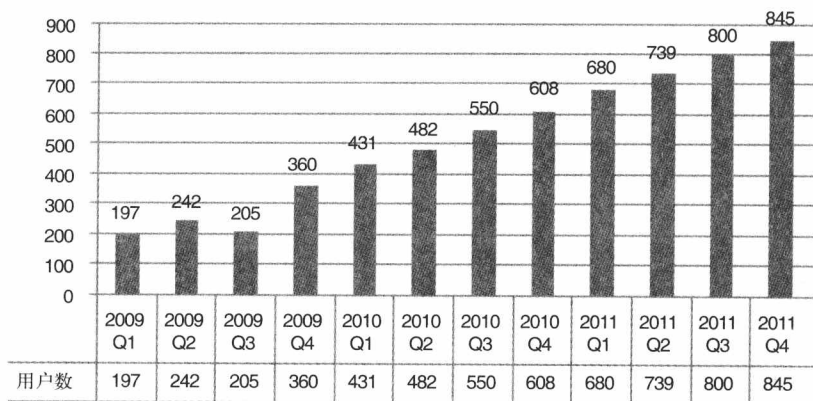
凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

Facebook 是什么？这个问题恐怕连 Facebook 的创建者马克·扎克伯格 (Mark Zuckerberg) 也说不清楚。有 1 000 个人使用 Facebook，就有 1 000 种关于 Facebook 的定义。

对于喜欢收发信息的人们而言，它是一个发布、收取信息的平台。Facebook 是全球最大的信息发布平台，也是互联网上最大的分享网站。截至 2011 年 12 月 31 日，Facebook 的网页上每个月有近 75 亿张图片、2 000 万个视频和 6 000 万则新闻、日志之类的新内容上传。这里上传的信息量如此之大，以致扎克伯格不无骄傲地说：“我们拥有整整一个世代里最具威力的信息传播机制。”

或许，有一天你会不经意地发现，你获取信息的方式正在发生改变，过去我们大多是从电视、报纸上获取消息，但是现在，信源可能就是你的朋友。一件新闻事件发生后，为何要到专门的新闻网站去看，而不是第一时间从朋友那里收



Facebook 全球月活跃用户数 (单位：百万)

资料来源：新浪财经

看？就连 Google 的一位产品经理也不得不承认，当信息来自某个朋友时，用户会觉得更加可靠。比如，在埃及的抗议活动中，抗议者只通过 Facebook、Twitter 这样的社会化工具收看即时消息，他们声称：“我们不相信电视上播放的消息。”在 Facebook、Twitter 上可以听到世界上的另一种声音。

对于喜欢交友的人们而言，Facebook 是他们最好的交流工具。在 Facebook 上，人们通常会把自己的电话号码和即时联系方式列在自己的简介中，用户不必费尽心机地寻找想认识的人的电话或者邮箱，只要键入对方的名字，就可以与对方取得联系。通过 Facebook，用户还可以了解对方的兴趣、爱好及最近的活动，可以轻易地熟悉并了解对方。比如，你参加宴会被一个漂亮的女孩吸引，你想认识她，想了解她是否有男友，想知道她对什么感兴趣。你只要在 Facebook 上输入她的名字，就能找到她的主页，所有你想知道的信息都在上面。而这些信息都是用户自愿提供的，他们愿意和朋友分享这些东西。

对于愤怒的公众而言，Facebook 还是他们进行组织的总部，它可以迅速组织起超过百万乃至千万的人群。埃及于 2011 年 1 月

25 日在解放广场上爆发的大规模抗议活动，就是通过 Facebook 和 Twitter 这样的社会化媒体组织的。一位埃及抗议者为了铭记 Facebook 的功劳，甚至给他刚刚出生的女儿取名为 Facebook。从这个意义上讲，像 Facebook 这样的社会化媒体早已超越了一个网站的功能，在信息的发布、传播之外，已然成为整合、组织无组织公众的免费工具。

Facebook 在改变着人们接收信息、传播信息及交友娱乐的方式，每天登陆 Facebook 已经成为很多人的一种习惯。当 Facebook 平台上聚集起超过 8 亿的用户时，它所蕴藏的商业价值再也不能被人们忽视了。2012 年，Facebook 提交申请上市文件后，华尔街对其估值高达 1000 亿美元。甚至有人预测，Facebook 会全面超越巨无霸 Google。Facebook 的商业价值究竟在哪里？

史上命中率最高的媒介

Facebook 最有价值的是它忠实的活跃用户。这些活跃用户日停留时间超过 53 分钟，这是最让竞争对手们羡慕的，也给广告商们留下了充足的想象空间。

Google 的广告模式只是在用户输入关键词后提供相应的信息。在这之前，它无法让用户产生搜索的需要；在这之后，它也没有能力说服用户购买它们提供的信息中的产品。例如，在 Google 搜索栏里输入关键词“数码相机”时，用户能够看到佳能、索尼等相机的广告，但 Google 却无法说服用户一定要购买特定某家的产品。Google 所做的工作只是提供信息，引起用户注意。

但是，Facebook 却完全不同，用户在 Facebook 上停留的 53 分钟足够让广告商家说服用户购买他的产品。换句话说，Facebook 有能力在用户间或用户与广告投放者之间搭建双向对话。广告商可以在 Facebook 上建立主页和用户发起互动，推出相关活动让用

户参与其中。这种方式把广告变成了“内容”，不会引起用户的反感。比如，马自达在Facebook上邀请粉丝们设计一款2018年的汽车，吸引了全世界设计系的同学的参与，其粉丝数也暴增。在用户看来，这并不是广告，而是马自达发动的一场活动。用户享受到了参加活动的乐趣，马自达则吸引到了越来越多的人和自己对话。一旦广告商和用户建立了联系，广告商就会有机会让用户购买自己的产品。Facebook也因此获得了不菲的广告收入。

与Google相比，Facebook对于用户消费行为的引导还具有前瞻性。在Google上，用户只有想买数码相机时才会进行相关搜索。但是，在Facebook上，只要用户有潜在需求，Facebook就可以捕捉住机会投放广告。比如，它可以把一则数码相机的广告信息，提供给一个有小孩但很少上传照片或者照片质量不好的妈妈。

可以说，Facebook是史上命中率最高的媒介。广告投放者希望最有可能对他们的产品感兴趣的看到广告，即我们通常所说的“定位广告”。Google最先开始采用定位广告模式，但它只能通过搜索引擎键入的关键词来预测搜索人的喜好。根据数据显示，全世界每年投放的高达6000亿美元的广告中，仅仅有20%的广告投放给了需要它的人们。但根据Facebook上公开的基本信息，广告商投放广告的精确度要高得多。

在Facebook上，广告商可以收集用户的基本资料，年龄、性别、兴趣爱好以及经常访问的站点。通过这些资料，广告商可以清楚地知道他们对什么感兴趣。许多用户的信息天然具有商业价值，比如用户所填写的用来展示自己的内容，他喜欢的音乐、爱看的书、喜欢的商品、玩过的游戏，这些在某种意义上讲就是广告。就像一位与Facebook合作的广告商所说的：“我们占有的用户信息比任何人都要好。我们知道用户的性别、年龄、籍贯，而且这些都是真实的，其他公司只能通过推测来把握广告受众的特征。而大部分广告商使用的预测性定位，往往是错误的。”

Facebook 可以根据其得到的精准信息投放广告，他们可以把广告投放给有特定需要的人。除此之外，这个广告平台的强大之处还在于，它可以轻易影响到用户的朋友。比如，迪斯尼曾把《玩具总动员 3》的电影票放在 Facebook 上销售，当有用户点击购买时，系统会询问他的好朋友是否有意购买一张和他一同观看。经过这样的推销，很多人都会选择和朋友一起观看。Facebook 的社交营销模式被认为是其超越 Google 的又一个发力点。

正因为有这种优势，扎克伯格才有资本对其广告客户放言，Facebook 今后能保证其受众达到 10 亿，而且还是精准定位地投放。

平台上的机会

2007 年，扎克伯格做出了一个对日后发展产生深远影响的决定，即开放 Facebook 的平台，把它做成一个所有人都可以在上面构筑应用程序的软件开发平台。他想在互联网领域做的事情和比尔·盖茨 (Bill Gates) 在个人电脑领域所做的事情一样——搭建一个标准的软件基础架构，让应用程序的设计更为方便。对比，扎克伯格解释：“我们希望把 Facebook 设计成某种操作系统，你可以在上面运行各种各样的程序。”

Facebook 开放平台后，哪怕是一些不知名的软件开发商都有了一夜成名的机会。比如，一个不知名的软件公司开发了一款产品，在登录 Facebook 之前，它从来没有做过任何宣传。但是通过 Facebook 上的新闻功能（该功能会显示好友的最新动态），只要有一个人安装并应用了这个程序，他的好友的主页上就会显示这条消息，如果好友对此感兴趣，这款软件自然会被再次下载安装。这样，只要编写出的程序能引起用户的兴趣，即便是没有任何营销预算，也能在一夜之间得到百万名用户。

Facebook 提供的便利如此之大，以至于新的应用程序发疯似

的在 Facebook 上生长出来。在 Facebook 上运行着超过 52 000 个应用程序，由来自 180 个国家和地区的超过 100 万的注册开发人员所开发。Facebook 的应用程序每个月会得到 300 亿的点击率。在 Facebook 的开发社区里，估计有 50 多家年收入超过 500 万美元的软件公司主要为 Facebook 开发应用程序。而这些程序的开发商的营收也相当出色，他们在 2009 年的总收入已经和 Facebook 自身的收入相当。

没错，Facebook 的商业模式很成功。它把网民的信息交给广告商，而后得到巨额收入；它为软件开发者提供平台，以此产生收益；它推出了自身的交易货币，并收取提成。尽管有用户起诉 Facebook 侵犯个人隐私，有软件开发者抗议 Facebook 的苛刻条约，也许未来还会有银行对 Facebook 的在线支付提出质疑，但这些并没有阻止 Facebook 发展的强劲势头，Facebook 如利箭般飞行，势不可挡！！

前言
Facebook的价值 // 1

第一章 扎克伯格的网络帝国

上市仅仅是个开始 //3
全球人口数量：Facebook第三 //7
叫板Google //10
消遣工具？NO！ //16
Facebook社区遍地“黄金” //20

第二章 扎克伯格悖论

天才与怪人的结合体 //27
我从来没想到过运营一家公司 //35
让网站有趣比赚钱更重要 //39
与用户“对弈” //44

第三章 Facebook的心理学背景

因人性而生 //53

复制现实 //57

基于关系进行传播 //62

第四章 独特的参与型广告

广告是Facebook要做的生意 //69

Facebook的优势 //75

是广告，也是信息 //78

社交营销是双刃剑 //82

第五章 占领平台才是王道

不可避免的平台战争 //87

占领网络平台 //91

建立手机平台 //96

平台上的对弈 //99

第六章 扎克伯格对中国市场的野心

扎克伯格来了，Facebook还会远吗？ //107

Facebook的中国模仿者 //113

谁最有可能成为“中国的Facebook”？ //119

跟Facebook学什么？ //123

第七章 扎克伯格的经营心得

从退学生到CEO //129

扎克伯格的“团队经” //134

保持独立 //139

拥有绝对控制权 //143

第八章 成长的烦恼

极具争议的隐私问题 //151

谎言、背叛与内战 //154

帝国没有边界 //159

树大招风 //168

尾声
Facebook时代 //175

附录
扎克伯格关于Facebook招股的公开信 //179

What's
on your
mind?

第一章

扎克伯格的网络帝国

This is your Wall.
Update your status,
share photos,
post links,
and upload videos
for your
friends
to see.

Facebook是人们平常联系、交流的平台，又是将无组织的人们组织起来的场所，还是无数商家寻找商机的“宝地”，玩家玩游戏的“天堂”……总之，只要有需求，在Facebook上一切都可以实现。Facebook不仅是一个消遣工具，它颠覆着人们对于生意、交往、社区、邻里之间以及生活中所有一切的认知。更为关键的是，越来越多的人已经接受了Facebook对日常习惯的改变。至2010年3月，Facebook的访问量已经超越Google，成为美国访问量最大的网站。

上市仅仅是个开始

北京时间 2012 年 2 月 2 日，全球社交网络巨头 Facebook（非官方中文称“脸谱”或“脸书”）正式向美国 SEC（美国证券交易委员会）提交上市申请。这一消息立刻“抢占”了各大财经网站的头条位置，尽管国内的大多数人从来没有机会登录 Facebook，不能亲身感受国外媒体所描述的 Facebook 的各种“给力”应用，但这并不影响我们在后乔布斯时代，重新树立一位财富英雄，然后像崇拜乔布斯（Steve Jobs）一样开始狂热地膜拜与追求这个新偶像。



Facebook 公司在自己网站上的主页

上市的“蝴蝶效应”

根据招股文件，Facebook将融资50亿美元。但申请文件并未指明计划发行股票的数量与预期价格。文件显示，2011财年，Facebook营收达37.1亿美元，净利润达10亿美元；扎克伯格2011年收入为150万美元。目前，Facebook在美国私募股权交易市场的估值在1000亿美元左右，扎克伯格持股比例达到28.2%。毫无疑问，Facebook成功IPO（首次公开募股）之后，将成为美国历史上最大的IPO之一，并创下多项历史纪录，而其创始人——未满28岁的扎克伯格将成为世界上最富有的人之一，预计身价达到240亿美元。这当然使他有足够的资本成为乔布斯之后，硅谷的又一位少年成名、万人追捧的创业英雄。

Facebook的上市不仅成就了扎克伯格，同时还让更多人分享了成功的喜悦。Facebook第二大股东风险投资公司Accel Partners，Facebook的共同创始人、第三大股东达斯汀·莫斯科维茨（Dustin Moscovitz）以及俄罗斯风险投资集团DST Global、李嘉诚等人都会获得数亿财富。

由于Facebook在过去几年大量使用了基于股票的激励制度，保守估计将会有超过1000人在Facebook上市后成为百万富翁。Facebook让很多普通人享受了收获财富的喜悦。

扎克伯格兑现了自己当初的承诺，就像他在公开信中所写的：“我们为了投资者和员工而上市。我们曾经对他们承诺给予他们权益，这些权益因为我们的努力工作而获得，此次IPO将兑现我们的承诺。”

同时，Facebook上市的“蝴蝶效应”也已经波及大洋彼岸，中国社交网站是Facebook上市的最直接受益人，新浪此后几日持续大涨20%，人人网股价一度暴涨60%。Facebook的上市还给了

那些仍在苦苦奋斗中的社交网站坚守者们更多的信心与希望，甚至有业内人士预测，2012年Facebook将会引领又一番上市高潮。

硅谷创新精神的最好接班人

仅仅以财富来衡量扎克伯格所取得的成就以及江湖地位，似乎太过世俗与标准单一。尽管财富是很多人追逐与关注扎克伯格的必要条件，但他身上的其他特质，如乔布斯所说的创新精神、扎克伯格自己所津津乐道的黑客方式，才是我们应该透过其财富光环真正去关注的，这些正是扎克伯格获取财富的秘密。

在《史蒂夫·乔布斯传》中，心高气傲的乔布斯称扎克伯格为硅谷创新精神的最好接班人。这句话可以理解为，扎克伯格是乔布斯式创新精神的最好接班人。曾经，乔布斯率领苹果通过应用创新的方式挑战了巨无霸微软，并将其打造成为互联网行业最有价值的高科技公司。现在，扎克伯格也正通过在社交领域的突围，颠覆Google在互联网领域的垄断地位，成功传承了硅谷的创新精神。

乔布斯推崇“海盗文化”，扎克伯格信奉“黑客文化”，扎克伯格认为“黑客方式”是一种涉及不断改进和创新的态度。“黑客们认为，事情始终可以变得更好，没有事情是完美的。他们必须不断对其进行改进，因为他们常常对现状感到不满意。”Facebook的办公室还会张贴黑客标语：“代码胜于雄辩”。这意味着Facebook的每个成员都会因为一个代码而无休无眠地奋战，直到把它做到完美。

除此之外，扎克伯格的专注精神、开放态度以及将社会变得更加透明的强烈责任感，都是一个成功创业者所必需的特质，这也是一个创业偶像受人追捧的内在原因。