



修订升级版

社交红利

从微信、微博等社交网络中带走用户与收入

徐志斌◎著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

徐志斌◎著

(修订升级版)

社交红利

从微信、微博等社交网络中带走用户与收入



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目(CIP)数据

社交红利：修订升级版 / 徐志斌著. —北京：北京联合出版公司，2014.6（2014.11重印）（2014.12重印）

ISBN 978-7-5502-2974-7

I. ①社… II. ①徐… III. ①网络经济—通俗读物
IV. ①F062.5-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第086300号

社交红利：修订升级版

作 者：徐志斌

责任编辑：徐秀琴 李 婷

装帧设计：红杉林文化

北京联合出版公司出版

（北京市西城区德外大街83号楼9层 100088）

三河市万龙印装有限公司 新华书店经销

字数230千字 710毫米×1000毫米 1/16 19印张

2014年7月第1版 2014年12月第3次印刷

ISBN 978-7-5502-2974-7

定价：49.80元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有，侵权必究

本书若有质量问题，请与本公司图书销售中心联系调换。电话：010-82069336

接触Facebook（脸谱网）伊始，我就意识到社交网络必将给传统银行带来冲击。我一面惊叹于社交网络的巨大潜能，一面思考银行应该如何利用社交网络寻找新的利润增长点。徐志斌先生邀我为他的著作《社交红利》作序，看到样稿后，发现一些观点不谋而合，甚有启发，欣然应允。

徐志斌先生服务的腾讯与招商银行一样，俱身在深圳，放眼全国乃至全球市场。招商银行与腾讯是战略合作伙伴，我与腾讯创始人马化腾先生是多年的好朋友。两家公司，银行业与社交网络之间，有许多相同点：都是年轻的公司，员工的平均年龄也都在30岁上下，朝气蓬勃；两家公司都以向用户提供优质服务立命生存。看本书时，也看到一些类似的感觉：

要求企业与时俱进。在互联网的从业者们看来，招商银行所处的银行业更为庞大、传统，似乎潜台词是转身慢。来自外行人的金融创新正在逐步吞噬银行的传统优势，最近互联网金融开始正面挑战银行业。其实，银行业本身也具有IT属性，这

 推荐序1

社交网络带来创新变革的机会

马蔚华

招商银行前行长兼CEO

个行业的从业者一直非常关注技术的发展，积极响应客户的需求变化，不断将最新技术引进到客户服务中来。如今，网上银行、手机银行、移动支付、网络理财早已成为大众的基础服务项目。当然，现在新鲜事物的推出与变化频率越来越快，银行业的适应与变化需要同步进行，这就需要同仁们持续保持快速有效的学习能力。

方便为客户提供更优质的服务。社交网络与企业合作可以开辟新的天地，招商银行与微信的合作就是最佳证明。我们欣慰地看到，招商银行在微信中已成为标杆案例，通过微信这个新兴的工具为用户提供更便利的服务，微信银行的推出更是将这一便利应用到更加宽广的领域。通过微信这一平台，招商银行不仅获得了更多新客户，而且全面颠覆了传统的客服模式，探索出了互联网客服的新模式。这和招商银行的经营理念“以客户需求为导向，不断创新、改变”一脉相承。

带来了产业间的融合机遇。互联网技术的发展，改变了人们的生活和消费习惯，使产业间的边界变得非常模糊，跨界经营已成常态，这为产业间的融合提供了新的机遇。正如我们看到的，微信已经开始绑定信用卡进行小额支付，这看起来细碎，一旦能够普及就会带来很大变化，相当于将移动支付业务推向一个新的发展阶段。相信，未来银行业、互联网、社交网络、电子商务等产业将进一步走向融合。

提供了创新和变革的机会点。未来的世界一定是数据的世界，未来企业都将会是“数据驱动的企业”。大数据终将形成大变革之力，需要创新求变的思维与之相适应。大数据打破了传统的信息不对称和物理区域壁垒，不同产业间的数据对接，会带来许多创新和变革的机会。企业如何利用大数据带来的机会，实现弯道超车，值得认真思量。

在告别招商银行时，我曾说过：当今的社会，是年轻人的社会，消费的主力军、潮流的先锋队、创业的拼搏者、网络的聚焦点，这些无一不是由年轻人所主宰。要率领年轻人赢得竞争，首先必须懂得年轻人。而看微博、用微信，使用最新的社交网络工具正是了解年轻人最好的方法，每天晚上抽时间上微博学网络语言已经成为我的一种习惯。今天，《社交红利》的出版面世，为业界带来了宝贵的学习与探讨的机会，希望书中的内容与观点能启发读者新的思考。

2013年7月12日 于深圳

2013年6月下旬的一天，我收到志斌的邮件，告诉我新书即将面世的消息。从字里行间，我能感受到他的兴奋之情：一部耗时良久、殚精竭虑方写成的新作终于要付梓出版、接受万千读者的审阅了。作为作者，既开心又忐忑。类似的感觉，我也曾体会过。

邮件中，志斌让我先睹为快，并嘱托我为这本书做推荐。由于时间紧，我只能利用社交网络用户常说的“碎片时间”来快速浏览全书，但即便是速读与粗读，我仍被书里的思考和故事所吸引。我想：读者，特别是移动互联网创业者、媒体从业者、社交网络营销工作者，应该会充分意识到《社交红利》的工具价值，并将其中的一些观点和技巧用于指导自身行业的业务实践吧！

首先，这是一本较真儿的书。不含前言后记，共分六章：“社交红利时代开启”揭示了社交网络的价值之源和火爆之秘；“信息的重量”分析了流动于社交网络之上的内容的质量标准与进化轨迹；“关系链壁垒”解读了如何将关注者帐

 推荐序2

在云端之上

张亚勤

微软全球资深副总裁
微软亚太研发集团主席

号变成可用资源、如何不断复制和扩展这样的资源以及如何将资源变为收益；“流动的魅力”提供了实用性极强、可助力企业获取互动红利与“放大效应”的操作指南；“开放与新红利”展现了作者对提升社交网络营销效能的思考与心得；“社交网络中关于未来演进的21个猜想”则预测了今后一段时间的技术创新与用户需求走向。

书中，作者对社交网络由萌芽走向兴盛的深层次原因进行了剖析。在此基础上，他又阐释了基于此类新兴媒体的营销所具备的潜能以及企业该怎样激发这些潜能。此外，对所有的现象、规律，作者都不是泛泛而谈，都不是只给出方向而忽略细节。相反，他援引了大量的业内见闻，或引为殷鉴，或树立标杆，读者应该可以由这些案例归纳出所需规避或依循的路径。

其次，这是一本能够激发思想火花的书。作为IT行业的参与者和社交网络的用户，这些年来，我也一直在关注社交网络的发展趋势，观察用户需求的变化。我认为，社交网络是一面镜子，镜子里映射出的是真实的世界。真实世界会发生很多事，无论好事还是坏事，没有社交网络也一样会发生，而社交网络的建成让更多人获得了知情权和发表意见的权利。镜子的另一重含义是，用户在社交网络上发表的任何内容和回复，都在某种程度上反映了他的思想和内心。

就影响力和演进趋势而言，如同三年前我曾预言的，反映真实关系的社会化商务和社交网络平台而今已凌驾于云端之上，每时每刻都在生成大量的新数据和新应用。然而，即便社交网络可说是继浏览器、即时通讯工具、搜索引擎发明之后在互联网应用领域影响最深刻的一次革新，它仍不免存在着缺憾。比如，随着现实世界的社会关系逐渐数字

化、网络化、实时化、商业化，越来越多的用户随之沉迷于效率更高、或许成本也更低的虚拟沟通。远程互动热火朝天，物理关系链却一再降温，人们习惯于通过手机而不是亲人的手来感受温暖，真正的“面对面”交流成了奢侈体验……如人被机器屏幕所控制的情形，如影随形，不是好的现象。

也许互联网行业下一波的杀手级创新能够解决上述问题吧。希望志斌的新著能启发读者更多的思考。

1992年，美国微软公司进入中国市场时，业务上最大的挑战是懂微软软件产品的人太少。这个障碍必须尽快越过。当时经过思考和设计决定采取社群传播的方式，在国内主要高校成立软件学院，以软件学院为社群基础教授微软软件知识，分享各种工具和开发方法，举办开发者活动，发动报纸、杂志报道传递信息，推动社群交流。经过两三年时间的努力，来自中国的微软认证工程师人数已经在全世界排名第二。

互联网刚萌芽时，美国思科系统公司在中国也需要培养可以设计网络和规划网络运用的工程技术人才。在通过高校和不同单位合作建立“网络学院”培育人才、建立思科社群等方式以外，也采取了不同的策略重点。思科采用校园BBS和社会BBS作为交流中心，协助解决技术人员遇见的技术问题，宣传产品，进行市场互动，帮企业和认证工程师寻找人才、求职就业。同时，成立了代理商社群，通过BBS和即时通讯（Instant Messenger）做交流工具，推广应用。思科在中国的发展，社群



推荐序3

社群与商业进步

杜家滨

微软中国前总裁

思科中国前总裁

力量功不可没。

社群是人类进化发展自然形成的社会现象。传统社会中，社群成员通常有相近的喜好、共同语言或生活方式，通常住的距离不会太远，在一个村庄、城市或是一个国家范围内，交通方便程度影响社群活动的范围。社群内通过信息交换、成员互动而丰富生活内容，资源交换产生商业活动。社群活动大到一定规模时，推动的商业活动会成为社会或国家的经济活动。

互联网出现后，社群地理距离限制消失，继而升级出现了全球级社交网络。我们对传统社群的称谓也由此改为“社交网络”。

大部分互联网社交网络建立时，并没有明显的商业目的。一旦形成规模，社交网络力量变大后，商业机会跟着出现，广告、推荐、销售活动都会产生。像Facebook、Twitter（推特），从社交网络内影响到社交网络外，吸引更多希望参与、得到认同的用户进入，社交网络也跟着同步成长。

随着网络带宽资源日益富裕，移动互联网装置（Mobile Internet Device）普及，互动更方便、频繁，形式更多元化，商业活动规模成正比增加。几年前，第一次听到Google（谷歌）要开发手机操作系统，知道Apple（苹果）要推出iPhone、iPad时，没想到这几项商品对社会影响这么大。Facebook、Twitter、微博、微信这些新兴社交网络和工具在此之上带来新的信息传递和交流方法，从第一次接触到现在每日使用它们和朋友联系，也是始料未及。人类因为有提高生活质量、降低费用、增加方便性的需求，一直在尝试新方法寻求满足，许多发明、探险在满足这些目的的同时间接推动了文明进步。

商业环境形成有几项要素：社交网络、技术（科技手段）、方便性、成本。这几项要素会帮助商业环境创造出获利条件。形成社交网络只是基础，社交网络的目的越清楚，规模就可以发展得越大，商业价值就会越高；社交网络内活动越频繁，带动商业活动创造的价值越容易积累。

不管是传统还是线上，社交网络因为共同需求而建立，群内成员有特定的商业需求希望得到满足。若能掌握社交网络特质，设计出方案满足他们的需求，各种商业机会就会呈现在不同的社交网络中。在国内外，有许多拼车、团购、美食、打车、电影、健身、二手商品租用、销售等网站和服务，社交网络都是在具备商业需求的前提下形成的，而需求被细腻化、被精致化，这又创造出更多新的商业机会。

商业目的无论是提高效率还是减低成本，最重要的还是增值。增值来自于持续地改进与创新。身旁许多可以共享的事物，通过社交网络交流可以和别人分时使用，分时度假公寓、拼车、二手商品社群都是这类产物。网上公开课将课堂容纳的学生人数从数百扩大到数万人，教学方式可以平行学习、异地共享，扩大老师教学效果，降低学生的学习成本，新的以社交网络为基础的技术手段帮助大家达到了这个目的。伴随着设备与通信技术的改良，也会带来交流效率的提升，沟通效果更好、更直接、更实时，商业增值所创造的空间在加大，提供的增值更大。

一些面向企业的商业需求也依靠社交网络的分享得到满足。软件即服务（Software as a Service, SaaS）、平台即服务（Platform as a Service, PaaS）、临时办公室租用、临时行政人员租用……都是企业的商业需求。

企业在社交网络中生存，需要运营和不断地发掘需求，需要通过商业手段满足用户的需求，并刺激、创造新需求。运营结果会带来新的获利机会，引发下一轮投资，扩大自己在社交网络中的覆盖范围和基础。

无论是企业还是个人，都有自己归属的社交网络，细心发掘，善用各种交流工具，就会商机无限。

今天的互联网，“社交”与“开放”是两大不可回避的主题。社交网络将现实活动搬到线上并汇聚起来，而开放则将平台和用户、市场机会提供出去。

用户在社交网络上的时间与日俱增，社交网络如何运用就显得至关重要。以帐号为例，应用无须再辛苦建立自己的帐号体系，庞大且活跃的社交网络用户、成熟的关系链能够协助创业者大幅节省成长所需的时间。

面对这些动向，创业者与企业也需要做一些改变。当然，这种改变并不是为了社交网络，而是为了自己的用户。实际上，在强调用户体验的今天，许多应用已经不再追求用户必须在自己的网站或是应用上，而是追随用户的脚步，进入到了不同的社交网络中去。这就是我们在微博、微信中都能看到这些企业和创业者的原因，利用好庞大的社交网络就成为企业发展所需面对的应为之事。不管是一条细微的信息，还是面向用户提供服务的方式、对话的语气，都需要做出变化和调整，要平视用户，为他们着想。这些细节及背后



推荐序4

社交网络、开放， 及新机会

邢宏宇

腾讯微博事业部总经理

的原因，本书做了大量探讨与论述，可供参考。

作者徐志斌是腾讯微博开放平台的资深员工，他对业界的理解与对开放的热情推动着微博开放平台的快速发展。《社交红利》的出版，可以看作是他多年工作思考与经验总结的结晶。

开放也将带来新的机会。以我们经常使用的微博为例，微博在社交平台中是独一无二的开放的数据，对于这些数据的挖掘与运用，将会带来越来越多的机会，比如在阅读、垂直行业，乃至商业上的改变。

综观不同特点的社交网络，业界与合作伙伴们面对的，必将是一张张越来越开放、用户和数据的累积越来越可观、使用起来越来越便利的网络。这些网络，也将给企业和创业者带来更多社交红利。

2012年5月，许朝军一边游泳一边重新检视自己创办点点网的得失，一些新迹象让他不得不重新思考。过去一年间，点点网没有取得想象中的超快速发展。

在投资人、媒体、市场眼中，许朝军绝对是受到欢迎和追捧的明星创业者，他过去的简历十分耀眼。1999年，还在清华大学就读时，就参与创办Chinaren。网站出售给搜狐后，与王小川（搜狗CEO）、姚键（优酷土豆集团CTO）、阚宏宇（优酷土豆集团副总裁）一起，并称“搜狐四剑客”。5年后加入千橡集团，担任校内网负责人4年，一举将校内网（现在已经更名为人人网）打造成国内主流社交网络之一。创业前最后一份工作为盛大在线首席运营官、盛大边锋总裁。

在这样的背景下，他创办的轻博客网站——点点网一经推出，就备受资本宠爱。2011年2月，刚从谷歌中国总裁任上离职、组建创新工场不久的李开复成为他的天使投资人。同年4月7日，点点网开放注册，当月月底宣布获得来自联创策源、红杉以及创新工场上千万美元融资。



前言

让信息 在关系链中流动

但点点网的发展似乎遇到些瓶颈，无线化可能是其中一个方面。尽管许朝军在创业初就看到了无线的机会，点点网却不是单纯为无线而生，PC思路依然占据核心。很快，他发现原来依赖的笔记本电脑很长时间不再被使用，手机成为移动办公、接触外界、娱乐最有力的工具。人们的行为朝手机不断迁移，停留在PC上的时间上越来越短。点点网暂时没能把握住这一趋势，这导致了另一个表象，即发展有些缓慢。2011年年底，点点网宣布注册用户超过500万，自此以后再没有公布过更新的数字。

这一年年初，国内几大社交网络纷纷打开开放的大门，欢迎业界合作伙伴们进驻。涌入的企业和创业者中不断有人宣称掘到了真金。点点网却没能借助到这些庞大平台的力量。

2012年10月，反思后的许朝军重新推出新产品“啪啪”，这款聚焦在手机上的有声照片应用带来了新的玩法，迅速开始了走红历程。半年之后，啪啪注册用户数过1000万，远远超过了自己的同门兄弟点点网，更超越其他手机应用。

对比点点网，啪啪的不同之处在于：

直接采用了成熟社交网络的帐号登录体系，借此，在用户制作有声照片后，可被鼓励分享到各大社交网络中去。许朝军说，这一做法是为了利用社交网络已有的便利，用户可以更方便地注册、找到自己熟悉的朋友并留下来。和社交网络的融合还能让创业公司获得更快的发展速度，借此甩开可能的潜在对手。确实，自上线以来，同类竞争对手对啪啪很少能够造成威胁，追随者被远远地甩在了后面。