

Facebook现状分析、SNS社交网络的见解及SNS的深层次应用  
电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文  
[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/544/2021\\_2022\\_Facebook\\_E7\\_8E\\_c40\\_544639.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/544/2021_2022_Facebook_E7_8E_c40_544639.htm) Facebook为什么能成功? SNS是2008年中国  
互联网最火爆的现象了，无数的SNS网站一夜之间纷纷涌现  
，前仆后继，蔚为壮观：校内、海内、开心、一起、蚂蚁以及  
无数的Facebook克隆SNS网站陷入了一场空前惨烈的厮杀当  
中，每个人都生怕错过互联网下一个the big thing的机会，一  
波接一波的抄袭、炒做和竞争令人应接不暇、眼花缭乱。我  
也未能免俗，从2006年就一直关注SNS网站的发展，在2007年  
下半年就开始用Facebook，也一直在不断思索：究竟SNS网站  
的未来是什么呢?这场空前混乱的SNS大战会有什么样的结果  
呢?在中国，一个成功的SNS模式应该是什么样的呢?先阐述一  
下自己的观点，期待抛砖引玉：一、引子 早在博客概念还如  
日中天的2005年，国内就已经有一大批克隆MySpace的SNS网  
站了，比方说uuzone，圈网等等，当2006年MySpace以5.8亿美  
元的高价被新闻集团收购之后，国内的Myspace克隆网站达到  
了一个高潮。但是这种类型的SNS网站模式在国内一直不太  
成功，难以病毒式传播，需要依靠大规模用户推广和不断的  
线下活动组织，所以逐渐式微了。除了已经关门的之外，其  
他的已经无一例外的改头换面克隆Facebook了。此时当其他  
网站还在盯着博客概念和MySpace的时候，/百考试题/收集/王  
兴已经全盘克隆Facebook推出了校内网，眼光很独到。但是  
直到2007年微软以2.4亿美元购买了Facebook的1.5%股份，这  
才真正引爆了国内的Facebook热潮，此前言必称MySpace的谢  
文也从此改口，言必称Facebook了。从2007到现在一年时间

不到，国内的Facebook克隆SNS网站已经是忽如一夜VC来，千万SNS缤纷开了。这些众多的SNS网站当中，除了51.com和豆瓣之外，几乎无一例外的先后抄袭MySpace和Facebook，特别是从王兴开始，把抄袭发展到了毫无道德底线的程度：连按钮和CSS样式表都直接拿来就用，开创了互联网抄袭无底裤的新时代，从中国互联网的历史贡献来说，王兴可以和周鸿相提并论，都是划时代的开创者。现在的SNS都长着一副Facebook的嘴脸，这真的十分无趣，国外的Web2.0网站类型非常丰富，光是SNS类型的还有twitter，friendfeed，friendster，ning等等，干吗光盯着Facebook抄阿?所以我的第一个话题是：二、Facebook的成功秘诀是什么?这几年时不时有人问我：JavaEye的成功秘诀是什么?也有很多人告诉我他们发现了JavaEye成功的秘密是XXX，在他们看来，只要按照这个XXX去做，也可以创办一个成功的技术网站，但我没有发现有人成功过：这不是因为他们找错了秘诀，而是因为网站的成功并不是光靠一个秘诀。JavaEye的发展历史分为几个阶段：从2003年9月创立到2006年8月是第一个阶段，这个阶段的JavaEye靠的是个人铁腕管理.从2006年9月到2007年9月是第二个阶段，这个阶段的JavaEye靠的是web2.0概念的社区改造.从2007年10月开始是第三个阶段，这个阶段的JavaEye靠的是不断精益求精的功能和品质服务。以后JavaEye还会有很多发展阶段，跨越每个不同的发展阶段都需要独特的核心竞争力(或者说秘诀)。现在国内克隆Facebook的一些SNS网站就犯了上面同样的问题：王兴认为Facebook的成功秘诀是发展大学生用户市场，所以他搞了校内网.当王兴卖掉校内创办海内的时候，他又认为Facebook的成功秘诀是真人社区，这一点也

被谢文反复的吹捧.而戴志康显然认为Facebook的成功秘诀是去中心化的社区形态，所以他搞了一个UCenter Home出来.而从开心网开始，大家又突然发现Facebook的成功秘诀原来是上面的Web小游戏，于是一窝蜂的抄袭Facebook的热门小游戏.当然还有很多人认为Facebook的成功秘诀在于开放平台.不过最搞笑的还是麦田师兄(他是我大学同系高4届的学长)，把一个poke功能当成了Facebook成功的全部秘密，/百考试题/收集/很有点像古代学会写一二三，就以为“万”字要写一万笔的笨学生。所以不同的人看Facebook，会得出不同的结论，所谓：“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”。其实这些看法都对，但是又都不准确：Facebook在每个发展阶段都有导致他成功的原因：在Facebook发展的第一个阶段，面向校园市场和实名注册是他成功的原因.在Facebook发展的第二个阶段，采用去中心化的封闭式设计又能够很好的隔离不同类型的用户.在Facebook发展的第三个阶段，是开放平台推动了他的腾飞，是web小游戏让他的用户群迅速的扩大。因此就算要抄袭Facebook，也应该认识到Facebook成功的每个阶段，要抄就抄得全面点，别把着一个poke就以为自己得到了成仙药丸。

三、Facebook究竟是什么? 那么Facebook本质上是什么东西呢?现在的Facebook对用户来说是一个社交工具，而不是一个社区.如果我们抛开用户的身份，从互联网网站类型去看，Facebook是一个应用平台，而不是一个社区网站。因此目前国内的SNS网站当中，只有开心网最接近Facebook，只有开心和海内没有企图去成为一个社区网站，其他所有的SNS网站都背离了这一点。我在2007年下半年，总是不断的收到一些朋友的Facebook邮件邀请，一开始不为所动，到后来开始

不胜其扰，最后注册了一个账号。但是注册账号以后发现Facebook就是一个空白的网站，根本不知道可以干吗，于是又是长期的不登陆，直到一个朋友给我发来了Facebook上面的Vampire的app邀请，Vampire是一个吸血鬼的小游戏，你可以咬别人组建你的吸血鬼军队，还可以和别的军队作战。就这么一个小游戏，立马让我明白了Facebook是怎么个玩法，马上促使你把自己的MSN/Gtalk的朋友都拉过来玩，于是一个你熟识朋友的在线圈子很快就组成了。现在很多的开心网用户看到上面这一段，肯定觉得似曾相识，他们就是这样开始用开心的，这里的互动关键点是什么呢？是作为一个网站，用户为什么会来你的网站？因为你的网站有大牛？还是因为你的网站有高质量的文章和讨论？还是因为你的网站提供了很多吸引他的机会和资源？如果用户是因为这样的理由来你的网站，那你抄袭Facebook就太失败了。因为你的网站核心竞争力还是在于“内容”，还是要依靠UGC。那么一个封闭的社区、一个去中心化隔离用户的社区要创造高质量的UGC就太难了。Facebook靠的是你的朋友在上面活动，你可以参与他们的活动，这就是全部的理由。/百考试题/收集/至于搞什么活动不重要，写不写什么文字也不重要，唯一重要的是你需要Facebook这样一个tool来保持和你朋友之间的关系。虽然Facebook不仅仅限于认识的朋友，但是其主要目的就是提供给熟识的朋友进行交流之用，因此Facebook本身并不提供任何全站的公共信息广播，也不开放匿名访问，你和自己认识的朋友之间的交流本来就是私密性的，这些信息本来就是被保护起来的。而且尤其重要的一点就是Facebook并不鼓励UGC(用户创造内容)，这是和其他web2.0网站的本质区别

。Facebook真正鼓励是你和你的朋友在Facebook上面“发生了互动的行为”，而不是“互动的所创造的内容”。用这个标准你去衡量一下，就会发现开心网是唯一神似Facebook的网站，而其他网站，特别是UCenter Home简直就是拙劣的Facebook模仿者，他完全没有领会Facebook的本质，完全用自己做社区软件的思路去套Facebook，搞出来的UCHome压根就是一个社区网站，这一点大家看看5GSNS：1、你为什么去5GSNS，因为你想看keso或者其他大牛写的文章2、你为什么去5GSNS，因为你知道keso或者其他大牛现在在干吗3、你为什么去5GSNS，因为上面有互联网行业的招聘信息说白了就是一句话：高质量的内容和资源在吸引你，所以要保持高质量的内容和资源，你必须依靠高质量的会员持续的UGC，那么我请问你，这和一个BBS有本质区别吗？或者我这样问你，keso不用UCHome，而是discuz！，会妨碍你访问5GSNS吗？会妨碍你泡在这个网站上面并且发贴吗？所以小戴同学换汤不换药呀。

四、Facebook怎么赚钱？据说Facebook现在全球注册会员有6000多万了吧，网站流量也排名全球前10了，这样的网站赚钱是不难的，难的是用简单的商业模式持续的赚大钱。无论是Facebook在网站上面搞搞电子商务卖卖商品也好，搞搞网络招聘卖卖人头也好，搞搞游戏卖卖道具也好，都能赚钱，但是这些商业模式有问题：1、无论是电子商务、网络招聘、网络游戏或者其他的什么商业模式，/百考试题/收集/都是划分具体的用户群体去赚特定人群的钱，无形之中，潜在客户就少了一大半，Facebook坐拥6000万会员，商业模式的覆盖面必须广，去赚小众的钱就是个失败的模式。

2、进入特定的分众领域，以Facebook这样的通用SNS网站来

说，竞争力根本不及专业的垂直网站，你做电子商务做不过ebay，做网络招聘做不过monster，做网络游戏做不过暴雪，都只能吃点残羹冷炙。而且这种专业领域，你Facebook根本没有积累，你需要花多么大的代价才能摸清楚这里面的水有多深呀。

3、你做这些垂直领域的生意，其实就是和Facebook平台上面的开发商在抢生意，这是一个大忌，会破坏整个Facebook平台的商业生态链条。而这个大忌，校内网正在不遗余力的去犯。那Facebook怎么办?靠广告吗?广告是一条路，但光靠广告不行。Facebook在2007年广告收入是1.45亿美元。这个收入水平和Yahoo这样的门户网站无法相提并论，也远远不足以盈利和上市。其实在网络广告市场，已经被证明的广告模式只有两种：搜索引擎的关键字广告和媒体网站的媒体广告，也就是Google模式和Yahoo模式，或者说国内的百度模式和新浪模式。前者依靠拍卖广告关键字赚钱，后者依靠网络媒体内容平台传播影响力。而Facebook的精准广告投放只能依靠CPC(每点击成本)来计费，而我们知道Google的adsense收入是非常可怜的，他的主要广告收入来自竞价排名。Facebook的非UGC特性决定了他是一个没有内容的网站，无法像媒体网站那样卖内容广告，作为一个对比，开放式的SNS网站MySpace就不同了，他的网站互动产生了巨大的UGC，所以他的广告收入是Facebook的3倍以上。因此光靠广告收入，对于Facebook来说非常的不够。那

么Facebook的钱途在哪里? Facebook的真正钱途在于从app开发商身上赚钱!我们看看淘宝网是怎么赚钱的就知道了：淘宝网开店不收费，但是你想成为诚信商家，你想进驻淘宝商城，你想在淘宝的搜索上面靠前，你想获得淘宝的高级服务，

那么请乖乖交钱。而淘宝上面的大商家是很愿意掏这笔钱的，因为淘宝这个平台可以让他赚到更多的钱。Facebook现在就是一门心思做平台，不做应用，尽量能开放的数据全部开放出去，不遗余力的培养app开发商，为app开放商创造最好的赚钱途径。Facebook就是一个巨大的网店，而app开发商就是上面免费租赁店面的商家，兜售自己的玩具，吸引用户来玩。app开发商可以去做网络招聘、app开发商可以去做机票预定、app开发商可以去做电子商务，现在Facebook上面已经有几万个app了，其中真正赚钱的app还不是特别丰富。/百考试题/收集/等到Facebook平台上面有100万个赚钱的app商家的时候，Facebook再面向app商家推出增值服务，你可以想像一下到时候Facebook赚钱是多么容易的事情。所以Facebook并不需要直接从注册用户身上赚钱，而是把面向用户的细分垂直领域的赚钱机会统统留给app商家，同时也把这些细分领域的成本、风险和时间统统节省了，Facebook只要把自己的平台做的足够好，给app商家提供足够好的免费服务和增值服务，就可以坐在家收钱了，压根不需要自己亲自一个细分领域一个细分领域辛苦的开拓。从这一点来看，校内是多么的愚蠢和短视。为什么现在Facebook这么全心全意的伺候app开发商，当然是因为app开发商将来就是Facebook的衣食父母呀。F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)