

第20章 社交网络和Facebook

今天,绝大部分人的生活都离不开手机。华大基因的CEO尹烨先生有一次和我一同作为某个论坛的主讲嘉宾,他很痛心指出,今天的人已经被手机绑架了,因为大家平均每6分半钟就要低头查一下微信,以至于无法集中精力深入思考。6分半钟,这个数字实在有点惊人,为了确认他?得没有错,我专门了解了一下信息的来源,发现这个信息是准确的。而实际情况可能比这还严重,因为这是2013年底的数据,在过去的五年里我们对手机的依赖有增无减。需要说明的是,这仅仅统计了查看微信这一类短消息的次数,也就是说,统计的只是掉用手机的社交网络功能,并不包括打电话、发邮件和购物等其他行为。这些统计数据说明,人天生是通信的动物,而社交网络是今天人与人之间最重要的通信手段。

1 通信的动物

- 人类对通信的依赖是植入基因中的,这使得人类能够在生存竞争中取得优势。
- 虽然在某些方面人类不是生物界最复杂和最聪明的物种,但人类具有强大的语言能力,可以有效地传递信息,这使得人类在族群争斗中能够聚集更多的人。
- 人类独特的能力之一是使用符号进行交流,这使得人类能够保存和传递信息,而动物则无法利用符号进行信息保存。
- 人类能够将经验和知识通过传递信息的方式传递给后代,这是动物所不具备的能力。
- 随着社会组织的复杂化,人类对通信的需求和时间投入越来越多,通信手段和效率也必须跟上社会的发展。
- 通信技术的进步对于工业社会的发展至关重要,例如电报和电话的发明。
- 在现代社会,通信已成为人们日常生活中不可或缺的一部分,包括实时通信和社交网络的兴起。
- 人们在通信中花费的时间已超过其他许多日常活动,尤其是社交通信量最大。
- 随着互联网和网络技术的普及,基于互联网的大型社交网络已经崛起。

强调了人类对通信的重要性以及通信技术的发展对社会产生的影响。

2 社交网络1.0

在上个世纪互联网兴起时,早期的互联网用户主要使用邮件进行通信,但它并不是严格意义上的即时通信工具。然而,1996年以色列公司Mirabilis推出了ICQ即时通信软件,这一产品成为了重要的社交产品,并在两年后被美国在线收购。不久之后,雅虎和微软也相继推出了自己的即时通信服务。

然而,这些早期的即时通信产品功能有限,只能发送简短的消息,并没有成为真正的社交网络。但由于可以在电脑上挂载一个小客户端来提示上网的人,这些即时通信工具很容易让双方或多方形成即时互动,因此它们成为朋友们之间,尤其是年轻用户之间使用频率极高的沟通工具。

这些即时通信工具并不具备社交网络的四个特征：用户创造自己的用户资料、创造内容并保留通信记录、允许公众访问特定用户发布的信息、用户可以通过某种方式寻找新的社交对象。这四个特征使得社交网络的活动从简单的沟通扩展到更大范围的社交活动，并且这是其他技术手段无法实现的。

Friendster的出现在2002年确立了社交网络的上述四个原则。它让用户能够创造自己的用户资料，并保留通信和交流记录的功能。此外，Friendster还赋予了用户访问私信信息的权限，成为后来社交网络所必需具备的基本功能。然而，Friendster也面临着虚假信息和欺骗行为等问题，导致无法吸引有价值的用户和实现盈利。

Friendster的成功引来了众多竞争对手，如MySpace、Orkut和Facebook。尽管Friendster的注册用户数量增长了几年，但大部分用户来自东南亚国家，而在2009年之后，Friendster的业务呈断崖式下跌，最终在2018年彻底关闭。

作为社交网络的探索者，Friendster留下了三条宝贵的经验和三个惨痛的教训。这三条经验是：

1. 人们天生具有交际的本能，尤其是青年男女。社交网络能满足人们追求社交的需求。
2. 创造个人用户资料、发布内容并提供基本的通信手段是社交网络必备的基本功能。用户需要能够展示自己的个性和与他人互动。
3. 权限的管理和部分权限的分享使得社交网络能够实现其他联网服务无法做到的事情，比如共享信息和服务。

然而，Friendster也经历了短暂的成功和衰落，教训如下：

1. 用户信息虚假和网络平台缺乏可信度，导致其商业价值较低。Friendster在广告上的价值极低，因为用户的真实世界和虚拟世界脱节，导致商业价值不高。
2. 交流工具稀缺，用户流失率高，导致大部分注册用户只是“僵尸”用户。Friendster在技术上进步缓慢，没有提供足够的交流工具。
3. 缺乏合适的盈利模式。Friendster未能找到可行的盈利模式，导致其商业运营困难。

Friendster在信息安全方面也表现糟糕，用户的个人信息容易泄露，这是社交网络至今仍未解决的问题。

这些教训使得后来的社交网络如Facebook、LinkedIn和Twitter等公司能够避免重蹈Friendster的覆辙。然而，与Friendster类似的社交网络最终仍然沿着失败的轨迹走下去，无法逃脱命运的安排。MySpace和Orkut等社交网络在技术上提供了更多功能，但仍无法解决用户信息真实性的问题，因此它们更像是虚拟世界的社交网络，无法创造出太多真实世界的价值。MySpace和Orkut最终被Facebook终结，这反映了新时代企业与旧时代企业之间的竞争结果。

LinkedIn作为将虚拟世界和真实世界相结合的社交网络，以专业人士为目标受众，并成功找到了商业模式。然而，由于其高端人群定位，发展速度较慢。相比之下，Facebook在2004年诞生，成为社交网络的王者。

3 Facebook

Facebook的故事已经被拍成电影《社交网络》(Social Network),也就是说它成了社交网络的代名词。不过在中国,至今有不少看过这部电影的观众觉得这部情节相当真实的电影是虚构的,因为中国人很少俾用这个网站的服务,它甚至没有一个官方的中文名称。稍微了解一点Facebook公司的人,会觉得它是一家不错的?联网公司,一家互联网2.0公司的代表(关于这一点我们在后面介绍?联网2.0时再详细介绍),经常上媒体的头条,大概也就仅此而已。然而,作为全世界社交网络代表的Facebook远没有这么简单,这家公司从诞生开始就充满了诸多玄机。

3.1 走出EDU

该文描述了扎克伯格创建Facebook的早期经历和发展过程。文章开始介绍了Friendster社交网络的成功以及当时的社交网络概念的兴起。温克夫斯兄弟决定创建一个专门供大学生社交的网站,并找到了一位同学帮助他们开发,但这位同学后来放弃了。之后,他们找到了扎克伯格,让他开发一个名为“哈佛联系”的网站。扎克伯格被兄弟俩说服后开始开发网站,而兄弟俩则专注于划船和参加奥运会。

文章提到扎克伯格之前创建了一个名为FaceMash的网站,但因侵犯他人肖像权而被迫下线。这揭示了扎克伯格和Facebook的三个特点:产品意识和快速开发能力、对年轻人的需求的把握,以及对版权和个人隐私的轻视。

接下来,文章描述了扎克伯格在哈佛创建The Facebook的过程。该网站限定在哈佛本科学生中,使用学生的哈佛邮箱进行注册,实现了大学互联网上的脸谱与现实人物的对应。The Facebook迅速吸引了大量用户,扎克伯格在哈佛找到了合作伙伴,开始向其他大学扩展。

文章还提到LinkedIn和The Facebook这些第二代社交网络从第一代社交网络中吸取了教训,并采用了不同的用户发展途径。The Facebook的成功在于扎克伯格找到了优质用户的筛选方法,并为他们提供了所需的服务。

在扎克伯格考虑如何发展公司时,共同创始人沙弗利试图通过在网站上卖广告来盈利。然而,Facebook需要在有限的时间内形成足够的规模,并实现转型,否则将错失时机。帕克的加入使得Facebook得到提升,他对Facebook和扎克伯格的发展做出了贡献。

帮助Facebook走上正轨的是硅谷的老兵、Napster的创始人肖恩·帕克(Sean Parker),可以说帕克把Facebook和扎克伯格本人的境界都提高了一个层级。帕克知道Facebook很偶然——他和斯坦福大学的一位女生发生了一夜情后,对方第二天一起床就先去上Facebook,这引发了帕克的好奇,因为帕克曾担任过Friendster的顾问,对社交网络非常有兴趣。在看了Facebook的服务后,帕克觉得这个网站前途无量,于是直接跑到波士顿找到扎克伯格,?他出谋划策。

综上所述,该文讲述了扎克伯格创建Facebook的早期经历和发展过程,以及Facebook的成功因素和发展策略。

3.2 到硅谷去

帕克给扎克伯格的重要建议是将公司名称从"The Facebook"改为"Facebook",去掉冠词"The"。这样做是为了让"Facebook"成为一个专有名词,特指这家公司,传达给互联网用户一个信息:大学生们的社交网络就等于Facebook这家公司。帕克的帮助和搬到硅谷后,Facebook的发展与以前截然不

同。他们很快找到了风险投资，彼得·蒂尔成为第一个投资人。后来，通过改变注册地和增发股票，扎克伯格削减了沙弗利的股权比例和潜在利益，使其被稀释到约6%的股份。沙弗利对此提出法律纠纷，但最终与Facebook达成和解。在没有沙弗利掣肘的情况下，Facebook在硅谷快速发展，帕克起到了关键性的作用，管理日常事务并开发了图片共享功能，确定了干净简洁的用户界面，使Facebook受到用户欢迎。

公司管理权的问题再次出现，投资人和扎克伯格对帕克的领导能力和形象持矛盾态度。帕克被视为精神导师，但他的创业经历和吸毒丑闻导致投资人要求他辞职。帕克在警方搜查中被发现持有毒品，可能是内部告密导致警方介入。投资人要求帕克离开，最终扎克伯格掌控了公司。

随后，Facebook开放注册给所有互联网用户，用户数量大幅增加。微软投资后，Facebook估值达到150亿美元，从社交媒体网站转变为互联网2.0平台

从波士顿地区搬到硅谷，对Facebook的成功至关重要。在硅谷,它获得了当地天使投资人和风险投资基金巨大的投资,包括蒂尔、红杉资本以及俄罗斯的DST基金都是它坚定的投资者。同时,也正是因为硅谷,它才得以从Google等公司挖到了大量的一流人才,使它成为一个境界高远的公司。反观国内很多企业，为了一点优惠条件,跑到三线城市去办公司，从此眼界和资源都受到限制,最终难成大事。看一看中国有多少上规模的互联网公司起源于三线城市,就会懂得这个道理。扎克伯格能够听从帕克的建议,可谓从善如流,这是他获得成功的关键。至于他和沙弗利、帕克等人的恩?,我们在这一章的最后再做评述。