

# 第23章 互联网2.0

IT产业的发展似乎总是不断伴随着概念的炒作,特别是在互联网这个领域。2007年夏天,沙丘路的一家风投公司找我帮忙评估一份互联网3.0的商业计划书。当时,?联网2.0是一个热门话题,很多人靠它来吸引投资人的注意力,这倒并不奇怪。但是,突然有人炒作比这更前卫的概念,风险投资的合?人们也觉得自己拿不准了,才从外面请人来评估。听完两个创业者对他们所谓互联网3.0的介绍后,我问了几个问题,看看对方是否清楚互联网2.0的概念。经过交流和讨论,他们也觉得自己对?联网2.0的理解尚目模糊,谈论3.0更是为时尚早。事实证明他们所?的所谓互联网3.0从来就没有得到哪怕是一丁点的发展。

像这样的概念炒作,过去有,今天有,将来还会有,而且还可能呈现出越炒越离谱的势态。易然永远都会有少数人利用炒作概念从接盘侠身上赚到钱,但是炒作的结果更多的是各种形式的失败。投资人把钱搞丢了,创业者浪费了大好的青春不说,还学了一堆做事的坏习惯,就连付钱的用户可能什么都没得到,预付款就拿不回来了。因此,当别人在炒作概念时,无论是投资人、从业者还是用户,能够保持清醒的头脑,做出正确的判断显得至关重要。当然,如果能够在人们炒作概念时自己冷静地看到现象背后的本质,在别人都赔钱的时候自己挣到钱,那就更值得称道了。在这一章,我们就以发生在2007年前后的互联网2.0泡沫作为案例,分析一下如何从中撇去泡沫,寻找出一个可能的新产业深层的逻辑,判断哪些概念有生命力,并且能够落地。

讲回到互联网2.0。为什么2007年需要这样一个概念呢?我们不妨看看当时的情景,那是上一次全球金融危机发生前的一年,这种时候通常是经济虚高的年代。它距离2000年的?联网泡沫已经过去7年了,一些人对之前惨痛的教训已经遗忘,而目投资人们也觉得该搞出一个新的概念,来延续已经高速发展了好几年的?联网的神话。于是,在这样的背景下,?联网2.0这个概念就正式登场了。一时间,从硅谷到北京,一下子涌现出无数所谓的?联网2.0公司。在2008年全球金融危机之前,它们获得了数十亿美元的风险投资,这在当时是很多钱,易然和后来中国的电商泡沫、O2O泡沫以及P2P泡沫相比还只是小巫见大巫。当时,中国的一些投资机构生怕错过了这一波新的浪潮,跟风投资了一些真真假假的互联网2.0公司,它们美其名曰“占赛道”,“赛道”一词就是那时发明出来的。但是,很快到了2008年年底,数十亿美元风险投资随着金融危机的到来全打了水漂。易然当时一些风险投资机构心疼他们的投资,但是他们随后就庆幸金融危机来得及时,挤掉了互联网2.0的泡沫,没有让他们投入更多的钱,避免了更大的损失。2010年金融危机过去之后,在美国除了Facebook、LinkedIn和Twitter外,那些形形色色的互联网2.0公司当初引人入胜的故事都没了下文。而在中国,更是没有诞生一家像样的?联网2.0公司。

然而,这件事并不能说互联网2.0本身错了,只是炒概念这种做法错了,给很多投资人带来了巨大的损失。互联网2.0最终实实在在落地了,它的代表就是Facebook、YouTube这样的公司。时过境迁,今天已经没有太多人谈论?联网2.0。不过,互联网2.0的概念已被很多互联网公司接受,融入了?联网生态系统中,它潜移默化地改变了已有的一些大的互联网企业,包括既受益于第一代互联网,同时又是互联网2.0公司YouTbue的母公司Google。相反,那些没有接受互联网2.0改造的企业,包括雅虎和中国的门户网站,反而被淘汰了。下面就让我们回顾一下互联网2.0这个互联网发展的重要阶段,以便更深刻地理解当下互联网产业的特点。当然,要?清楚互联网2.0,我们就必须从更早的?联网说起,看看互联网的演化过程 and 用户习惯的变化。

## 1 互联网前传

- 互联网的发展与世界经济的增长存在关联。互联网的兴起在过去近20年间带动了美国和世界经济的发展,尽管两者并不是因果关系,但互联网的发展和经济的增长趋势是一致的。

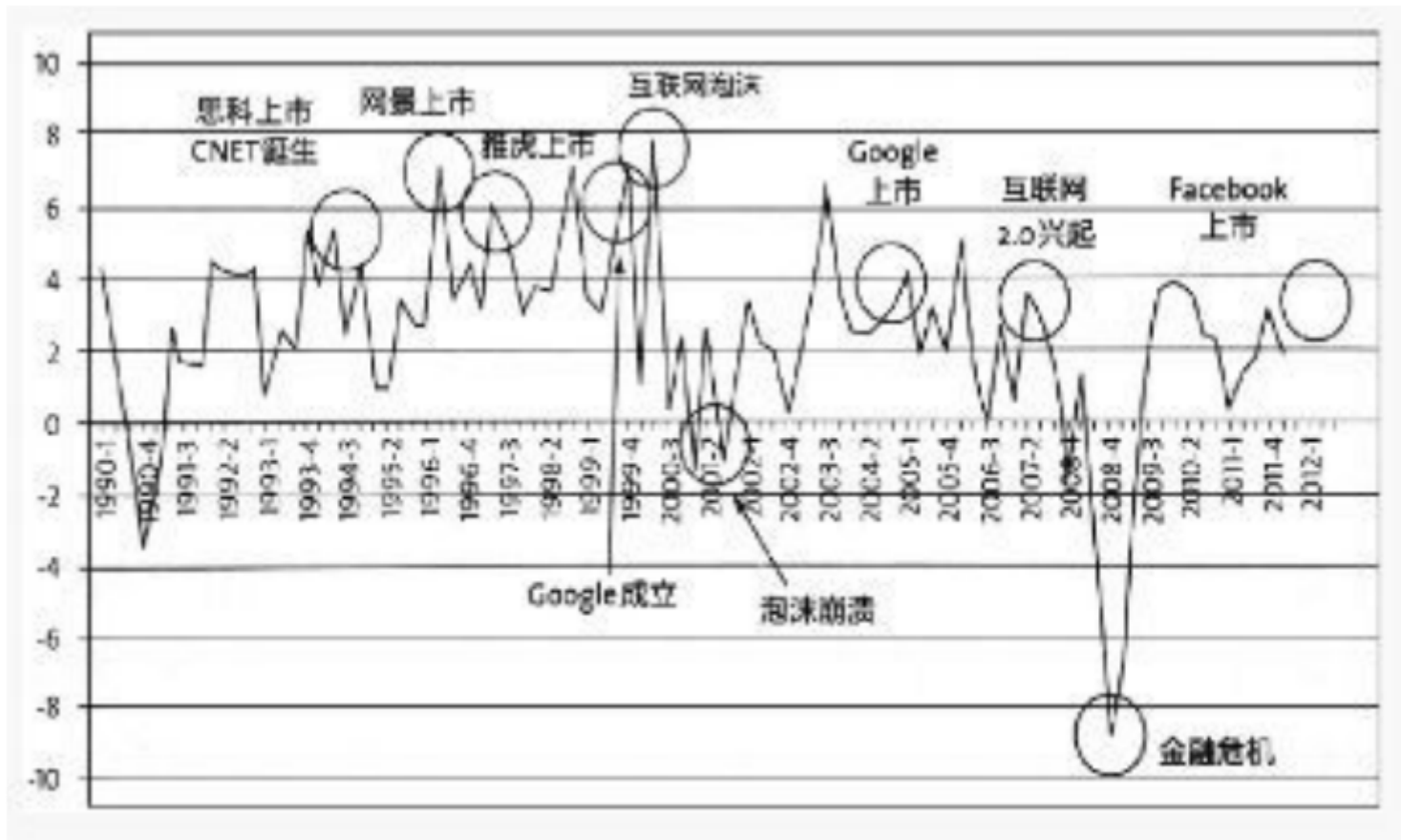


图24.1 美国GDP增长与互联网的关系

- 冷战结束和全球化的趋势促进了互联网的兴起。互联网提供了开放的信息交流平台，满足了人们对信息交流的需求，为经济发展带来了新动力。
- 互联网发展中比微软更有眼光的是雅虎的创始人杨致远和费罗,他们了不起的地方在于当?联网上的内容还很少时,就注意到了互联网内容的重要性。到2000年世界上流量最大的网站全部是门户网站,在美国是雅虎、MSN和Excite等,在中国则是新浪、搜狐和网易三大门户网站。
- 互联网1.0时代主要以门户网站为主导，门户网站通过整理和索引互联网内容，提供上网方式和内容，引导用户访问感兴趣的网站。但用户的发言权和服务提供渠道有限，需要先建立网站才能实现。
- 互联网泡沫在2000年底到2002年期间崩溃，导致大量互联网公司关门，但对用户影响有限。Google在泡沫崩溃后保持冷静，成功利用广告收入维持运营，成为全球最大的互联网公司，确立了免费服务与广告模式的商业规则。
- 互联网2.0时代在泡沫崩溃后得以发展，清除了一些不具备价值的中小网站，为新的发展阶段铺平道路。

文章通过对互联网发展历程的描述，强调了互联网作为经济和社会的重要驱动力，并指出互联网2.0时代的发展将进一步推动社会的变革。

## 2 2.0时代的特征

互联网2.0并没有一个明确的数学或物理学概念，但它有一些明显的特点。以下是对文章内容的归纳总结：

1. 平台和内容：互联网2.0的公司需要提供一个平台，允许用户提交和管理有价值的资讯、信息和娱乐内容。一个例子是YouTube，它提供视频发布和管理的平台。
2. 开放的平台：互联网2.0公司应该允许用户在平台上开发自己的应用程序，并提供给其他用户使用。Facebook和微信的小程序是符合这一标准的例子。
3. 交互性：互联网2.0应该具备交互通信和信息共享的特性，虽然这一特点在目前仍然受到限制，但已促使社交媒体的普及。
4. 非竞争性和自足性：互联网2.0公司应该是用户自主提供内容和服务的生态环境，不应与用户的内容和服务竞争，而是像电信公司一样提供平台。

- a. 很多自称互联网2.0的公司并不具备这些特征。国内众多视频网站虽然很多貌似YouTube，但主要内容是由网站自己提供(直接的或变相的)，而非用户提供的。说的更直接点,就是将电视台搬到了网上。以前雅虎新闻是将报纸搬到网上。而所有视频内容均来自于倬用者而非网站本身的视频网站,也只有YouTube一家。按照这个要求,新浪视频、腾讯视频和爱奇艺都不是?联网2.0的平台,因为它们主导的内容在与用户上传的内容竞争,而提供音频服务的平台喜马拉雅则是。当然,新浪微博也符合这项标准，而腾讯的Q?one则不太符合——它具有自足性,但是不具有非竞争性。
5. 快速主导领域：与早期互联网发展不同，互联网2.0公司能够在短时间内主导一个领域或一大群用户，如YouTube主导全球在线视频业务，Facebook主导年轻人的网络交际。

互联网2.0的特点使其与互联网1.0有明显的不同，这些特点可以用来判断一家公司是否真正具备互联网2.0的特性。

## 3 互联网2.0公司

今天才开始使用互联网的人,可能不知道雅虎公司，因为它繁荣的时代已经过去了,但是它在互联网历史上很重要,通过对它的研究能够帮助我们了解这个行业发展的脉络。类似地,在?联网2.0发展过程中也有一些类似于雅虎的重要的?联网2.0企业，它们今天已经没有太大的影响力了,但是它们在确立互联网2.0的运营模式过程中起到了很大的作用,了解它们的兴衰，对于理解?联网的发展和未来大有益处。因此，我们要介绍一些具有代表性的互联网2.0公司。

### 3.1 Blogger

互联网2.0早期的代表公司Blogger，以及博客在互联网发展中的重要地位。

1. Blogger是互联网2.0早期代表公司：Blogger是一家博客网站，于1999年成立，最早被认为是互联网2.0的代表公司。被Google收购后，Blogger得到了更多资源支持，并发展成为全球主导的博客网站。
2. 博客的兴起：博客最早出现在1998年，允许人们在网上写日记和分享观点。它是互联网1.0时代留言板BBS的扩展，使得个人可以拥有自己的在线发布空间，不需要传统媒体的介入。
3. 博客的优势：博客的出现使得个人可以自由发表观点，而读者可以与作者交流。博客的即时性和方便性使其成为传播言论的有效工具，不仅受到一般用户喜爱，甚至包括名人和大公司的CEO也开始使用博客。
4. Blogger一直没有找到盈利的好办法,付费的高级用户非常少，不足以支撑整个公司,哪怕只有10个人。于是,它唯一的出路就是卖掉。2003年,它终于找到了买主，当时的明星公司Google。
5. Blogger的成功：Blogger的成功得益于创始人的商业眼光、技术方案和时机把握。它在Google的支持下获得了更多发展机会，并取得了显著的用户和读者增长。
6. 当Blogger的创造人埃文·威廉姆斯离开Google,再次创业,2006年又搞出了风靡世界的Twitter时，大家回过头来看Blogger的创始人,才觉得他们在商业眼光、技术方案和时机把握上都是一流的。

总的来说，这篇文章介绍了互联网2.0早期代表公司Blogger的发展历程和博客在互联网发展中的重要地位。

### 3.2 维基百科

文章主要讲述了维基百科的发展历程和与传统百科全书的对比，以及维基百科作为一种基于Wiki技术的在线百科全书的特点。

1. 维基百科的诞生：维基百科是由维基（Wiki）和百科全书（encyclopedia）两个词组合而成。维基Wiki是一种允许多个用户共同编辑和修改文档的软件或技术，而百科全书则是以pedia为词尾的意思，源自古希腊语的paideia，意为教育和文化。维基百科是基于Wiki技术的在线百科全书。
2. 传统百科全书的局限性：传统百科全书在内容和出版发行上存在较大局限性。出版周期长，容量庞大，高昂的价格使得个人难以购买，且内容在信息爆炸时代面临覆盖不充分的问题。
3. 维基百科的崛起：维基百科由吉米·威尔士和拉里·桑格于2001年创立，通过开放平台和Wiki技术，吸引网民自愿编写和分享内容。在短短的时间里，维基百科吸引了大量用户共同编写了数百万条内容。
4. 维基百科的特点：维基百科与传统百科全书在编辑方式和选题上存在差异。维基百科的条目由用户提出和编辑，没有固定所有者，编写灵活，内容涵盖面广且更新迅速。然而，其准确性和公正性仍然存在争议。
5. 维基百科与百度百科：在中国，由于维基百科网站访问不稳定，网民们建立了类似的网站百度百科。百度百科通过吸引大量用户参与编写，快速形成大量中文条目。



6. 维基百科的盈利问题：至今维基百科没有找到明确的盈利模式，主要靠赞助维持运营。维基百科的盈利问题在讨论互联网2.0前景时具有重要意义。

总的来说，维基百科作为一种开放平台的在线百科全书，通过用户共同编辑和参与，覆盖面广且内容更新迅速，成为重要的知识查询和获取途径，与传统百科全书在内容更新和编辑方式上有所不同，但仍面临准确性和公正性的挑战。

### 3.3 YouTube

文章主要介绍了YouTube的发展历程以及其独特的运营模式，强调了其在互联网1.0时代的创新和对传统媒体的影响。

1. 创立和发展：YouTube是由PayPal的两位创始人查德·赫利和陈世俊创立的视频分享平台。与传统在线视频公司不同，YouTube并未与传统媒体合作，而是允许用户自行上传和共享视频内容。
2. 网络视频革命：通过这一革命性的平台，YouTube将传统电视广播的单向传播模式转变为双向互动传播。每个用户都能成为视频节目的提供者，即每个人都可以办自己的电视台。
3. 投资和收购：YouTube很快获得红杉资本的投资，并成为新型在线视频服务的主要公司。后来，由于其巨大的带宽费用，YouTube被Google收购，这进一步推动了其业务的快速增长和全球影响力的扩大。
4. 成功关键：YouTube的成功关键在于其不提供视频内容，而是鼓励用户共同贡献内容，使每个用户都成为平等的内容提供者。这种模式不仅推动了社会为其提供内容，也为其带来了巨大的广告营收。
5. 影响力：YouTube的成功使其成为全球最大的视频分享平台之一，被政治候选人、企业和机构广泛用于宣传和传播信息。
6. 盗版问题：YouTube曾面临与影视公司的官司，由于一些用户上传盗版影视节目。后来，YouTube开发了识别盗版影视节目的技术，并将盗版带来的收益归还给原创者，缓解了官司问题。

总的来说，YouTube的成功在于其开放平台和用户共同参与的模式，将每个人都变成内容提供者。通过这种创新，YouTube实现了视频传播的革命，成为全球最重要的视频分享平台之一，并为Google带来巨大的广告收入。