

# StaaS

提升用户量，构建社交关系是重点。虽然我们无法实际量化社交资本，但作为社会性生物，我们时刻能够感受到它。

## 社交网络的传统模型\*\*Traditional Network Effects Model of Social Networks\*\*

社交网络的搭建需要冷启动过程。关于鸡生蛋的问题，其实还算容易解决：首先你得有一些鸡，然后生了蛋，孵出另一些鸡，依此类推。但更难的问题在于，为什么第一批鸡在没有其他鸡存在的时候来到这里，以及接下来为什么其他鸡也会选择跟随。

这就是为什么，A16Z 合伙人克里斯·迪克森给出一个经验式解法：Come for the Tool, Stay for the Network（为工具而来，因网络而留）。

这就是为什么，社交网络遵循梅特卡夫定律：网络的价值与用户数的平方成正比。

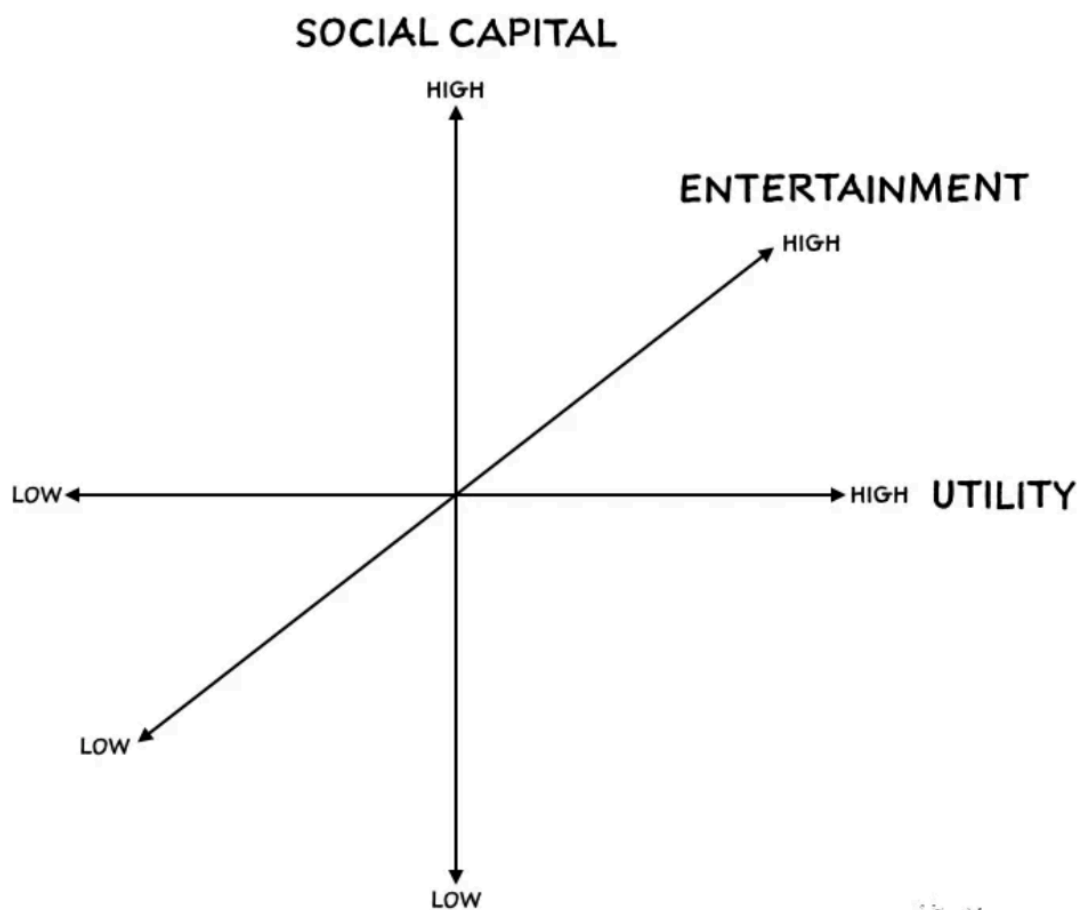
这就是为什么，社交网络的增长曲线会在某一个单点突然爆发。

引用一句话：If I'm fake I ain't notice cause my followers ain't.”

（“就算我这个人假的，我也不会注意到，因为我的追随者们不是假的。”）

## 传统社交资本模型\*\*Social Capital Framework\*\*

传统观点认为，社交网络能够为人们带来实际效用（Utility）和娱乐性（Entertainment）。但我想将其扩展到第三个维度：社交资本（Social Capital）。



Yourseeker

社交网络关于实际效用的竞争是达尔文型的，理性，极度清晰。比如，文字消息传递得最快、视频会议传输质量最稳定，这就是核心竞争力。

## 社交网络与 ICO

### Social Networks as ICO's

为什么说一个新的社交网络和 ICO 很像？

- 1.每个社交网络都会发布一种新的社交资本。
- 2.你必须出示工作证明（POW）才能获得 token。
- 3.随着时间推移，每个社交网络上挖 token 将变得越来越难。
- 4.许多人都看不懂、不愿看社交网络和加密货币。

所有社交网络都需要你付出一些什么才能获得社交资本：

比如 Facebook/微信朋友圈，你需要更新好玩的状态；

Instagram，需要更新有趣的照片；

Vine/抖音/快手，需要更新有意思的短视频。

类似的，Quora、Reddit 和 Twitch，知乎、微博和即刻，你完全可以从这些社交网络的机制逆向反推出它们所需要的工作证明（POW）。（关于社交资本还有一点，你可能会抱怨自己的动态比明星的更好、更有趣，但没有获得相同程度的反向，这很正常。因为社交资本是可以跨平台迁移的，存在先天性的社交资本，对应到 token 上也有预挖矿机制。）

如果你足够早地加入某个社交网络，你就会知道，获取社交资本（粉丝数，点赞量等）就比其他人更容易。比如 Twitter、微博、知乎、即刻，他们的早期用户有天然优势积累了一大批粉丝。而这仅仅可能是因为他们入驻得足够早。而随着越来越多的人加入同一个网络，必定会发生社交资本的抢夺。每个人都对游戏规则更熟悉了，因此竞争也会更加激烈。

**为什么工作证明（POW）很重要\*\*Why Proof of Work Matters\*\***

与加密货币一样，如果某个平台的社交资本的获得太过简单，那它没有任何价值。价值与稀缺性有关，社交网络的稀缺性源于工作证明（POW）。

还记得我们说的第一个原则吗？

**人是寻求地位的猴子。而地位本身是相对的，如果每个人都可以达到某个地位，那事实上没人真正有「地位」。**

像 Musical.ly、抖音、快手这样的短视频平台，多数人想获得粉丝和地位很不容易（因为发布一条有趣的视频比较难），所以他们一开始不用。但对于另一些人（比如早期的青少年、专业 MCN 机构）相对划算，因此他们蜂拥而至。

这是我们的第二个原则，

**人们会寻找最有效的方式来积累最多的社交资本。**

举个反例，为什么有的工具性产品没法顺利过渡到社交网络？

Prisma，一个照片滤镜工具，刚发布时大受欢迎，一键将你的照片变成艺术画，操作非常简单流畅。

但问题恰恰出在它过于简洁流畅了。

由于任何一张照片都可以通过点击一下按钮变成一幅好看的艺术作品，因此没有任何一张能够真正脱颖而出。它缺乏一种赋予用户真正有价值的社交资产的机制/能力。

相比之下，尽管 Instagram 早期也是滤镜工具，但它能带来的改进较为有限。真正被认可的照片仍然得靠摄影师的构图技巧和主题选择，**因为难，需要工作证明，所以诞生出来的社交资本能够被认可、值得被追求。**

这当然不是社交网络成功的唯一原因。如前所述，实际效用和娱乐性也可以带来社交网络。但是引入社交资本这个概念，有助于我们解释为什么一些看似毫无意义、价值、效用的社交网络的成功。

**想理解某个社交网络的天花板在哪儿，首先就要问，有多少人拥有在这个领域竞争并获取社交资本的技能 and 兴趣。**

附录：社交资本庄家运营

## 社交资本利率上调

### Social Capital Interest Rate Hikes

我们前面讲过，如果某个社交网络取得一定的成功，它会增长到需要算法来提高分发效率的程度，以帮助大多数用户保持较高的信噪比，防范流失。这有点像是美联储通过提高利率来预防通胀。

但是当 Facebook 改变算法、将内容分发到 News Feed 中，原先的赢家察觉到问题所在了。在过去，只要通过优质内容获取到足够多的粉丝注意力，就能把它们固化下来变成一种社交资产，它意味着后续的稳定流量和触达。

但既然 Facebook 成了注意力央行，它就可以控制内容的流动性，从而遏制早期赢家滥用社交资产。虽然在 Facebook 看来必须要防范公地悲剧，但早期赢家们并没有这样的觉悟和克制。

## 社交资本的积累与储存

### Social Capital Accumulation and Storage

与加密货币一样，如果你不能持有并将其安全存储，那么追求社交资本的行为毫无意义。**几乎所有成功的社交网络都擅长提供积累和存储机制。**

现在看起来这是非常自然的，但早期还真有不少 App 没考虑到这一点，因此使得其上的价值跑冒滴漏到了其他的社交网络。

比如 Hipstamatic，在 Instagram 之前就已经出现的一款滤镜工具。它和 Instagram 不同的点在于，对滤镜收费，且没有个人资料页面，没有 Feed 流，没有引导用户成为一个社交网络。大家用它来美化照片，然后发布到 Facebook 等其他社交网络。

换句话说，**Hipstamatic 提供了实际效用，但没有捕获到由此带来的社交资本。**

Musical.ly 则是一个正面案例。他们发明了一种独特的工作证明，而且非常清楚自己就是要通过短视频内容来捕捉用户挖掘到的社交资本的价值。

因为不希望用户再将其上传到 Instagram 或 Facebook，他们在应用内创建了一个 Feed 流，这样一来，就帮助用户搭建了一个积累和交换价值的市场。Musical.ly 创始人曾公开表示，他们其实就是想建立一个全新的社会化网络（甚至于一个新的「国家」）。