

07 | Web 3.0社交和创作者经济

2022-08-27 郭大治 来自北京

《Web 3.0入局攻略》

[课程介绍 >](#)



你好，我是郭大治，很高兴与你在极客时间再次相遇。

上节课我们讲了去中心化商业模式在游戏和电商场景的应用，并重点分析了 Play to Earn 模式的风险以及可能实现拓展的方向。今天这节课，我会带你去中心化商业模式的海洋里继续探索，看看去中心化社交有哪些新的玩法？去中心化社交和传统社交平台有哪些区别？以及下一步，去中心化社交有没有可能获得更大的发展？

社交是互联网的原生场景，基于社交场景，互联网诞生了迄今为止最为经典的“免费使用 + 广告补贴”的商业模式，但社交平台同时也是关于 Web 2.0 的主要矛盾最为集中的焦点之一，比如我们在 [🔗第 1 讲](#) 就讲到的 Facebook 的各种事迹。

所以，社交场景的重构，就成为了 Web 3.0 建设的重要目标，即打破原有的商业模式，**建立一个受益人群更广、对外价值输出更大更全，且各方利益可以较好协调的新的商业模式。**

不过目前来看，新技术的出现可能会成为诞生全新商业模式的诱因，但并不会直接产生新的商业模式。

就以社交平台为例，NFT 确实可以实现数据确权，但简单地通过数据确权并不足以推动用户迁移至新的社交平台。并且尽管原有的“免费使用 + 广告补贴”模式，会导致大量矛盾产生，但社交平台和广告厂商形成的商业结盟是稳固的，从经济学的视角来看，它也比较符合规模效应的规律。

NFT 和 DeFi 的发展为去中心化社交商业模式的重构，即 SocialFi 的发展提供了基本的功能模块，但主要依靠创作者的力量，是否可以打破原有的社交平台和广告厂商形成的利益结盟？是否有可能构建一种对外输出价值超过“免费使用 + 广告补贴”的新的商业模式？

如果我们只是简单地从技术的角度出发，确实没办法直接找到答案，但也许这就是市场正在孕育着的一次巨大的机会。

所以，在这节课里，我们会先从**解构社交平台的商业模式**入手，寻找打破现有利益格局的可能途径，再基于市场上已经出现的去中心化社交平台的业务模式，来探讨下构造符合上述目标的全新商业模式的可能性，并由此进一步探寻建立创作者经济的可能的想象空间和基本路径。

不要觉得这些话题离你很远，正是社交平台开创了 Web 2.0 最典型的商业模式，也许，还是社交平台会奠定 Web 3.0 的全新格局。也许你就是新一代社交平台最期待的那一类创作者，也许你能为这样的创作者搭建一个更好的平台。

好的，我们的去中心化社交平台之旅正式开始。

社交商业模式及其去中心化重构

在传统的社交平台上，有两个既彼此独立又相互交叉的价值链。

一个是**广告价值链**，主要是指广告商和社交平台之间形成的广告业务，在这个价值链中，广告商为获得的点击和关注而付费，平台因为用户的聚集以及为用户建立的特征标签而收费，但我们用户在这个流程中，并不参与利润分配，而只是社交平台获得收费的一个工具。

另外一个**创作价值链**，在这里，用户内部进一步分化成了内容的创作者和消费者。消费者为了获得自己感兴趣的内容，会向创作者付费，而一般情况下，平台会在创作者收入中分走一部分收入，性质类似于税收。但有时候，平台也会给一部分占据明显流量优势的创作者，提供一部分补贴，以扩大平台用户规模，增强平台对用户的粘性，并借此强化网络效应。

Web 2.0 时期，社交平台的商业模式首先体现为广告价值链，即广告商和平台形成的价值链，尽管用户作为一个整体对于广告收费的作用不可或缺，但因为个体用户缺乏有效的技术手段，让自己参与到这个价值链当中，所以，用户整体会被排斥在这个价值链之外。而且对于广告商来说，社交平台可以聚集大量用户，通过社交平台建立商业模式，显然更符合规模经济的要求。

至于创作价值链，在不同的平台则发挥不一样的作用。总体来说，用户规模越大的社交平台对于创作者的补贴越少，因为社交平台认为，自己平台的网络效应给创作者带来的流量支持，足以抵消对创作者减少的补贴，这也是占据市场主要份额的社交平台采取的策略。但对于其他平台来说，特别是新进入市场的平台来说，则需要通过加大创作者补贴来扩大用户规模。

Web 2.0 中心化社交商业模式是如何运行的？

那么，在 Web 2.0 时期，对于平台来说，实现上述收益的两个关键因素，就是**数据和算法**。

在算法方面，尽管不同的社交平台在产品形态上存在一些明显的区别，比如 Meta 也就是原来的 Facebook，主要强调与朋友之间的信息分享，Twitter 主要强调短消息的公开发行，Reddit 主要强调小众社区，Instagram 主要强调图片，而 Youtube 主要强调视频，但各个平台开发算法的主要逻辑基本是相同的，也就是**实现广告内容和用户需求的最佳匹配**。

在数据方面，尽管所有平台都默认保管用户产生的全部数据，并且控制数据的访问权，但数据规模对于算法运算效果的影响，往往比算法本身更大。传统的社交平台主要是依靠功能来吸引用户入驻，然后通过**网络效应**把用户留在平台上。这种网络效应，实际上就是社交平台获得市场份额的主要武器，也是社交平台获得巨大经济利益的核心原因。

而且虽然说，现在大部分的社会舆论都在批判社交平台对于用户数据的泄露问题，以及主观的信息发布规则问题，但对于我们普通用户而言，**隐私保护并不是选择社交网络平台的第一需求，内容才是**。如果在内容消费的同时能够获利，更是锦上添花。

所以，在 Web 2.0 产品已经沉淀了几乎所有优秀创作者和内容的当下，Web 3.0 的产品只靠数据自主的叙事，恐怕很难撼动整个市场格局。共识奇点的到来还需要相当长的积累，更现实的做法其实是对优秀创作者的补贴争夺。所以，这一系列问题就都成了去中心化社交创新的主要方向和机会。

Web 3.0 去中心化社交创新关键点：代币化

对于去中心化的社交平台来说，我们不仅要在基础设施的层面打破数据垄断，还要在用户授权进行数据访问的前提下，建立匹配度足够高的算法，来帮助广告商获得足够好的投放效果，这两方面的因素，都是确保广告价值链在去中心化平台落地的必要条件。

而就目前的情况来看，这方面的技术难度主要体现在**跨平台、跨应用的用户数据收集和分析上**，不仅包括跨链的数据收集，还应该包括链上和链下数据的收集。举个例子，如果可以在同一个界面上，展示你在推特和 Mirror 上获得的所有转发次数的话，那从 Web 2.0 平台转移到 Web 3.0 平台，就会很方便。

但是我们也要知道，广告价值链的建立，对于去中心化社交平台来说只能算是一种防御策略。因为在这个领域，中心化的社交平台已经积累了非常丰富的数据和经验，去中心化社交平台需要用数据积累去逐步追赶。

作为市场的新进入者，**去中心化社交平台发起进攻的武器，实际上是创作价值链**，去中心化社交平台需要通过新的基础设施和经济模型，来帮助创作者群体获得合理的收入，帮助消费者获得足够的便利，比如为创作者发布优质作品、接广告、直播卖货、打赏提供基础设施。

而对于消费者来说，就是在享受免费功能的同时，可以方便地进行打赏、直接在创作者店里购物、被广告导流到平台外消费，以及成为付费粉丝购买内容等活动。

所以我认为，在这种模式下，SocialFi 其实可以通过**代币化**来解决创作者和消费者的痛点，将商业利益在创作者、消费者和平台之间重新分配。

因为在传统的社交平台中，流量分发会天然倾向于头部的推荐系统，创作者的获利门槛很高，很多的优质创作者会因为很难在晋升途中获得足够的利益，所以就会放弃了。而通过影响力代币化的模式，中腰部创作者将有可能提早开始获利，消费者甚至也可以通过 Read/Watch to Earn 来获得激励。

我猜你看到这里，应该会想问很多问题吧，比如说，这个“代币化”究竟是啥、是怎么操作的、它在目前的去中心化社交领域里具体发挥什么作用，等等。

别着急，接下来我就给你介绍几个在去中心化社交方向上已经出现的典型案例，让你能更直观地体会到 SocialFi 的具体玩法。

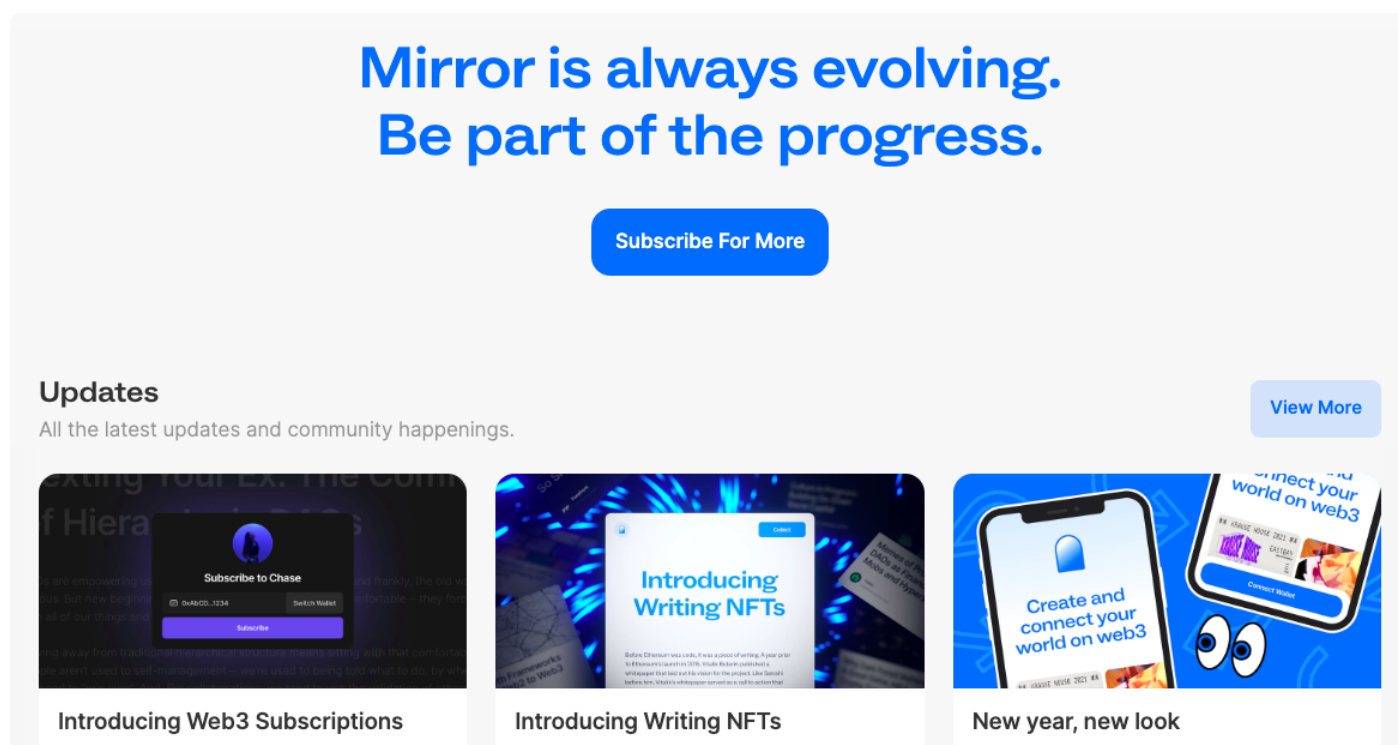
Mirror：去中心化内容发布平台

曾经有一篇报道这样形容 [Mirror](#)，“如果让你写出印象最深刻的 Web 3.0 产品，那么有一半以上的人会选择 Mirror”，Mirror 凭什么收获这么高的评价呢？

有的人会认为，Mirror 是一个去中心化的内容发布平台，但事实上，除了内容发布的功能之外，Mirror 还有众筹、拍卖、投票等功能，基于 Mirror 还可以组织 DAO、进行项目开发。下面我们就先来看看，为什么 Mirror 可以称得上是迄今为止最典型的 Web 3.0 作品。

“新的工具，资助伟大的写作”

首先，Mirror 的基础功能是去中心化的内容发布。也就是说，Mirror 会提供一个基础的功能，创作者可以基于任意的以太坊账户或者 ENS 域名登录 Mirror，然后把文章 Mint 成 NFT 进行发布。但不论文章是否被 Mint 成 NFT，文章都会在 [Arweave](#) 被永久保存。这样，我们也就无需担心会因为硬件的损坏或者内容审查的原因而丢失所有内容。

A promotional banner for the Mirror website. At the top, the text "Mirror is always evolving. Be part of the progress." is displayed in blue. Below this is a blue button labeled "Subscribe For More". Underneath, there's a section titled "Updates" with the subtitle "All the latest updates and community happenings." and a "View More" button. The section features three cards: "Introducing Web3 Subscriptions" showing a subscription interface, "Introducing Writing NFTs" showing a document titled "Introducing Writing NFTs", and "New year, new look" showing a smartphone displaying the Mirror app interface with the text "Create and connect your world on web3".

**Mirror is always evolving.
Be part of the progress.**

[Subscribe For More](#)

Updates
All the latest updates and community happenings. [View More](#)

Introducing Web3 Subscriptions

Introducing Writing NFTs

New year, new look

来源于Mirror官网

此外，Mirror 也提供开放的 API，所有的第三方都可以不受限制地检索全部内容，并基于这些内容进行二次开发。这就是 Mirror 被打上 Web 3.0 标签的“基本面”。

但是“去中心化”并不是 Mirror 的核心诉求，而仅仅是他通向自己愿景的手段之一，Mirror 在其官网中将自己定位成“新的工具，资助伟大的写作”，既然是“资助伟大的写作”，那就不仅仅是以“文字的永久保存”为终点，而是还要为“写作的整个流程”提供支撑，比如筹集资金，比如打赏，比如版税，比如基于文章共识形成的 DAO 的治理。



基于 NFT 对“文章”确权是一件很容易的事情，将文章内容永久存储，更多的也只是技术范畴内的事情。但如果能够围绕“内容创作”，**不仅通过技术手段使其“物理上永生”，而且还能在经济价值和社会价值上，帮其找到“最应该归属的位置”，才能真正体现 Mirror 的全部野心和核心价值。**

愿景的实现路径

为了实现资助伟大创作的愿景，Mirror 为每一次创作提供尽可能多的变现途径。在 Mirror 没有点赞和转发，而只有 Collect，也就是“**打赏**”的阶段时，用户可以直接为自己喜欢的文章提供每次不低于 0.01TEH 的打赏。

打赏之外是**众筹**，他们把众筹整合为了“众筹 +NFT+ 叙事”的模式，Mirror 的用户要想发起一次众筹，首先要有一个基本的叙事，需要通过文字来阐述清楚项目的目的、方法和产出，然后借助于菜单提供的功能，对募集资金总额、募集时间、单个账户募集上限等指标进行设定，一次众筹就可以发起了。需要说明的是，在 Mirror 每发起一次众筹，都需要发行对应的代币，代币可以发挥一种“参与凭证”的作用，当然用户也可以凭借这些代币获得众筹收入。

这里，我们就来看看基于 Mirror 都有哪些成功众筹的案例吧。基于 Mirror 众筹成功的金额最高的，是 CryptoNewYorkers NFT，他们把众筹设置了白名单，只有进入白名单的账户才可以参与众筹，每个白名单需要支付 2ETH，共计 1000 个白名单，这次众筹相当于为项目获得了 2000ETH 的资金。

《 **Ethereum: The Infinity Garden**》是基于 Mirror 成功众筹的第二个案例，这是一部反映以太坊早期发展历史的 NFT 电影，3 天时间在 Mirror 成功众筹了 1035 个 ETH；还有  **The Krause House DAO** 是另外一个在 Mirror 上完成的众筹，这次众筹的主体是一个 DAO，以已故的芝加哥公牛队总经理命名，筹集了 1000ETH 计划收购一支 NBA 球队，或者是收购某支 NBA 球队的部分股权。

Mirror 运营的第二阶段始于 2021 年 10 月，2021 年 10 月 5 日，Mirror 将账户功能开放给全部以太坊账户，同时取消了写作大赛，启动名为 **Reflection** 和 **Spotlight** 的运营活动。

所谓 **Reflection**，就是 MirrorDAO 成员投票选出获得 **WRITE** 奖励的对象，所谓 **Spotlight**，就是根据月度阅读排名量获得 **WRITE** 奖励，但这个时期，所有 MirrorDAO 成员都可获得一个 Mirror 子域名，MirrorDAO 的稀缺性进一步得到延续。而 Mirror 就是以这种方式，继续扩展 MirrorDAO 并激活社区。

所以，如果说 Mirror 在为创作者整体提供便利方面使足了力气的话，那么 Mirror 在生态内部则采用了“留白”的方式，为更多的团队留出更多的发挥空间。Mirror 不提供阅读推荐和排名，创作者要想获得读者的关注，需要自己使劲吆喝。

Mirror 还为更多的专业服务提供了生存空间，比如 Mirror Curator DAO（简称 MC DAO，翻译过来就是策展人 DAO），就推出了 Mirror Weekly Review 中英文两个版本，针对 Mirror 每周高质量的文章、作者和项目进行推荐；再比如 Mirror Club，它作为 SeedDAO 的一个子 DAO，主要的方向就是帮助新进入 Mirror 的创作者，熟悉 Mirror 的各项功能，而且还帮着他们去发起众筹和设计自己的经济模式。

Mirror 就是通过这样进退有据的方式，来逐渐朝着自己的愿景前进。

以上就是 Mirror 成立一年半之内，在“资助伟大写作”之路上给市场交出的作品，这份“作品”显然还只是一个半成品，但我们在这份半成品上，已经看到了一个 **Web 3.0** 的产品应该有的开放性，也看到了一个 **Web 3.0** 社交平台在为创作者赋能的道路上做出的努力，Mirror 用自己的行动告诉我们，打造一款成功的 **Web 3.0** 产品，绝不是仅仅依靠上链就可以一蹴而就。Mirror 身上体现的“收与放”能把 Mirror 带到哪里，我们拭目以待。

Lens Protocol：可组合和去中心化的社交图

接下来，我要给你介绍的是 [🔗 Lens protocol](#)，它是一个具有开源和可组合性的去中心化社交媒体协议。

基于 Lens Protocol，用户可以将自己的主页 Mint 为 Profile NFT，也可以把创作的内容以 NFT 的形式对外发售，当然也可以针对自己喜欢的内容转发或者购买；开发者可以使用协议提供的组件，按照自己的设计搭建社交应用，并共享生态流量。

Lens Portocol 就像一个社交产品的公共后台，可以和用户基于不同形式的界面进行交互。用户通过 Lens Protocol，还可以把数据存储到 IPFS 或者 AWS 中去。

Lens Protocol 把所有用户分为了创作者和普通用户。其中，只有创作者才可以创建自己的 Profile NFT，拥有 Profile NFT 之后才可以发布内容，并对内容进行评价，另外用户也可以把内容转发到 Mirror。

这里提到的 **Profile NFT**，其实是一种动态形式的 NFT，它可以记录和更新用户持续发表的内容，同时保存历史发表记录。而且跟 Miror 等平台类似，Lens Portocol 在上线初期，也对进入白名单的用户开放创作者权限。

而对于普通用户，Lens Protocol 同样提供了模块化的功能供其使用。


一个是 **Follow NFT**，用户只要关注了某个 Profile NFT，就可以生成自己的 Follow NFT。Follow NFT 主要是用来跟踪用户选择关注的内容，每个 Follow NFT 都有一个独一无二的编号，通过这个编号实际上记录了用户和被关注的创作者之间的互动关系。

二个是普通用户还可以获得 **Collect NFT**，Collect NFT 主要用来记录用户喜欢并收藏的内容的，用户可以设置 Collect NFT 对外销售的条件。

不仅如此，Lens Protocol 将上述功能集成之后，还实现了**最核心的一个步骤**，就是可以把上述功能对接给多种形式的智能合约，这也就意味着其他应用只要通过 Plug in，就可以使用这些功能了。而如果这些功能不能直接满足需求，那么 Len Protocol 也会提供开发接口，供外部进行适配和开发。这同时也意味着，所有接入 Lens Protocol 的应用，都可以共享用户。

MaskBook：以隐私的名义把用户链接起来

通过前面的内容，我们知道，Lens Protocol 采用了一种更“轻”的解决方案，通过将创作者和消费者行为“标准化”为 Profile NFT、Follow NFT 以及 Collect NFT 的方式，即使把这些数据存储到 IPFS 或者 AWS 中，也可以避免数据垄断。同时，Lens Protocol 还可以通过标准化的方式将这些数据进行共享。

但  Maskbook 采用了另外一种更“轻”的方式提供“去中心化社交”的服务，Maskbook 不仅放弃了自己建造一个区块链，而且还把区块链设置为了非必要选项，他们反而是直接在 Facebook 上进行功能叠加，以实现数据回归用户的社交方式。

Maskbook 的方式非常简单，它会提供一个网页插件或者移动端的叠加功能，用户一旦安装这种插件之后，在 Facebook 上面发布的消息就会变成一堆乱码，不管是 Facebook 团队，还是 Maskbook 团队也都只能看到这一堆乱码。

但如果你的浏览器同样也安装了 Maskbook 插件的话，这条在其他人看来只是一堆乱码的消息，你看到的就是解码之后的文件的内容，当然你需要是这条消息的接收者或者是分享者。

实际上，Maskbook 就是一个类似于 MetaMask 一样的，将用户基于任何界面发送的信息进行加密，并且针对拥有权限的用户自动解析信息的软件。

Maskbook 的产品思路非常独特，但是它的逻辑又让人不得不接受，为什么我们愿意将这款仅仅是实现了部分信息加密功能的软件，称为“Web 3.0”产品呢？

因为，Maskbook 帮助用户**收回了数据的访问权**，而且 Maskbook**也没有乘此机会让自己获得数据的控制权**。Maskbook 采用了一整套去中心化的技术方案实现上述产品逻辑，解码加密文件需要的私钥，可以存放在本地，也可以通过去中心化数据库 Gun.js 完成交换或者传递，但不会通过任何第三方机构代为保管，同时 Maskbook 将协议的关键功能全部开源。

这样，Maskbook 就可以基于 Facebook 自己的账户体系、社交关系以及存储空间，为用户获得在去中心化社交平台上希望拥有的大部分功能。

那么，Maskbook 这种直接将幕布挂在 Facebook 眼睛上的做法，Facebook 会欣然接受吗？当然不会，如果 Facebook 认为 Maskbook 已经对自己的运营产生威胁的话，一定会以任何借口果断地把和 Maskbook 相关的所有链接进行屏蔽。

事实上，在 Maskbook 上线不到半年的时间就发生了类似的事情，但这种限制并没有把 Maskbook 的手脚完全捆住，因为 Maskbook 可以采用一种新的加密函数，为所有通过 Maskbook 发送的信息换上一件“新衣”，从而使得在 Facebook 看来是一堆乱码的信息变成另外一个样子，比如一个表情包或者一个 moji，但是基于集成 Maskbook 的插件，用户可以看到的是完全不同的信息。

这就是 Maskbook 技术逻辑的重点所在，Maskbook 可以**基于传统社交平台的基础设施构建一个新的数据层**，这个数据层既实现了保护用户隐私的作用，也实现了将平台排斥在数据使用链条之外的目的，而且这个数据层还可以适用于多个平台，在多个社交平台之上建立一个公共的数据层，从而实现最低成本的用户迁移的目的。

此外，基于 Maskbook 协议建立的公共数据层，也不仅仅是用户之间的私密聊天，如果是一个经过加密的私钥，那么这个网络就**具有传递资产的金融属性**，而且还是跨平台和跨链的金融网络。当然，继续按照这个思路往下延伸的话，可能关于用户的大部分数据，都可以被这个公共数据层所处理，这就是 Maskbook 的想象空间。

小结

这节课，我们分析了创作者经济对于去中心化社交的重要价值，以及目前市场上已经出现的比较有意思的应用，你在学习课程的前半部分时，可能会觉得有点生涩，但是后半部分内容其实更偏实操，我很鼓励你去实际体验一下这些产品，建立一些直观的感受。


在我看来，Web 3.0 的赛道上，行动和思想同样重要。

思考题

你了解或者使用过的有意思的 Web 3.0 的产品有哪些？欢迎在评论区留言，也欢迎你把今天的内容分享给更多的朋友。

分享给需要的人，Ta 订阅超级会员，你最高得 50 元

Ta 单独购买本课程，你将得 20 元

 生成海报并分享

 赞 0  提建议

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

[上一篇](#) 06 | 边玩边赚能给游戏和电商带来新的商业模式吗？

精选留言

 写留言

由作者筛选后的优质留言将会公开显示，欢迎踊跃留言。

