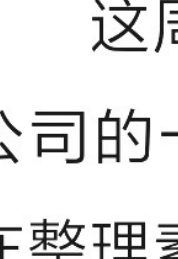


第154封信 | 社交网络背后的逻辑



吴军



第154封信 | 社交网络背后的逻辑

12:54 6.04MB

信件朗读者：宝木

小师弟，你好！

这周和你分享一下围绕Facebook这家公司的一些商业逻辑和管理方法。我最近在整理素材，准备把我的《浪潮之巅》一书升级到第四版，在新版中会加入有关Facebook的一章。这周我把其中一部分内容整理出来，提前一年分享给你。当然这些内容和将来书里面的内容会有很大的不同，书中更多是讲故事，而这里更多是分析一些做事的底层逻辑。今天先回答一个问题，为什么社交网络那么火，为什么互联网热门差不多几年后，才诞生Facebook这样真正意义上的社交网络平台。

2011年，学者们做了一个统计，在全世界的范围里，手机的用户平均6分半钟低一次头看手机，听到这个数字你都会觉得是很可怕的事情。这其中只有20~30次左右是打电话，接电话，看短信和读新闻。剩下下来的100多次，都是在使用微信这类社交网络。当然在中国以外大家更多地是使用WhatsApp，Snapchat等工具。

很多人会觉得这个现象是今天智能手机造成的，其实不然，这里面的根源在于人类自身。人都是通信的动物，我们对通信的依赖是植入我们的基因的。人和人之间，今天的人和上一代人之间的区别只是通信的手段不同而已。

我在之前一些来信中讲过，虽然在很长的时间里，人类自己觉得比别的物种更复杂、更聪明，所以主宰了世界，这其实是一个以自我为中心，颇为自恋的想法。无论是从染色体的数量、基因碱基对的数量，还是从基因的复杂程度上看，人类都不是最高的，甚至老鼠基因的数量都比人多。

过去我们认为人类是最聪明的，因此在竞争中胜出了。但事实上人类的近亲，曾经统治欧洲地区的尼安德特人的脑容量比现代智人还大，没有任何证据表明他们的智力不如我们祖先，可是他们却在生存竞争中被我们的祖先淘汰了，这又是为什么呢？虽然学者们对此意见依然有分歧，但是一个共同认可的解释是，我们的祖先具有更强的语言能力，能够更有效地传递信息，因此在族群争斗时能够聚集更多的人。今天我们每一个人能够同时沟通的伙伴人数在150人左右，而尼安德特人只能做到十几人同时沟通。打起群架来，十几个尼安德特人一定打不过150个现代智人。

人类之间相互的通信使得上一代能够将生活的经验和所学的知识传递给后代。在此之前，动物只能通过遗传把信息一代代地传递下去。当一种蜥蜴吃掉了有毒的蝴蝶而死去，它的基因传承也就从此中断了，而另一只不爱吃这种有毒蝴蝶的蜥蜴，基因就传递了下去。经过很多代，蜥蜴便进化成能够远离毒蝴蝶危险的物种，但是这种信息传递的效率非常低下。人类在能够进行语音通信之后，信息传递的效率要高很多。

一群人中，只要有一个被毒蛇咬过，远离危险毒蛇的信息就会在人群中扩散，并不需要额外的伤害为代价。今天绝大部分人会远离蛇类，并非曾经被蛇咬过，而是接受了他人通过某种方式传递过来的信息而已。

今天你会发现很多人，特别是老人，非常相信社交网络上传播的不实之言，这种缺陷其实源于我们基因中的优点，喜欢接受周围人传递过来的信息。我讲这些和Facebook看似无关的内容，是想说明任何一家在全世界成功的巨无霸公司，背后一定有符合人最本性的商业逻辑在其中。

随着人类的发展，社会组织越变越复杂，人们花在通信上的时间越来越多，通信的手段和效率都必须同步提高才能适应社会的发展。到了19世纪后，通信技术的进步不仅提升了效率，而且一直是科技产业发展的动力。电报、电话、无线电广播、电视，以及今天的互联网，都是如此。

在没有互联网的社交网络之前，大家也有自己的社交网络。我小时候到了夏天，大家会到楼下乘凉聊天，这就是一种建立社交网络的形式，只是效率实在低下。上个世纪末我到美国读书时，惊讶于美国的高中生每天要花三四个小时打电话和同学朋友们聊天，当时虽然有电子邮件，但是那并不适合实时的通信，因此年轻人一回家就抱着电话，甚至我们这些功课负担很重的学生，一次讲一两个小时的电话也是常事。

今天，当很多人抱怨孩子每天花太多时间看手机，并且憧憬着上一代没有这些科技产品干扰的好时光时，他们其实自己在年轻的时候没有机会抱着电话一天讲几个小时而已。随着互联网的普及，基于互联网的社交网络取代电话和其它社交形式是一种必然的趋势。

很多读者问我如何理解顺势而为和不要预测趋势的关系，我觉得世界上，人类自身都有很多永恒不变的东西，比如对幸福的追求，对社交的需求，对服务的需求，把握住这些根本，就是以不变应万变，不作预测，利用新的技术手段作改进，就是顺势而为。也就是我多次讲的：

现有产业 + 新技术 = 新产业。

讲回到社交网络的起源，早期的互联网用户大多使用邮件进行通信，但它不是严格意义上的即时通讯，你可以想象人们肯定不满足用邮件沟通的。因此，在互联网刚刚兴起时，以色列公司Mirabilis在1996年就推出了一款叫做ICQ的即时通讯软件，随即它就被当时互联网巨头美国在线收购了，成为该公司重要的社交产品，并且获得了巨大的成功。后来（1999年），腾讯推出了QQ，这成为了全世界最大的即时通讯平台，并且成为了后来腾讯公司腾飞的基石。

这些即时通讯产品只能发送简短的消息，功能并不强，严格来讲有设计功能，但不能算是社交网络，因为它们不具备下面后来社交网络的四个特性：

1. 用户创造自己的用户资料 (profile)；
2. 用户可以创造内容，并保留一些通信的记录；
3. 允许大众通过某种权限浏览和访问特定用户发布的信息；
4. 用户可以通过某种方式寻找到新的社交对象。

这四个特征无疑将通信从亲朋好友之间简单的沟通，扩展到大范围的社交活动，而且能形成自己的社交圈子。最早解决这些问题的是硅谷一家叫做Friendster的公司，它诞生于2002年。关于Friendster名称的来源和它的历史，大家以后看我写的书，这里因为篇幅的关系就省略了，需要强调一点的是，Friendster的用户增长特别快，几个月后，它就有了三百万的用户，这些用户都不是花钱买的，是自然增长得到的，这说明社交是人的本性。

Friendster对社交网络最大的贡献在于确立了社交网络的上述四个原则。简单地讲，在Friendster上，用户第一次给自己画像，告诉想交朋友的人他是谁。相比之前的各种网站，Friendster的分享功能非常强大，实际上它最初的目的就是方便使用者分享一些付费的内容，特别是音乐和电影。从交友的角度讲，Friendster的通信工具能够记录交流过程，远比过去的即时通讯工具有用得多，同时它创造了互联网上朋友圈的概念，在圈内可以开放一些原本应该只属于个人的权限，这是后来社交网络所必需具备的基本功能。

Friendster在大约两年的时间里就达到了顶峰，但是一枝独秀的局面到2006年也就终结了，同时代的另两家社交网络随之兴起，而新一代的Facebook风头更劲。再往后Friendster就开始走下坡路了，2011年被出售给马来西亚，直到今年彻底关闭。作为社交网络的探索者，Friendster教给了行业的从业者三条宝贵的经验和三个惨痛的教训。这三条经验是：

1. 交友是人的本能，特别是青年男女。

2. 创造自己的用户资料，发布内容，提供基本通信的手段是社交网络所必需具备的基本功能。

3. 权限的管理和部分权限的分享，能让社交网络做到很多其他互联网服务做不到的事情。比如共享一些信息和服务。

如果你是一个社交网络的创业者，包括搞教育培训的，应该记住上面三个经验。

三条教训表现为：

1. 由于用户信息不真实，导致网络平

Aa

写留言

1

请朋友读