

信任社區化網站的商業模式

譯者：這是很發啟發的一篇有關社區化網站的廣告模式。“在大眾媒體上做廣告時，需要大氣，因為只有在觀衆已經知道這個人是誰時，這些廣告才有效。但是在社會化網路中，在他們的小型社區中出名的‘小名人’能證明同樣有效，甚至可能更有效，特別是如果這些活動能產生共鳴、興奮和‘酷’的感覺。”

上個星期，在紐約市舉辦的一次業內會議上，福克斯互動傳媒（譯者：FIM，新聞集團收購 MySpace 後組建的互聯網部門）總裁 Robert Levinsohn 告訴記者：

“MySpace 的主流行銷將保持在網站的‘陽光’領域，像圖書、喜劇電視片、電影和遊戲專區，而不是用戶的個人資料頁面，這些個人資料頁面的內容控制不太嚴格，有一些廣告商表示擔憂的內容。我們希望市場行銷人員更容易地和我們一起工作。” Levinsohn 說。

正如大家現在所意識到的，社區化網站在以廣告為核心的商業模式設法贏利時面臨的根本問題是缺乏信任。說的更明確一些，儘管在歷史上，品牌廣告商對於消費者具有信任，但對於同樣的人群，把他們作為廣告製作者，他們並不信任

（例如對內容無法控制）。而同樣地，被武裝到互動功能的網站用戶，也被證明他們越來越不信任品牌廣告商，例如“廣告跳過”功能的使用。

在許多方面，社區化網站在現今的發展階段，更不發達國家或政治不穩定國家的貨幣。在這種情況下，政府必須盡其所能在它的國家選民和公共機構之間創造和產生信任。畢竟，沒有人們信任的貨幣是什麼呢？它只是一張毫無價值的廢紙。

MySpace 和其他社區化網站正處於類似的困境中。特別是 MySpace，需要成爲它的用戶和廣告商之間產生信任的催化劑。雖然採取隔離策略，如上述的“圍起”品牌安全區域，可能會滿足保守的廣告商並在短期內獲得一些收益，但從長遠來看，這種努力實際上會進一步加劇用戶和廣告商之間的不信任，從而惡化和限制其商業模式的長期生存能力。相反，MySpace 需要做的是直面這個問題，從根本上在其參與者之間創造以前所沒有的新層面上的信任。

給出這一寬泛的、高調的觀點之後，讓我通過提出一個具體的計畫創意外來證明我在本文中談論的

觀點。這一創意本身是否可行不是問題所在，目的是通過這個例子證明一個方向：怎樣在用戶和廣告商之間取得信任。

設想一下下面的場景：一個十歲歲的女孩子正在查看她的 MySpace 個人檔案。在她的頁面上，她注意到一份老海軍 (Old Navy) 的視頻廣告（譯者：Old Navy 是美國的中檔休閒服裝品牌）。但是這份特別的廣告很容易引起她的注意，因為她立即發現廣告中的主角居然是她的中學同學！她毫不猶豫地點擊“播放”按鈕，觀看她的朋友談話、跳舞，同時展示老海軍的新款 Madras 系列便裝。廣告在許多方面感覺好像是用戶製作的，但總的來說水準挺專業的……這種富有創意的感覺是由老海軍廣告代理商有意識地注入到廣告中的。興奮之餘，她注意到她正在上大學的堂姐也線上，於是她通過即時通訊 (IM) 向她描述了剛才看到的情景。她的堂姐給她回復說她以前在她的 MySpace 頁面上也看到過一模一樣的老海軍廣告，只是廣告中的女孩是她在大學中認識的人。

現在，讓我們回味一下剛才發生的事。廣義上說，這種廣告推廣

方式與廣告商們簽約超級明星（如凱薩琳·澤塔-瓊斯與 T-Mobile）或超級體育明星（如大衛·貝克漢姆與摩托羅拉）作為廣告活動或產品推廣的代言人的做法沒有什麼不同。在大眾媒體上做廣告時，需要大氣，因為只有在觀衆已經知道這個人是誰時，這些廣告才有效。但是在社會化網路中，在他們的小型社區中出名的“小名人”能證明同樣有效，甚至可能更有效，特別是這些活動能產生共鳴、興奮和“酷”的感覺。

至於 MySpace 在其中的角色，他們有獨特的優勢。因爲平臺的擁有者掌握所有的用戶資料，他們比任何人更知道網路內誰是“對於某種品牌安全”的用戶。

MySpace 從而可以扮演獵頭的角色，不同類型的廣告商提供最適合出演某類廣告的用戶名單。實際上，這種“可能被星探發現”的激勵可能會讓許多用戶考慮良好地表達自己，以便於被選中。

結果是參與其中的每個人都是贏家。

通過使廣告商和用戶的合作，這種計畫將創造雙方之間的信任。這種信任，乘以廣告活動和用戶的數量，可以完全以一種天然的方式

傳播到整個社會化網路中。這種方式不可能，或不可能在費用承擔範圍內，在任何形式的大眾傳媒中得以有效的執行。

記住，社區化網站不像傳統媒體，它是一種用於自我展示的新媒體，內容由觀衆自己製作和擁有。這是一種需要新規則的規模式……對廣告來說，最重要的規則是開展使用用戶和廣告商結合的計畫，而不是隔離他們。通過使他們的興趣一致，就會創造出信任，社區化網站將能給廣告

商和用戶帶來這種新媒體獨一無二的價值。因此說到賺錢，信任將給社區化網站帶來有可持續價值的商業模式。

作者：Robert Young
譯者：Converitub



MySpace 一代 (節選)

他們在網上生活，在網上購物，在網上遊戲，他們的影響力在不斷壯大。

Toadies 樂隊要解散了！四年前，艾曼達·亞當斯 (Amanda Adams) 剛剛 16 歲。一個放學的晚上，她從德克薩斯州的普萊諾郊區開車到達拉斯，去聽這個當地搖滾樂隊的最後的兩小時的告別演唱，這個樂隊的唱片集 1995 年在全國大獲成功。“當時我淚流滿面，”她回憶說，聲音中帶著一點德克薩斯口音。接下來的那個漫長的夏季裏，亞當斯天天上網尋求安慰，在搜索引擎 Google 網站上反復輸入樂隊主唱的名字，直到這個主唱組建的新樂隊突然出現。她在 Buzz-Oven.com 網站——一個達拉斯青少年的社交網站上，找到了這個新樂隊。

亞當斯立刻加入了 Buzz-Oven.com 網站上，在網站上貼出自己的網路自畫像（一頭黑髮繫在腦後，舌頭伸出，鏡頭前呆滯的眼睛），還列出了她最喜歡的音樂，這樣她

就可以與其他 Toadies 歌迷交流了。很快她開始參加在 Buzz-Oven.com 網站位於達拉斯市中心的頂樓辦公室舉行的兩週一次的聚會，幫助這個網站的其他 Buzz 迷從馬拉松式的樂隊競選中選擇他們最喜歡的組合。（Buzz-Oven.com 對獲勝樂隊進行推廣）在她的 Frisco 高中裏，在購物中心和音樂廳裏，她發放免費的 Buzz-Oven 的 CD 樣品，樣品上都貼著可口可樂公司大大的標誌，可口可樂公司希望通過贊助這個網站來影響更多的年輕人。

亞當斯還帶著自己的幾個朋友去參加 Buzz-Oven.com 每隔幾個月舉行的音樂會。“太酷了，它讓我自豪，”亞當斯說道，現在已經在 Buzz-Oven.com 網站——一個達拉斯青少年的社交網站上，找到了這個新樂隊。

現在，亞當斯正在丹敦的北德克薩斯大學上三年級，她在網上的時間比以前更多了。就拿前不久的一個週末來說吧，晚上七點鐘，她剛剛費勁地完成了廣告管理課程的網上測驗（幾分鐘以前，她的同

學在學校留言板寫道，這個測驗“完全失去控制了”）。接著便登錄了一個朋友在 MySpace.com 上的博客，查出當天晚上的派對在哪里舉行，然後就通過即時通訊軟體 (IM) 與幾個好友商量晚上的計畫。

年輕人、樂隊和可口可樂
與此同時，亞當斯的男友通過即時通訊軟體 (IM) 發給她一個零售店的鏈接，她可以從中瞭解她新買的電腦，兩人開始在網上聊天。她還在網上為 Buzz-Oven.com 的下場音樂會在她的朋友們的 MySpace 檔案頁面上張貼廣告，並更新自己在 Xanga.com 上的博客。Xanga.com 是亞當斯主要用於張貼照片的社交網站。當當斯宿舍裏的電視調到 TBS 頻道，這個頻道在重播《老友記》和《辛菲爾德》等電視劇，但音量一直調到最低，因為她同時還要通過電腦揚聲器聽 iTunes。

一邊做著這些，亞當斯還一邊與她的室友、二十歲的卡麗·克拉

克聊天。卡麗也正通過一台筆記本電腦做與她同樣的事情。

你剛才看到的就可以稱之爲“網上一代”的世界。在網上，做一個 Buzz 迷，是亞當斯和達拉斯地區 3000 多萬年輕人的生活方式，也是全美國數百萬年輕人的生活方式。社會化網路正日益成爲他們的媒介。今天的十幾、二十來歲的年輕人是第一批伴著網路成長並且技術嫺熟的人，他們紛紛擁上 Buzz-Oven 這類網站來確立自己的社會身份。

這裏你可以得到一張進入嬉皮音樂世界的入場券，線上下載值很多錢的！當你在感情上遭受挫折並需要朋友撫慰時，你可以在這裏找到朋友；當你做微積分作業需要有人指導時，你可以在這裏找到老師；你也可以在這裏知道大家去參加的派對地址。對於像可口可樂這樣的大品牌來說，這些網站提供了一個直接通路，通向這些熱心但多變的年輕人。

在這些虛擬空間中，最出色的

要算 MySpace.com 了。自今年 1 月份（譯者：2005 年）以來，其會員人數幾乎增長了三倍，達到四千萬會員。沉迷於這個網站的青少年非常多，根據網路調查公司 Nielsen/NetRatings 的統計，就網頁點擊率而言，10 月份 MySpace 在美國整個互聯網中排第 15 位。還有數以百萬計的年輕人掛在其他新出現的網站上，如大學生交流社區 Facebook.com，共用博客聚集的 Xanga.com。大約有 300 多個次級的小網站，如 Buzz-Oven, Classface.com, 和 Photobucket.com，它們往往較大網站的一部分，或與之合作。

雖然這些網站還處在發展初期，但專家們認爲，它們已經創造了新型的社交行爲，使虛擬世界和真實世界之間的界限趨向模糊。實際上，如今的年輕一代基本上都無視這種差別。

大多數成年人把網路作爲日常生活生活的補充，他們通過網路獲取資訊、買書或送花、交換公寓，或者與其他人分享對寵物、意見或戲劇的喜好。但他們的社交生活主要還是植根於傳統的電話和面對面的交流。

相反，MySpace 一代同時自由自在地生活在兩個世界中。美國中上

階層家庭的年輕人越來越多地把社交網路當作虛擬社區中心，會不時地進去待一會兒甚至幾小時。年齡大一些的人們爲了某一項任務而來去匆匆，而亞當斯和她的社交圈則如同網下一樣，在網上進行實際。這大約與年輕人上網更自如有關：根據 Pew Internet & American Life Project 的統計，在 12 至 17 歲的青少年中，使用互聯網的占到 87%，而成年人中的這個比例爲 2/3。

年輕人還同時使用許多種媒體。根據 Kaiser Family Foundation 的最新調查，15 到 18 歲的年輕人平均每天用於看電視、打遊戲、上網的時間是 6 個半小時。其中四分之一的时间，他們同時進行多項任務。變化最大的是：電腦使用活動如社會化網路，劇漲到接近 2000 年的 3 倍，達到平均每天 1 小時 22 分鐘。

除了過度分心這一惱人的副作用之外，對於這些未成年人和他們的開放的網上生活有一些真正的危險。在最近的幾個案子中，罪犯通過網路將孩子誘入危險的、真實生活的環境中。而父母們也正在關注孩子們的新世界。

作者：Business Week
譯者：Converitub

中華之聲-廣播公司
Chinese Broadcasting Inc.

3000 W. Valley Blvd., Alhambra, CA 91803
626-289-0001 www.CBinCA.com

「中華之聲」創辦於 1984 年春天，當時爲華僑社會第一家全天候二十四小時中文廣播電臺，由於「中華之聲」的成立，枯寂多時的洛城華僑界立刻刻久旱逢雨，活絡了起來。聽不懂英文的廣大第一代華人，從中華之聲多元化製作方針下，獲得了新聞、娛樂、社教、法律、醫藥、旅遊、戲劇、音樂等等各種資訊與知識，24 年來聽眾人數不斷上升，聽眾群對中華之聲之愛護，幾乎到了離不開的程度。至今，任何時間收聽「中華之聲」者，都在 10 萬人以上。

「中華之聲」的發射塔，坐落在威而遜山之山頂，與 CBS 等發射台在同一地區，天氣晴朗時，你可以從任何聖穀區的一個立足點，向帕薩德納城方向望過去，矗立在山尖，爲您二十四小時不眠不休地服務呢！

從發射台爲中心點，畫一個一百二十英里的半徑，就是「中華之聲」的播音範圍，除沿海各城鎮外，西南可達河運市，聖地牙哥市郊，西北可達千橡樹，溫士納市各地。

「中華之聲」各個節目主持人，均是經驗豐富，知名度甚高的專業人士，無論是新聞播報還是綜藝娛樂節目還有專欄講座等等，都是深受聽眾歡迎與喜歡，尤其是晚間的「空中交談」節目，由於偏重時事政治、歷史等，主持人全是教授級人士，更爲聽眾肯定與佩服。

由於「中華之聲」已有二十四年歷史，所以聽眾群廣泛而固定，散佈於大洛杉磯區域各城鎮。在這樣雄厚的基礎之上，2008 年「中華之聲」迎來了新的領導班子，對經營廣播媒體也頗有信心與經驗。準備在新的一年，製作更高質量，更大價值的節目來回饋「中華之聲」的廣大聽眾一直以來的支持。

24 年來本著服務僑界爲目標，不斷提高節目質量和不斷更新節目內容，得到了廣大僑胞的擁護。爲了更好的服務所有華人，《中華之聲》在新的一年裏將會增加更多類型的節目，也會不斷請各界知名人士進行專題講座，希望你們的關注。

所有將會更新的節目都會刊登在《中華商報》上，歡迎大家參閱。

《中華之聲》一專用收音機在各市的《世界書局》和《長青書局》都有待售。

《中華之聲》廣播公司招聘經驗豐富業務員：請將個人簡歷傳真至 (626) 289-0438

《中華之聲》廣播公司 電話：(626) 289-0001

La Puente Auto & Tires Service

- 引擎維修
- 電動方向盤
- 避震器
- 電路故障
- 煞車
- 輪胎修補換新
- 傳動系統
- 四輪定位
- 定時皮帶
- 消音器
- 冷暖系統
- 各種焊接

換機油 \$35 憑此廣告 \$10 優惠 626.916.0023 or 626.917.4101

直撥電話卡 \$5 打 600 分鐘
(無時限·可試用·30 天退款保證·要首次)

無月費·無接線費·節省長途月費和美國大小長途費用。用手機座機，撥通本公司的接入號碼後，直撥美、加、中、港、台等。不用每次按密碼，贈快撥功能，語音留言，回撥功能。電話訂購，另安裝各 800 號碼和小公司總機服務。

美國長話系統公司
歡迎代理洽談 1-866-919-6119 分機 1

功能簡介：撥通接入號碼後，按：*0 收聽幫助；*1 查詢餘額；*2 24 小時充值；*3 登記撥通手機號碼；多通 8 部；*4 增補快撥號碼；*5 查詢費率；*7 查詢語音留言；回撥結果；*9 重撥上一個號碼 *91 重撥上上個號碼。
撥號規則：中國大陸 0+區號+0+手機號；美國、加拿大 1+區號；其他國家地區 00+國家號+區號

中華商報 訂報單 Oder Form
CHINESE BIZ NEWS

姓名(中文): _____ Name(English): _____
寄報地址(Mail Address): _____
電話(Tel): _____ 傳真(Fax): _____
訂閱: 半年 \$38, 全年 \$50, 兩年 \$80.
支票抬頭請寫(Make check to): **Chinese Biz News**
10501 Valley Blvd., #1199, El Monte, CA 91731
Tel: 626-618-0518 Fax: 626-213-3705
我們接受信用卡(We Accept Credit Card)