

# 這次的科技泡沫不一樣

科技泡沫會發生，但是我們通常都會受益於其留下的重大創新和突破。而當前我們正在經歷的這個科技泡沫，它由社交網絡驅動，最後可能什麼都不會給我們留下。

2006年，一個名叫Jeff Hammerbacher的數學天才剛剛走出校門一年的哈佛大學來到了Facebook，那時Facebook仍處在自己的嬰兒發展期，急需招聘數據分析人員來研究人們對Facebook的使用情況。小伙子來到公司後(當時總共也才100位員工)，扎克伯格給他一個很棒的頭銜—research scientist(研究科學家)，讓他研究人們大多是怎樣使用社交網絡的。更具體的說，他的這個職務是要幫助Facebook找出其為什麼在有些學校很成功而在另外一些學校卻表現糟糕的原因。此外，他還要幫助公司找出高中生和大學行為上的不同之處。

Hammerbacher說到：“我當時的任務主要就是解決這些高級問題，要知道那時Facebook還真是沒有任何工具可以解決那麼複雜的問題的。”

於是在接下來的這兩年裡，Hammerbacher組織起了一支隊伍，並為Facebook開發出了一套全新的分析技術。Facebook也因此收集到了用戶大量的數據並對這些數據作了極為細致的分析，了解到了很多關於人際關係、行為趨勢和欲望等方面的知識。然後其又用這些數據和知識來發展這家公司整個業務的基石—精確廣告。可以說Facebook的用戶就像實驗室的小白鼠一樣，一言一行都被這套技術追蹤著，直到最後Facebook將這些數據開放給其他公司以賺取廣告收益。在Facebook看來，他們所希望的就是越來越多的用戶數據能夠轉化成越來越多的廣告和更高的收入。

但是在Facebook呆了幾年以後，Hammerbacher開始感覺不自在了。他覺得許多重大的計算機科學創新和突破很早之前就已經完成了。他也仔細的思考了一下周圍的這些公司包括Facebook, Google和Twitter等，看著自己和同學在為這些公司賣命，他不禁開始覺得：“我們這一代最聰明的人竟然都在這裡思考著怎樣讓人們去大量的點擊廣告，真衰。”

你也許會說Hammerbacher還算是一個有責任感的工程師，因為他對當前橫行於互聯網技術行業中的基於廣告的商業模式和營銷驅動文化是持反對意見的。其實在線廣告自從互聯網誕生後不久就有了，但是直到最近幾年它才變成一個令硅谷極度瘋狂的商業模式。此外包括Facebook, Zynga和Groupon在內的這些互聯網創業公司也在人才爭奪上表現得非常激烈，都期望能僱到最好的管理人員和工程師。投資者也瘋狂跟進，向這些技術新秀們狠狠的砸錢，然後又將他們的估值送上雲霄。而當這些創業公司取得“成功”後，不可避免的又會出現大量的山寨抄襲，投資者又同樣肆無忌憚的跟進，希望能夠趕上下一個Facebook或者Google的早期投資。現在在納斯達克泡沫破滅11年後，硅谷再次來到了懸崖的

邊緣，因為人們的行為幾乎都是跟風投機然後就是雙手合十希望老天眼向他們開眼給他們好運。技術投資公司Bridgescale Partners的聯合創始人Matthew Cowan就表示：“毫無疑問，我們現在正處在泡沫中，而這個泡沫的產生主要來源於社交網絡和其他面向消費者的應用。”

似乎的確也總會有人警告泡沫的來臨，但是這裡的關鍵是要分清什麼時候是因為錢太多了，而什麼時候不是。不過有些泡沫即便最後令市場上哀鴻遍野，他們也能帶來一些好處。比如上個世紀80年代的那場泡沫就造就了微軟，Compaq和Intel的崛起並迅速的帶動了個人電腦的普及，然後，碎的一聲，泡沫在80年代末期破滅了，但是硅谷卻留下了大量的廉價微處理器以及如何使用這些微處理器的計算機科學理論。然後人們又開始迷戀網絡，只要是與網絡有一點關係的東西都去追捧，可是

再一次碎的一聲，2000年的時候泡沫又破滅了，最後蒸發掉6萬億左右的市值。但是那一次泡沫仍然留給了人們在生活和工作中都將受益無窮的東西—互聯網的基礎設施。

而這次，人們的狂熱則開始轉向更加精確的銷售了。比如說在Zynga,工程師們就正在想千方設百計的思考怎樣更好的讓遊戲讓玩家去參加調查並從口袋中掏出信用卡。而在其他地方，也許就有工程師正在挑燈夜戰希望無論轉戰多少網站也一定要讓張三去點一下那個鞋類廣告並去消費一筆。

當前的這一瘋狂也反應了一個自然進化的結果。人們關注的中心已經由通用性質的技術(工業革命時代是蒸汽動力，信息時代是互聯網技術)轉向了快速消費產品如iPhone, 流媒體視頻等。硅谷的一位創業者Steve Perlman(曾經創建WebTV並將其以4.25億的價格出售給了微軟，現在在運營著一個在線視頻遊戲服務OnLive)就表示“不論哪個時代，聰明的人都會被吸引到最賺錢的行業裡，而現在這個行業就是在線廣告。”

在社交網絡公司裡，數學極客們也許是和計算機科學家或者工程師們坐在一起辦公，但是他們的任務卻和其他人有重大的區別：他們主要是要去挖掘數據，研究趨勢以及寫出最好的公式以便使公司能將合適的廣告展示給合適的用戶。Redfin的總裁Kelman就說：“現在在硅谷，爭奪最激烈的人才並不是軟件工程師，而是數學天才，因為只有這些極客們才有本事抓住用戶的心讓他們多點幾個廣告。”

比如說，社交遊戲巨頭Zynga大約每天就要收集600億個數據點，包括人們一般玩多久遊戲，什麼時候玩，喜歡購買什麼遊戲物品等等。該公司的數學極客們然後又用這些數據來分析哪些人喜歡逛自己的朋友的農場和城市(Zynga開發的遊戲)，人們都喜歡買哪些

虛擬物品以及他們給自己的朋友贈送虛擬物品的頻率等。然後他們就會得出這樣一個重大的發現：經常收到朋友虛擬禮物的人會更喜歡玩遊戲，收不到或不那麼經常收到的則不太喜歡玩遊戲。Zynga的數據分析部門副總裁Ken Rudin表示：根據這個發現，一群數學極客們又想出一種解決辦法—那些不那麼經常收到禮物的玩家我們讓他們更加容易的找到建城(Zynga遊戲)的工具，這樣他們就不會過於依靠他人的禮物了。

這些社交網絡公司基於用戶消費目的的運營行動看起來和華爾街的交易算法系統很像。比如說，一個數學天才會開發出一個在線系統，通過這個系統他能追蹤用戶的搜索習慣，郵件內容以及經常瀏覽的網站等，這和華爾街的輸入數據以及瞬間產生決定是一樣的嗎？一家名叫Flite的在線廣告公司CEO Will Price就說：“通過該系統你能得到所有需要的數據，然後通過這些數據創建出一個能迅速生成決定的模型。”然後，他又進一步解釋到：“你甚至需要在網頁載入完成之前就執行完所有的計算並作出決定。”

不過廣告技術公司也能很好的滿足用戶的某些需求，甚至在許多情況下，他們也還能夠為用戶提供非常有價值的服務。比如說Google就為用戶打開了一扇通往互聯網世界各種信息的大門，並且提供了免費的地圖服務，辦公軟件，智能手機軟件等等。另外它還將自己的一部分廣告收益投入到了工程項目比如自動汽車，登月機器人等的研究中去。而對於那些數學天才們來說，在線廣告時代也能讓他們受益，可以開發其另一半大腦，並促進他們學習市場，營銷等方面的知識，甚至走上完全不同的職業道路。最後，在這個過程中投資者也是受益的，至少在眼面上，比如說那些衝入雲霄的估值。此外Nypex的數據表明：對於Zynga這家公司來說，自去年第4季度以來，它的估值就激增了81%，達到了80億美元(狗臨天下)。

當然，沒有人說那些處於第一階梯的以廣告為中心的公司比如Facebook, Google等將會因為泡沫的破滅而倒閉。但是那些處於第2階梯或者第3階梯的社交網絡公司或者廣告公司的命運就很難說了。比如說今年3月份以巨額融資浮出水面的Color就是這樣一家帶著社交網絡色彩的創業公司。通過該公司開發的同名應用Color，人們可以上傳並存儲圖片，更加重要的是該應用採用的地理定位技術和環境噪點技術能夠根據用戶上傳的圖片分析出用戶拍照的地點，然後自動將這些照片和附近位置的人分享。比如說張三在參加一個生日聚會的話，他就能看到這個生日聚會上其他所有人上傳的照片，在這裡照片成了關鍵中的關鍵。不過現在還很難說Color以後會不會實現盈利。即便其高級管理人員也表示公司可能會從本地化廣告這一模式切入，其盈利能力還仍需要以後觀察。而現在卻並不令人意外的則是該公司的首席產品官DJ Patil是一位數學天才，因為其要負責構建起一整套能夠對那

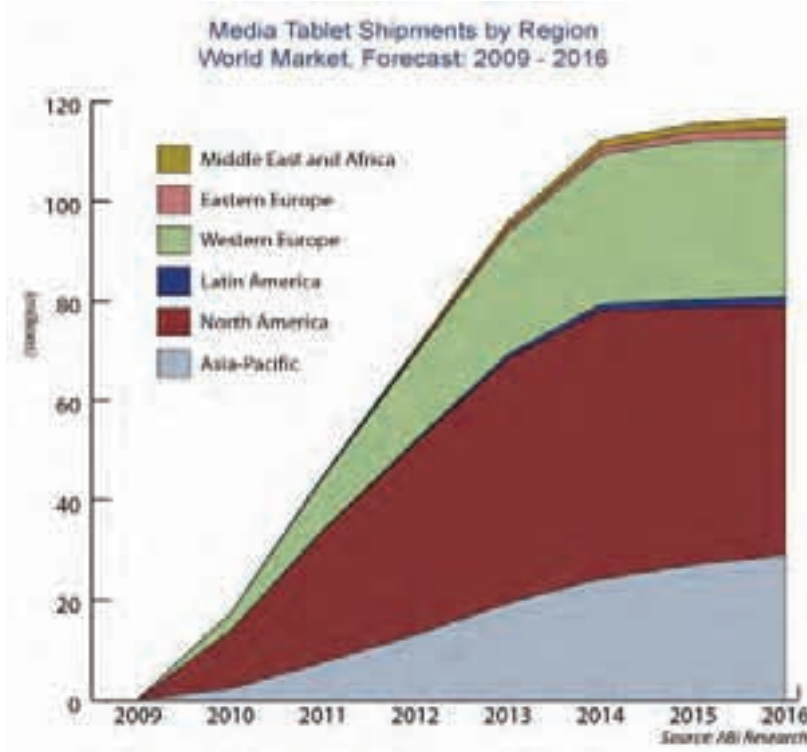
些所有基於手機的信息更新進行好地理分析的具有強大的計算能力的分析工具。

永動機確實是個好東西，只不過它並不存在。到現在為止，這些網絡公司出來的極客們也未能成功的進一步推動其他產業的發展。一位在研究硅谷經濟史上頗有建樹的學者Christophe Lecuyer就表示：“很明顯這些基於互聯網在線廣告的公司和服務並沒有創造出許多的工作崗位，反而導致了工業設計技能的逐步消逝，這一點非常令人擔憂。”

再將時間撥回到25年前的那一次技術泡沫，也就是86年的時候，微軟，甲骨文以及Sun Microsystems紛紛上市。Compaq更是在創建後只用了短短的4年時間就成長為了一家財富500強企業(當時史上成長最快的一家企業)。在泡沫破滅的時候，這些公司也都受到了沉重的打擊，但是他們所開發出來的技術卻成就了其他技術的發展。而現在呢？成長最快的要數Groupon了，這家公司是做什麼的？每天通過電子郵件向用戶發送電子優惠券，據預測，其收入今年可能達到40億美元(去年僅為7.5億美元)，當前估值也已經達到了250億美元。但是你想，泡沫破滅後這家公司會給我們留下什麼呢？恐怕只有那些好看且可愛的郵件吧。

回顧歷史，你總會發現在基礎性技術上面會出現其他許多耀眼的衍生技術。有時這個周期的明星公司也會在下一個周期變成具有核心技術的公司，比如Amazon就是一個很好的例子，在上一次泡沫前其還只是一個純粹的電子商務公司，但是10年後它現在更成為了一個雲計算技術的輸出者。但是我們當前的這次泡沫是不是偏離軌道太遠了呢？技術投資公司Bridgescale Partners的聯合創始人Cowan就說到：“可以很安全的說，在未來20個月的某個時間裡，資本市場會關閉，音樂會停止，世界也將再次被籠罩在一片淒涼之中。而現在一個非常合理的擔憂便是我們或許因為偏離軌道太遠，在進入到這個周期的下一部分時可能會找不到可以依靠的技術之根了。”

摘編源自：彭博商業周刊



## 調查顯示 iPad 占據 85% 平板電腦市場

蘋果 iPad 在全球平板電腦市場占據著絕對優勢，並且這種優勢仍在不斷擴張中。由 ABI 研究機構的公佈的一項最新調查結果顯示，iPad 的占有率已經攀升到 85%。該調查還顯示，排在第二位的是三星平板產品，占有率僅為 8%，第三的 Archos 僅有 2%。也就是說，前三名一共占據了整個市場的 95% 份額，其它的競爭者所占的份額少得幾乎可以忽略。

從市場競爭和用戶角度上來說，這並不是一件好事。但所幸的是，

許多品牌的平板電腦已經在蓄勢待發。  
“許多公司都在尋求一條不同於蘋果的路線，因此低價、低價的設計將可能成為其它競爭者的主流”，ABI 的研究人員 Jeff Orr 表示：“我們都衷心希望這些平板電腦有能力與 iPad 2 進行競爭，我們不希望看到蘋果在鳴鳴自得的狀態下推出 iPad3，這樣的市場太過無趣，不是嗎？”

源自：新浪科技



## 不插電的環保夜燈：Trap Light

夏天來臨，正是用電的高峰期，提到省電，大家隨手關燈、節約冷氣、購買省電能源標籤的電器等。今年在米蘭家具展 (Milan Furniture Fair) 中，設計師 Gionata Gatto 和 Mike Thompson 推出超省電台燈“Trap Light”，這種將環保設計的家俱，又會否是大家的新選擇呢？

Trap Light 沒有電線，也不用裝電池，使用意大利 Murano 的吹玻璃技術，在玻璃中塗上特殊螢光顏料，能吸收周遭的光源，在黑暗環境中發出光芒，夜晚綻放出藍色

光芒時，就像將光困在玻璃罩中一樣。  
Trap Light 平時放在一般的 LED 燈泡或傳統燈泡旁，“吸”三十分鐘的光，就可以撐上八個小時，稱得上是非常環保省電的台燈。  
從照片中來看，Trap Light 的光芒也許不足以拿來閱讀、寫字，但晚上想留盞小燈時，卻是非常實用的夜燈，或者直接掛於家中，靜靜擺放在房間一角，也能營造出不錯的氣氛！

源自：互動百科

# 地球迎來第二次“巨震時代”

美國地震學會 (SSA) 於 14 日舉辦年度會議，當中有來自美國地質調查局的科學家表示，自 1900 年後，我們正經歷第二次的“巨震時代”，此說在學界引起相當大的爭議。2004 年，蘇門答臘發生規模 9.1 的巨震，隔年緊接發生一個規模 8.6 的地震，智利則在 2010 年發生規模 8.8 的地震，日本則在今年 3 月 11 日發生 9.0 的強震，也就是說，在過去的 7 年間，已出現 4 個超過規模 8.6 的大地震，而距離上次出現如此頻繁的大地震已有將近 50 年。

美國地質調查局的布菲以及柏金斯表示，蘇門答臘，智利以及日本接連出現的大地震絕非尋常，事實上早在 2005 年，他們就曾在論文中提及 1952 年至 1964 年間所密集出現的巨震 - 從俄羅斯規模 9.0

的地震開始，最後由阿拉斯加規模 9.2 的地震結束，中間還有個史上最大的 9.5 智利地震。  
科學家自 1900 年開始記錄全球的地震活動，而 1952 年發生在俄羅斯的 9.0 地震是有紀錄以來，規模首度破 9 的地震，布菲與柏金斯認為，當年那場地地震開闢了接下來幾年的“巨震時代”，而 2004 年蘇門答臘的 9.1 地震，則開闢了第二次的“巨震時代”。  
布菲認為，這兩次的巨震時代“純屬巧合”的機率不到 2%，而他推斷，在這次的巨震時代，接下來的 6 年間出現規模 9 的地震機率為 63%，比起“非巨震時代”的 24%，他認為世界各地的人們要多加防範另一個巨震的來臨。  
不過這個說法引起學界相當大的爭議，同樣來自美國地質調查局

的麥可表示，“巨震時代”的計算原理只著重於大地震，若是加入其他大大小小的地震，就會發現地震的出現並無規律性，純屬偶然。  
麥可做出另一項研究，調查在巨震之後，出現其他地震的頻率是否會增加，他發現，若將時間拉長以及規模放大計算，並無所謂的巨震時代。另一位地質學家奧斯特同意此說，表示布菲所使用的數據過於狹隘，因為從 1900 年起，超過規模 7 的地震有 1700 個，超過規模 8 的則有 70 個，不過超過規模 9 的只有 5 個。  
不過奧斯特的研究發現，在過去的 20 年間，規模超過 7.5 的地震的確有增加的趨勢，不過他們認為，這樣的趨勢只是自然的波動，不宜與所謂的“巨震時代”做聯想。  
源自：科學網

**Digital Ink Pad 美國全方位科技有限公司**  
真跡數位筆 記錄人手寫繪圖板 = 數位筆記本 + 手寫繪圖板 + 錄音功能

**商品特色**  
• 四合一手寫輸入裝置，除了利用墨水筆書寫數位筆記外，還有一般手寫板功能。  
• 不須特殊紙張。  
• 充足的 32MB 內建記憶體可記錄約 100 頁數位筆記，支援 SD 卡擴充。  
• 適合商務人士會議與教育學習的場所。  
• USB 線上 PC 後可做數位筆記的編輯、辨識與電子郵件傳送。  
• 支援手寫信件、微軟 Office 文件註解、電子簽章、MSN 手寫即時訊息。

**Product Features**  
• 4 in 1 professional Pen-Input device with digital notes taking and tablet features  
• No special paper required.  
• 32MB memory built-in for around 100 pages stored-up, SD card expandable.  
• Perfect assistant for business and learning occasions.  
• Transfer digital pages to PC for efficiently editing, recognition, or sharing via E-mail  
• Great tool for handwriting mails, Office document annotations, and MSN handwriting chatting

**Graphics Tablet 繪圖板**  
無須透過電腦便能同步儲存所有您書寫和繪圖於一般紙張上的資料

**Quiz Notes 隨堂筆記**  
可以輕鬆地在 Windows 中編輯與修改與整理

**Memory Card 外插記憶卡**  
本身具有儲存能力的獨立裝置 (32MB) 可外接插卡擴充最大支援 2GB 記憶卡

**Meeting Minutes 會議記錄**  
四合一手寫輸入裝置，結合墨水筆書寫數位筆記以及一般手寫板功能，即時註解的功能讓會議簡報更生動

不再錯過任何珍貴而重要的手寫文件

現凡零售購買均可獲得 10% 的優惠價格。訂購電話 949-588-8929 (Paul Liu)