

09年互联网领域酝酿爆发SNS、视频、电子商务电子商务考试
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/536/2021_2022_09_E5_B9_B4_E4_BA_92_E8_81_c40_536901.htm 美国金融危机引发的全球性经济萧条，在2009年将更加凸显。而对于互联网行业来说，2009年也许会是更糟糕的一年，广告收入的下滑、消费总量的减少，这样的情况几乎无法避免。但每个危机往往酝酿着希望和机遇，互联网企业可以借此机会，创新产品或继续“杀手铜”产品的投资开发，因为这些产品可能会在接下来几年带来良好的效益。SNS将进入白热化竞争阶段 2008年最火的互联网应用不是博客、不是视频，甚至不是每天在制造大量真金白银的网游，而是社交网站SNS。2008年下半年，成功“借鉴”Facebook模式的开心网异军突起，以病毒式的扩张速度让业界不少人大跌眼镜。与千橡开心网的域名之争更是吸引了舆论的眼球。种种迹象都向我们表明，随着国内SNS的竞争升级，2009年，必定会有一批SNS运营商淡出我们的视线，而有一批具备相当实力的非SNS运营商通过并购或者独立运营的方式加入战团。首先，大批网游企业将大规模的介入社区网站的建设。如巨人巨资收购51.com，久游网提出通过整合性质的基础社区进行发展，无不让我们惊觉网游社区化的大势所趋。而社区的互动对于发展并巩固新用户和提高老用户黏着度方面，效果很好。其次，新浪、搜狐、腾讯等大型网站开始关注SNS领域，并有所动作。尤其是各大门户的博客频道将成为融合SNS业务的“试验田”。/百考试题/收集/博客曾一度迎合了网民的宣泄和表达需要，弥补了公共话语的不足，但热度渐退，09年仍将保持降温趋势。

如何更有效地导入社区网站的互动性来增强凝聚力，是门户们需要考虑的问题。再次，电信运营商将进一步介入社区网站建设。2008年年中，中移动即已开始建设基于互联网与手机双重平台开发的Web2.0模式SNS社区网站“139社区”。对于电信运营商来说，SNS网站能够吸引足够多的用户，制造和提高人气，增加社区黏度和忠诚度，并通过分析已有社区网民行为，挖掘出新的网络模式。因此，3G发牌后进入移动互联网时代的电信运营商在2009年均有可能在此方面加大投入力度。最后，手机厂商也将开始追逐社区网站。/百考试题/收集/诺基亚收购了德国的社区网站PLAZES，打算从移动社区网络入手整合相关服务，随后成立移动广告联盟，其意图无非是开启快速增长的移动广告市场。巨头的做法极易被同业拷贝。社区网站无疑将是2009年的一大亮点，如当年的博客和视频一样。但它也如同后两者一样存在令人尴尬的现实问题。单纯的抄袭和模仿可以持续多久？对于模式单一的SNS，用户的热情能持续多久？SNS的盈利模式在哪里？国内是否能出现如Facebook一样在2009年迈过盈利大关的SNS巨头？

视频网站商机隐现 日前一份《2009世界互联网项目报告》，对全球互联网的使用状况进行了分析。值得注意的是，中国网民最爱看视频。总的来看，各国上网观看或下载视频的网民比例都比较低。只有中国的比例超过30%。约有37%的中国网民表示，他们每周都至少会上网观看或下载一次视频。而美国的这一比例仅为17%。另外，有49%的中国网民声称每月都会上网观看或下载视频。与中国网民的强烈需求相应的，国内的视频网站也是鳞次栉比。2008年国内网站在经历了视频牌照审批、奥运直播、营销模式创新等多方面的考验

之后，2009年的发展道路更为艰难。绝大多数的视频网站将在找到盈利模式之前倒下，因为随着美国次贷危机的爆发所带来的席卷全球的金融风暴向互联网行业的蔓延，他们无力再“烧钱”过冬。但巨大的市场需求是不可能让视频产业消亡的。09年会将“泥沙俱下”的行业洗牌进行到底，那些具备实力、优良的盈利模式、有风投注资的企业将笑到最后。最重要的原因之一在于，广告活动营销经历了杂志活动营销、电视活动营销时代。网络视频广告整合影音声光、互动即时的强大威力，仿佛是个“新怪兽”，正震撼着整个新兴市场。作为网络广告中的新生力量，视频广告正成为越来越多广告主从传统媒体转向网络媒体的首选。同时，现有视频网站领先者应及时转向收入模式，提高在网络广告中所占比重。在此应提醒注意的是，当资金和技术都不能成为视频网站们向前发展的阻力的话，版权就成为发展前途上的一座大山，90%的网络视频公司将难以翻越。目前国家已经加大了盗版视频内容的管理，视频版权也成为了网络视频网站必须跨过的门槛。电子商务“冰火两重天”2008年末，随着百度有啊进入C2C领域，工商宣称网店需办理工商执照，一切都昭示着2009年的电子商务领域将热闹非凡。IDC最新的报告预测，就在全球性的贸易萎缩、消费收紧的大环境中，电子商务服务业将在中国的反向“逆市扩张”。报告指出，中国电子商务的交易额，在保持2006年、2007年高速增长的基础上，在未来两年的增长幅度都在28%的高位，在未来5年仍将处于快速发展的上升轨道之中。总体而言，2009年电子商务将和传统商务走出上下相分的“非一致”走势。C2C领域在2009年将延续2008年的势头，龙头企业腾讯、淘宝更将风

光无限。/百考试题/收集/像腾讯这样的网站，与其说是一家门户，还不如说是基于QQ这样一种强大沟通平台的SNS社区，中国互联网的新用户鲜有不用QQ这样的沟通工具的，而淘宝的C2C业务面向鲜活的消费市场，在09年将继续它强劲的发展势头。与之相反，B2B电子商务、尤其是外贸类型的厂商，是互联网行业中受这次欧美金融危机影响最大、最直接的领域，因为其客户大多数是外向型的中小企业，在这次经济危机中订单骤减、很多客户面临倒闭甚至已经倒闭。在这种情况下，很多外贸B2B厂商采取了多种自救的方式，如为用户提供线下联络买家服务、开拓海外新市场等等。尽管如此，在明年，外贸B2B市场将出现较大的整合，一些规模较小、乃至中等规模的外贸B2B厂商将会退出或被收购。此时，如何自救是B2C2009年的重点任务。电子商务作为企业信息化的一部分，可以减少交易环节，拓展市场，提供市场资讯。在外贸受阻内需亟待激活的今天，电子商务的运用更显得尤为重要。如今市场分工越来越精细，专业的行业网站更有针对性，在产品展示、技术交流等方面，更具专业水准，更有利于企业在小范围之内精确的找到自己的市场和客户群体，从节约成本。因此，在综合型B2B电子商务平台遭遇寒冬时，有人评价“从综合性电子商务贸易网站向准专业化的行业网站发展，是企业融入电子商务的一次蜕变”。而抓住这一变化，细分行业门户也找准了走入电子商务市场的时机。F8F8"

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com