

案例:社区网站探讨盈利现实模式都可在网络实现 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E6_A1_88_E4_BE_8B__E7_A4_BE_c40_61974.htm 以下为社区盈利模式探讨

主题论坛讨论全文：刘洲伟：首先有请西陆总经理谭炎先生；和讯的总经理刘峻先生；著名IT评论人洪波；天涯社区总经理邢明；西祠胡同总经理刘辉先生；奇虎公司副总经理王航先生。先讲一个大家耳熟能详的故事，话说有一天李善友经理到某地出差，在机场上碰到个一个，做某类服务业的本土专业人士，他就向这位专业人士寻价，这个专业人士就说，大哥，你不就是找乐嘛，谈什么钱啊。我觉得这个话跟我们这场论坛的主题有很大的关系。我们讲起社区的发展，互联网的发展，大家总是找乐，但是到了下半节我们就要讨论钱，因为这个钱必须要讨论，不能免俗。这场论坛就是讨论社区盈利模式。主持人都是要讲开场词，我们算是0.0吧，从上个阶段来看，社区发展的时候，基本上是属于革命的，它的要求就是颠覆，像周总说得天下大乱，但是要谈到盈利的时候，就是要反革命的，它要是大治，要求为管理所带来的现金流，如果开头是浪漫主义者，如果谈到钱的时候就是现实主义者。如果开头是社会主义者，轰轰烈烈搞建设；谈到钱就变成资本主义了，你必须跟投资解释你的钱是从哪里来，你要完成投资的目标，所以这场论坛主要就是讲一个字“钱”。我先讲一个问题，除了洪波，各位都是有一个“总”字，无论总经理还是副总，你们先说说，然后我们有请著名的评论人评论一下怎么样。你们签的最大的一个单子是多少？是怎么签的？我想通过你们讲这个故事，告诉大家什么是

商业模式，而且这个商业模式是怎么得到完善的。先请谭焱先讲。谭焱：要说签单子，我自己还没有签过，因为能力有限。西陆最大的单子金额是25万元。刘峻：我们最大的盈利是50万，在Web2.0出现之前，游戏QQ凭什么不能说是Web2.0，在我们这里讨论Web2.0的时候，人家网易已经有一批人身体力行用Web2.0赚钱了。所谓社区就是网上的一个虚拟的社会，现实的挣钱都可以放到社区来赚钱。刘辉：这个问题很尖锐，我们签个百万级的单子，广告模式有两类，一类是套模式的，一种是广告公司利用分众。真正的分众广告是同意周鸿一的模式。王航：很抱歉，我没有签过什么单子。刚才齐向东已经把我们很多内心的想法说出来了，基本上奇虎不是在一个盈利期，虽然我们有一个很强的销售力。主持人：没有一个单子？王航：到现在我们没有销售盈利，我们在一个时期有一个目标，第一个时期是积累技术，我们现在已经开始做第二个时期的活，把这个技术提供给所有的中国社区。提供给各种各样的社区，让他们的流量倍增。下一步才是我们进入销售期，赚钱期。我们有非常资深的销售渠道，那个时候我们将会在全国全面铺开自己的销售渠道，通过面向企业广告，跟广告做销售的分成。我们现在是一心一意帮助大家把流量和技术做好。刘洲伟：社区主要还是广告为主要形式。洪波：我觉得社区属于建立商业模式的初期，如果这个完全让它有一个或者跟门户相比较的广告还不是很现实。另外商业其他的模式，也是在探索当中，包括刚才周鸿一讲的，分众式的或者细分市场的模式，已经我觉得可能会出现电子商务这种模式，我觉得都是有可能的。上个月，有人来找我，我们也谈过这些，现在的电子商务模式更多是你在

一个网站上，你去淘宝开一个店去卖东西，比如我们要卖一个相机，我们不想建立一个店，我们今后将会是一个社区的模式，你不需要开店就可以卖东西。我觉得广告是一个非常大的市场，广告本身它既然可以支撑千亿市值的google，另外对这种分布式或者细分市场的广告，也有可能成为一个比较好的个人盈利模式。将来社区会把互联网原来大公司主导的东西，变成个人用户为主导，这个挣钱也是一样的。我认为是这样的。

刘洲伟：像现在的广告一样，因为广告的盘子是有限，广告商不可能从自己的盘子里面增加一个预算，蛋糕还是这么大，广告对广告商基本是固定的。

洪波：为什么说固定的，因为是你还没有一个新的广告方式让顾客接受。

刘洲伟：他们它会相应的消减原来的模式，如果整个社区建立起来，它是否能够有一个替代的作用。我跟刘峻聊过，有很多IT行业下滑，这跟社区是不是有一定的关系？

洪波：总的来说，是有一定的影响，但是你的广告更加准确，相对来说你的效果增加了，支出没有增加，企业是很满意的，对企业是有利的。目前来说，很大问题还是在技术上，在技术上我们没有办法更准确把目标用户找出来。我们也希望在技术上做一些后台上的支撑，我觉得这种社区的发展将来可能也是需要这种技术上的保障。

王航：因为我原来是3721做过排名的销售，当初我们分析，因为传统广告都是把广告当做市场预算，但是你这个社区广告，是这个我可以带来多少收入，它可以把这部分的广告成本变成销售成本，如果我今年花了10万钱，肯定会带来100的收入，这个成本肯定会花的。

刘辉：你说的这个是对的，从目前我们的经验来看，从这个操领形式来看，很多大的企业，跟我们说，已经不再像过去

一样打广告。社区的互动功能，做一些互动性的活动，这种捆绑性的销售，这种互动广告会越来越多，这种广告是传统媒体不可替代的。将来互联网广告特别是社区互动性的广告会占据我们整个收入的很大份额。刘洲伟：刚才大家都谈了广告的问题，我们还是在想像一下，除了广告还有什么更能赚钱的。这次大家宽频任意来讲一下，可以讲行业和别人的事情。你有什么赚钱的。刑明：QQ已经在中国赚钱了，我们回国头来看，这个社区是不是一个颠覆模式，我觉得这里面有一个什么问题呢？也谈到很多的问题，你能否成为一个足够大的社区，跟它的爱好文化是有关联。作为社会化一个网络社区，我们可以看到Web2.0所有的最佳承载。问题在于说，能否形成一个更大的用户量，这是一个关键点。而这个更大的用户量会有一个更大的平台，包括营销都是低成本的，同时我们看到Myspace，他们这样一个商业模式有一个基本的模式，现在这个Myspace，应该在去年它是90个人，但是在美国的广告量是非常大，投入成本是很低。我认为这里面正蕴含一个颠覆模式，我们的社区能否成为这样一个大平台的模式，是一个问题。在大用户量的平台上，如何形成一个分众，奇虎是一个典型，作为社区来说，你足够大也可以分区，好象天涯是一个很大社区，你可以分为时尚人群，体育人群。所以我觉得社区首先第一个收入形式是分类分众广告。第二个向我们QQ已经达到数千万的网民，这样有会员收入，这些网民一定会有收费的。收会员费这将是未来一个营销模式，我归纳这个为个人增值服务。很多社区是一个虚拟社会虚拟人生的结构，将来3G之后，跟手机的结合，这里面有一个新的盈利模式。洪波：我也说一下，社区在中国确实是以

一种比较独特的现象。因为中国从一开始，新浪最开始有论坛，网易也基本上是社区，腾讯也是社区，这些早期的互联网公司都是从社区做起的。所以我觉得社区在中国是得天独厚的优势。现在社区又热起来。这跟美国那边的社区投资有关系，很多人跟我讲它想做中国的Myspace的投资人，但是我想这不是很简单的。有些是具有一定的偶然性，这种偶然性的历史机遇很难去重现，还有它的是有长期的积累，很长时间的坚持，这种我还没有做到10年以上，我觉得这不是你想做的Myspace就做Myspace，我想像中国这些社区，一开始不知道怎么谈，像腾讯，它现在想做什么就做什么，它想做电子商务就做电子商务，想做搜索就做搜索，因为它已经有一个大的用户基础了。我们今天在这里讨论的商业模式，未必对我们社区的经营有实际上的意义。实际上腾讯后来的赚钱，第一个移动增值，有了这个移动增值，它活下来了，后来事情就变得容易了，因为它的用户基础已经变得足够大了。我们如果把我们的用户的感受做得足够好，基础做得足够好，这里面可能会盈利的。刘峻：今后所有的网站都是做社区的网站，今后所有互联网商业模式都是社区商业模式。对目前的互联网来说，商业模式并不是最大，只要你的流量足够大，随便找一个专业都可以赚钱。像那些从一开始把计划书写的很详细的模式，它最后的赚钱方式跟它的盈利模式往往是差距很大，像TOM的盈利就是不同的。所以社区网站目前还没有把太多的精力放在社区经营模式上面。谭焱：我的观点跟它的有相同也有不同，现在的社区跟将来的社区肯定是不一样的，可能盈利模式是不同的。我们现在探讨是我们现在的社区，我们自己觉得是大社区，现在讨论这个盈利模

式，但它一定不适应未来的社区模式。社区要想做大，或者面对新的形势做新的社区，不能一眼就想赚钱，我们应该注意用户的感受，想如何为社区的用户提供更多的服务。

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