

<<互联网三国杀>>

图书基本信息

书名：<<互联网三国杀>>

13位ISBN编号：9787220086960

10位ISBN编号：7220086962

出版时间：2012-12

出版时间：侯青林 四川出版集团,四川人民出版社有限公司 (2012-12出版)

作者：侯青林

页数：250

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<互联网三国杀>>

内容概要

《互联网三国杀》介绍了如今中国互联网的乱战。

中国互联网正处于三国纷争时代，群雄逐鹿，三家鼎立，百度倚搜索割据一方，国号“蜀汉”。其主李彦宏好比谦和多智的刘备，腾讯挟QQ以令诸侯，兵强马壮、征战四方，图谋一统中国，乃三国曹魏也。

马化腾如坐据朝廷、雄心勃勃的曹操。

阿里巴巴布局电子商务，偏安一隅，自成一国，如同据有江东的孙吴。

马云则是胆略超群的孙权。

魏蜀吴纷争，机谋智变，克敌利己，谱写三国绚丽史诗；互联网之战，纵横捭阖，骁勇惨烈，重划中国互联网版图。

让历史照进现实，资深商业专家为读者提供一道互联网商战的饕餮盛宴。

书籍目录

第一章 百度发展历程 李彦宏N顾茅庐，马东敏鼎力相助 / 002 多年求学成专家，筹备创业寻资金 / 004 众人努力百度诞生，拓展客户连连告捷 / 006 行业寒冬来袭，百度遭遇危机 / 007 百度在争议中转型，竞价排名艰难上线 / 009 新浪欠费停机，百度名声大噪 / 012 赶超Google技术，实施闪电计划 / 013 市场推广成功，万人公测获胜 / 014 Google欲巨资收购，李彦宏断然拒绝 / 016 百度筹备上市，合伙人徐勇离开 / 018 百度登陆纳斯达克，美国再现“姚明传奇” / 020 高歌猛进直向前，不断拓展产品线 / 022 百度MP3受欢迎，颠覆唱片行业 / 024 百度渠道建设，先招安再撤藩 / 025 百度身陷“竞价门”，痛下决心筑“凤巢” / 027 进军日本国际化，折戟东瀛志难酬 / 029 创新不止任重道远，百度成为全球第二 / 030第二章 搜索社区化与“框计算” 刘备进位汉中王，李彦宏图谋“框计算” / 031 从web1.0到Web2.0，布局搜索社区化 / 032 携手和讯财经，试水新闻门户 / 037 “百度有啊”出师不利，“乐酷天”再战商务 / 038 奇艺网发力视频，“去哪儿”专注旅游 / 040 “云计算”整合资源，“框计算”响应需求 / 042 “框计算”前景无限，“阿拉丁”潜力诱人 / 043 合作共享开放商机，鱼与熊掌不可兼得 / 045 “框时代”一统天下，或可取代Windows / 047第三章 百度的欢喜与烦恼 刘备称帝蜀汉建国，李彦宏加冕成首富 / 049 斯坦福大学天才辈出，车库中Google诞生 / 051 四处重金收购，构筑Google帝国 / 052 Google成功经验，“完美的搜索引擎” / 054 千金挖得李开复，Google进入中国 / 055 Google退出中国，百度收获大礼 / 058 百度再次挑战Google，推出移动操作系统 / 060 李彦宏最美好时光，福布斯内地新首富 / 062 百度市值第一，腾讯惜丢冠军 / 063 中国首富李彦宏谈创业，要有足够的热爱和激情 / 064 百度三战黑客获胜，狂魔不敌正道落败 / 065 双百大战爆发，百度涉嫌垄断 / 067 盛大文学领军，围攻百度文库 / 069 百度文库“盗版”疯狂，作家组团共同维权 / 071 李彦宏首次表态，管不好就关掉 / 072第四章 腾讯的成长之路 曹操征服群雄，QQ一统中国 / 076 五人携手腾讯成立，追逐梦想OICQ诞生 / 078 腾讯资金危机，马化腾叫卖OICQ / 081 高交会企鹅受欢迎，天使投资降临腾讯 / 082 腾讯遭遇域名官司，移动QQ布局全国 / 084 互联网寒冬降临，MIH巨资控股腾讯 / 085 会员付费腾讯盈利，香港上市一夜暴富 / 087第五章 腾讯的帝国梦 曹操加封魏公，腾讯构筑帝国 / 090 腾讯帝国梦想，打造“在线生活” / 091 收购吸收Foxmail，QQ邮箱艰难诞生 / 092 淘宝网招财进宝，拍拍网蚂蚁搬家 / 093 初入门户专注娱乐，犹抱琵琶半遮面 / 095 马化腾雄心勃勃，腾讯网冲击三甲 / 097 QQ优势无法比拟，腾讯网成中国第一 / 098 马化腾取经韩国，腾讯掘金游戏业 / 100 SNS游戏风靡全国，QQ引发“全民偷菜” / 103 腾讯游戏的成功之道，平台优势加细分战略 / 104 借Google练兵学经验，腾讯潜入搜索领域 / 105 情境搜索至情至境，腾讯SOSO更懂你心 / 107 企鹅雄心勃勃，发力无线搜索 / 108 海量正版精品原创，腾讯视频势不可当 / 110 腾讯研究院成立，坚持创新无止境 / 112 Qzone独霸中国，Facebook风靡全球 / 113 最佳商业模式奖，腾讯“企鹅”平台 / 114 腾讯QQ完成1亿质变，注册用户突破10亿 / 117 布局SNS社交网络，Qzone、朋友网同时发力 / 118 腾讯谋求出海，接连重金收购 / 122 腾讯微信大获成功，又新增“杀手级”应用 / 123第六章 腾讯的对手 曹操铲除敌对者，马化腾感谢对手 / 126 Im大战竞争激烈，QQ击败微软MSN / 127 飞信依附移动网络，旺旺专注商务领域 / 130 51与腾讯正面竞争，QQ强行卸载彩虹QQ / 132 为抢占用户桌面，腾讯360争斗不断 / 134 QQ挟用户以卸360，腾讯奇虎势不两立 / 136 鹬蚌相争几方受伤，3Q大战令人深思 / 138 腾讯开放八大平台，马化腾欲“再造腾讯” / 139 腾讯Q+正式上线，WebOS雏形初现 / 142 Groupon与腾讯合作，高朋出世前路坎坷 / 144 腾讯连连投资收购，欲做中国亚马逊 / 147 QQ网购瞄准海外B2C，欲建千亿级电商平台 / 149 新浪微博一鸣惊人，腾讯微博奋起直追 / 151 新浪腾讯微博之战，争夺互联网新平台 / 153 新浪挑战腾讯QQ，建成新社交平台 / 155 腾讯的成功经验，创业的至理名言 / 157第三篇 阿里巴巴，让天下没有难做的生意 阿里巴巴成长历程 孙吴政权历经三世，阿里巴巴一波三折 / 160 众人携手Alibaba诞生，B2B巨人横空出世 / 163 蔡崇信闪电加盟，孙正义巨资入股 / 165 阿里巴巴由小变大，马云登上《福布斯》封面 / 168 阿里国际化失误，关明生裁员止血 / 169 不断探索阿里盈利，“非典”来袭因祸得福 / 172 eBay天下无敌，淘宝秘密出世 / 175 淘宝网咄咄逼人，eBay易趣节节败退 / 178 淘宝网以少胜多，eBay易趣一败涂地 / 180 阿里收购中国雅虎，双方组建超级航母 / 182 B2B香港上市，阿里募资百亿 / 185第八章 新达摩五指 鲁肃规划天下三分，新

达摩五指前景无限 / 188 淘宝卖家群体大, 腾讯、百度来搅局 / 189 天猫商城正品保障, 欲建B2C新地标 / 190 发布大淘宝战略, 共筑商务生态圈 / 192 淘宝开放平台, 做中国的Facebook / 194 线上线下跨界合作, 淘宝推广开放平台 / 198 扩大开放共享未来, 无线淘宝再次开放 / 201 淘宝免费烧钱猛, 广告增值终盈利 / 204 淘宝网一分为三, 未来或整体上市 / 206 “淘宝新政”引争议, 中小商家发暴动 / 207 大淘宝未来目标, 网络时代沃尔玛 / 208 淘宝聚划算团购, 力压千团夺第一 / 212 快捷安全天下无贼, 支付宝成全球第一 / 214 阿里软件夭折, 阿里云再起航 / 216 阿里第二次国际化, 先易后难取得成功 / 218 经济危机出口受阻, 斥资百亿阿里自救 / 219 接连大手笔收购, 完善生态链建设 / 223 会员欺诈丑闻, 卫哲引咎辞职 / 225 模式老化股价低迷, 阿里私有化谋升级 / 227 “大淘宝”接管B2B, 阿里欲打通产业链 / 229 淘宝网邮递量巨大, 阿里面临物流困境 / 231 雅巴之争爆发, 马云地位不稳 / 233 支付宝重组引纠纷, 阿里巴巴成功赎身 / 236后记 成功经验总结 / 240 关于互联网未来的预测 / 244

章节摘录

东汉末年，奸臣窃命，主上蒙尘，群雄并起，先主(刘备)欲伸大义于天下，屯新野。

徐庶见先主，先主器之，谓先主曰：“诸葛孔明者，卧龙也，将军岂愿见之乎？”

先主曰：“君与俱来。”

庶曰：“此人可就见，不可屈致也。

将军宜枉驾顾之。”

由是先主遂诣亮，凡三往，乃见。

两人相谈甚欢。

诸葛亮“隆中对策”，指出天下将三分，公当占其一。

刘备茅塞顿开，以师待之，食则同桌，寝则同榻，赞曰“孤之有孔明，犹鱼之有水也”。

诸葛亮果不负所托，外结孙吴，共拒曹魏，大败曹操于赤壁，奠定三分天下局势；内修法度，鼓励耕织，夙兴夜寐，使蜀汉足兵足食。

大业完成后，诸葛亮受金五百，银千钱，并受任为军师将军，后官至丞相。

李彦宏，山西阳泉人氏，幼聪颖，不甚笃学。

后发奋，以阳泉状元进入北大，此后再接再厉，步步高升：先留美硕士，再硅谷专家，身怀世界顶尖搜索技术。

从他近乎完美的人生经历中，我们可以悟出一个道理：只要努力，人生可以走直线。

俗话说，男大当婚。

李彦宏虽是高人但仍不能免俗。

他开始寻觅目标。

也许是老天眷顾，他很快邂逅了马东敏，一个漂亮的中国姑娘。

在四目相视的一刹那，李彦宏心如鹿撞，怦怦乱跳。

男人的直觉告诉他，这就是自己踏破铁鞋正在寻觅的人。

再说这马东敏是何方高人，竟然令李彦宏一见钟情？

说起这马东敏，可是天才中的天才。

她毕业于中国科技大学少年班，留美博士，才貌双全、聪慧漂亮，是留学生圈中享有盛名的“中国公主”。

在如此完美无瑕的公主面前，李彦宏也有了一丝不自信的感觉。

他不甘心把爱慕之情深埋心底，此乃关系终身幸福之大事，犹豫再三后，李彦宏还是拿出老三套：借书、看电影、开Party，与马东敏套近乎。

马东敏是何等聪明的姑娘，她自然明白其中的意义，但她奉行“三不政策”：不拒绝，不表态，不动摇。

而李彦宏却有自己的理解：沉默就是默认，有戏！

紧接着展开了更猛烈的爱情攻势。

很快，马东敏心里的防线崩溃了，李彦宏如愿以偿俘获美人芳心。

接下来的事情顺理成章但又出人意料：两人于认识半年后闪婚。

后来的事实证明，马东敏真堪称李彦宏的“诸葛孔明”，对他帮助很多。

在李彦宏洋洋得意、栽花种草之时，马东敏提出了反对意见：“你是世界顶尖的IT专家，我强烈反对你变成一个加利福尼亚农夫！”

并鼓励说：“你应该干一番事业，这样才不辜负你超群的才华。”

李彦宏照做了，成立了百度公司。

在百度遇到困境、难以盈利之时，马东敏推荐了“竞价排名”模式，并要李彦宏坚持正确的意见，尝试一下。

李彦宏也照做了，百度渡过了难关。

在百度面临是否要上市的重大抉择之时，马东敏却没有提出她的意见。

她是怎样做的呢？

她带着李彦宏一同去华尔街请教财务专家，最终，专家建议立即上市，李彦宏也照做了，美国纳斯达克诞生了百度奇迹。

在百度每次重大转折的关键时刻，马东敏都以自己的超凡智慧协助老公化解了危机，指明了方向。事业成功后，李彦宏并没有忘记“幕后军师”老婆马东敏的功劳，在接受记者采访时说：“百度精神里有一种叫作勇气，而我的妻子马东敏博士，则是这勇气的来源。

她总能在关键时刻，冷静地提出最勇敢的建议。

而事实证明，她的那些充满东方智慧的建议，将我引上了正确的道路。

” 事实同时也证明，每一个成功男人的背后都有一个默默付出的女人。

P2-3

后记

要准确地预测互联网的未来是很困难的，因为这种高科技行业一日千里、变幻莫测，谁也难以保证未来会发生什么。

就如当初，大家都不看好即时通信领域，因为不盈利、没“钱”途，但几年之后QQ却成就了腾讯帝国；再如马化腾最初认为腾讯不会做门户网站，但几年之后，腾讯网创立，并做到了中国浏览量最大的门户网站；曾经美国分部建议腾讯入股或收购一个初生的视频网站时，腾讯总部未加采纳，不久后，该小网站发展成为全球最大的视频分享平台，它就是YouTube当Facebook涉足开放平台时，马化腾认为国外的东西很容易碰到“天花板”，意义不大，但三年之后，腾讯却不得不追随其脚步开放平台。

作为中国互联网行业领袖的马化腾尚不能准确判断未来，我只能抛砖引玉，以自己的一点浅见，供同行们探讨。

一、移动互联网 过去30年，IT产业经历了三个王朝：IBM创造的硬件王朝、微软创造的软件王朝和Google创造的互联网王朝。

而未来十年，IT产业将经历第四个朝代：移动互联网时代——这是几乎所有业内专家的共识。

移动互联网是互联网技术和移动通信技术这两个21世纪最令人兴奋行业的大融合，其用户数将很快超过PC用户数，未来发展势头不可限量。

移动互联网能有效利用人们空余的碎片时间、提高效率，它正在以爆发式增长的速度席卷全球。尼尔森在线(Nielsen Online)2011年调研数据显示：在使用频率上，56%的用户一天多次移动上网，72%的用户每天至少一次移动上网；而在使用时间上，21%的用户每次移动上网时长超过1小时，42%的用户每次移动上网时长超过30分钟。

微软全球资深副总裁张亚勤表示，当移动互联网越来越普及，其市场规模可能会是桌面互联网的十多倍。

当然，移动互联网目前的统治者是Google的Android和苹果的IOS，它们都以完善的产业链占据了移动操作系统的大部分市场份额，欲复制Windows在PC领域的奇迹。

迟到的微软Windows Phone能否改变行业格局还是未知。

中国或许会在移动互联网市场中占据更主动的地位，因为中国拥有10亿手机用户，用户基础庞大，是世界上最大的移动互联网潜在市场。

而中国2011年移动互联网用户规模约为4.3亿，超过美国人口总数。

因此，对于中国企业来说，最大的优势就是近距离拥有这一全球最大的市场。

目前有一些中国公司在此领域取得了引人注目的成果：如优视科技、网秦科技、小米科技等公司。

二、云计算 “云计算”是继20世纪80年代大型计算机到客户端—服务器的大转变之后的又一种巨变，是信息产业的第三次革命。

“云计算”的概念最早由Google提出，它是一种基于互联网的服务，简单说来，就是将大量用网络连接的计算资源统一管理和调度，构成一个计算资源池向用户按需服务，最终使用户终端简化成一个单纯的输入输出设备，让用户低成本的享受非常好的IT服务。

“云计算”的本质就像人类用电方式的改变一样：没有发电厂和电网的时代，每家每户都要购买一台发电机供自家使用。

但现在人们不再需要自己购买发电机，而是使用发电厂集中发电，用户按需购买。

“云计算”也一样：我们现在购买电脑，需要购买的是显示器、CPU、内存、硬盘等等一整套设备，而在“云计算”时代，我们只需购买一台显示器，将这台显示器接入互联网，你就可以实现游戏、办公、娱乐等一切需求，这些服务都是由后台的“云计算”厂商提供。

也就是说，“云计算”能够让计算服务像水、电等公共服务一样，按需取用、按需付费。

通过“云计算”，企业不必再花费巨资购买硬件和软件系统，只需把一切需要的搭建在“云”上。这样不仅能大幅降低IT成本，还能启动快速、反应灵敏。

同时云服务供应商还可以提供灾难恢复等功能，更加安全。

对于中国来说，这是唯一一次与世界发达国家站在同一起跑线上的IT产业革命。

<<互联网三国杀>>

“云计算”改变了IT产业的游戏规则，其技术架构、市场格局都不同以往。

中国专家表示，“在云计算跑道上，没有谁有太大的领先优势。

我们完全可能在这一拨浪潮中，形成自主可控的云计算产业。

”未来的大趋势是，人们身边的智能设备，例如智能手机、平板电脑、智能汽车、医疗传感器等，都可以交互运作，联到云端。

“云计算”将会彻底改变整个信息产业，也会给用户带来一种新的生活方式。

目前，世界领先IT企业都在展开“云计算”竞赛：亚马逊、Google、微软、IBM等都将扮演“发电厂”的角色，而中国企业也不甘落后，阿里云、腾讯、百度、华为等也在不断追赶，希望能占领一席之地。

三、电子商务 阿里巴巴CEO马云曾预测：互联网发展会有三个阶段，从以浏览信息、查阅新闻为主的“网民”时代到以游戏娱乐交友为主的“网友”时代，再到以商务办公为主的“网商”时代。

目前，中国互联网正从“网友”时代过渡到“网商”时代。

2011年，腾讯CEO马化腾也表示，电子商务将以每年翻三至四倍的速度增长，到2015年可以达到至少400亿元的市场规模，必然会成为最大的互联网收入来源。

因为具有渠道短、价格低等优势，电子商务正越来越受到网民的青睐。

对很多刚刚尝试网购的用户而言，在操作门槛较低的B2C（商城购物会更加方便放心。

因此，B2C行业正面临着前所未有的发展机遇期。

这是电子商务中最有前景的行业，也是最有可能产生“中国亚马逊”的地方。

当然，这一领域也竞争激烈：天猫、京东商城、QQ网购、凡客诚品、当当网、卓越亚马逊、苏宁易购等等。

目前，这一领域还处于大规模投入阶段，各个公司以“烧钱”方式抢占市场份额。

除了资金实力外，物美价廉、良好的服务、便捷的物流等也是成功的重要因素。

当然，平台优势也会更加明显：天猫、QQ网购、京东商城三大平台竞争会日趋激烈。

除了B2C行业，还有另外一行业也很热门：O2O(Online To Offline)，其模式的核心是把线上的消费者带到现实的商店中去。

消费者在线支付购买线下的商品和服务，再到线下去享受服务。

相比B2C（和C2C行业，O2O的市场容量更大，更有前景。

目前采用O2O模式经营的网站已经有很多，团购网站是其中的典型，如聚划算、美团网等，另外还有一种为消费者提供信息和服务的网站，如大众点评网、赶集网等。

四、图片与视频领域 百度CEO李彦宏曾表示，由于宽带和服务器成本的不断下降，中国互联网的内容主流，正出现从文字转向图片的趋势，各大网站不再限制用户上传图片，而图片已经作为内容的一种新的形式在网络中占据越来越重要的地位。

全新的读图时代已经来临，一大批主营图片内容的网站也将随之获得更好的发展和成长。

此后事实的发展验证了李彦宏的预测。

数据显示，美国图片社交网站Pin—terest的声势已经超越Facebook、Google+和Twitter，该网站月度总访问量自2011年8月至2012年1月增长了1745%，人均在线时间超过Twitter。

一款名为Instagram的图片共享应用推出仅一年时间就受到1500万名用户的狂热追捧，上传图片超过5亿张。

国内的图片类网站也层出不穷。

不可否认，这波浪潮里充满了机遇。

甚至有人说，中国互联网的新一轮圈地运动由此揭开序幕。

网络视频也一样。

随着网络上正版高清节目的越来越丰富，用户的选择越来越多。

很多年轻人已经摒弃了传统电视而只看网络视频。

因为在网络视频中，用户更有主动性，能寻找自己喜爱的节目，是双向选择。

而在传统电视中，用户无法左右电视台播出节目的时间和内容，只能被动接受，这是单向传播。

相比之下，用户自然更喜欢前者。

<<互联网三国杀>>

当拥有海量高清节目后，网络视频行业将会不断挤压传统电视行业。如果说有一天网络视频行业颠覆了电视产业，那也不必奇怪。正如电视行业对广播电台的冲击一样。

中国网络视频行业也被各家看好：百度有奇艺网，搜狐、腾讯有视频业务，盛大、新浪、网易也在开始布局，而优酷与土豆的合并或许会重塑行业格局。据市场人士估算，合并后的优酷土豆公司国内市场份额将超过60%，将占据业内主导地位；全球市场份额将上升至3.5%，成为全球第二大视频网站。

由于看好行业前景，奇虎360公司也宣布进入视频搜索行业，期望将360影视搜索做成中国最好、最大的视频搜索引擎。

五、中间页 李彦宏曾表示，在未来的互联网上做中间页可能让从业者捞到第一桶金。

所谓“中间页”是指：为互联网行业 and 传统行业两者之间提供服务的中间商。

美国传统产业对于互联网接受程度非常成熟，而中国恰恰相反，传统产业对于互联网的渗入迟迟未启动。

马化腾也表示，当企业里每一个员工都懂互联网时才会真正的在企业内部推动信息化，才会真正地把企业的内网和外面的互联网连接起来。

而这其中有很多机会，可以说任何一个传统行业都可以搬到互联网上来做，任何的垂直行业也能以中间页的方式存在。

比如，携程网就是一个联接互联网行业与旅游行业的中间商。

尽管旅游业中的传统旅行社已经开始涉足互联网业务，但他们的行动太慢，做得太少。

当携程以真正的互联网方式整合机票、酒店等旅游业务并以低价、快速的服务方式提供给用户时，就能取得很大的成功。

携程的市值与美国最大的在线旅游商Expedia的市值已经很接近。

绝大多数产业，几乎所有的垂直领域都存在中间页的机会，如果能做一个联接传统产业与互联网之间的一个桥梁，那将开辟一片互联网的新“蓝海”。

目前发展得比较好的中间页还有汽车、房产等等，当然，还有更多的中间页等待大家去开发。

六、应用为王 未来的互联网是应用为王(“应用”特指应用软件，相对系统软件的一种提法)，这是李彦宏、马化腾等商业领袖共同的想法。

李彦宏认为，从今以后，用户的各种应用需求很多，操作系统将被边缘化。

只要有大量有趣的、能吸引人的应用，很多用户已不关心背后的操作系统。

当一个应用需求不断成长，聚集了无数的用户后，应用需求本身也就成为一个大平台。

操作系统之后是浏览器(如网景、IE)，浏览器之后是门户(如雅虎)，门户之后是搜索引擎(如Google、百度)，门户之后可能是社交网络(如Facebook).....原来的应用需求不断成长为新的平台，当很多新应用需求演变成平台之后，操作系统已不再重要。

正如专家所言：推倒一座大山的正确做法不是直接挑战，而是新建另一座大山。

因此，由优秀应用需求发展到平台，再成为平台级大公司，可能是互联网业的一个新的思路。

自从Facebook开放平台以后，“平台开放”已经成为新的互联网规则。

互联网行业所有大公司、大平台相继开放平台，希望打造自己的生态链。

正如业内人士分析，未来的竞争肯定是开放性的竞争，封闭式的平台会被直接淘汰。

中国互联网巨头们也接连开放：淘宝开放平台、百度框计算、腾讯开放平台、新浪微博、人人网开放平台等等。

开放平台附加的好处是：渠道已经不再重要，优秀的应用反而很吃香。

只要你拥有足够优秀的应用，你可以选择任何一个开放平台，迅速为亿万用户提供服务。

在应用为王方面，Zynga是一个值得学习的领先者：这家诞生于2007年的公司目前是Facebook平台上最大的社交游戏开发商，包揽了Facebook游戏活跃用户排行榜的前五名。

由于开发了很多优秀的应用，这家成立仅5年的公司市值超过77亿美元。

因此，目前互联网已是应用为王的思维，若想取得成功，那就开发足够有趣、足够优秀、足够有吸引力的应用吧！

<<互联网三国杀>>

七、社交网络 社交网络，就是网络+社交，通过网络这一载体把人们连接起来。

马化腾认为，以个人为中心的社会化网络的形成将是一大发展趋势。

人们通过社交网络来消费和沟通已经越来越明显。

从网络社交的演进历史来看，它一直在遵循“低成本替代”原则。

网络社交一直在降低人们社交的时间和物质成本。

与此同时，通过不断丰富的应用和工具，网络社交正替代传统社交来满足人类的交流需求，并且正从“增量性的娱乐”向“常量性的生活”发展。

Facebook是目前最成功的社交网络，它把线下真实人际网络复制到线上进行低成本管理。

通过几年时间，Facebook流量超过Google，市值逾千亿，它创造的奇迹向人们展示了社交网络的巨大前景。

社交网络正从新锐到主流，几乎所有传统的网络媒体也纷纷引进社交网络的元素，这种潮流已经不可抵挡。

《哈佛商业评论》认为社交网络的成功基于三点：技术、内容与营销。

首先，技术创意未必是技术创新，而是将现有技术进行一定的组合，创造出许多新的应用形式。

其次，社交网络正将即时搜索与自身用户数量巨大的优势相结合，试图提高内容查询的便利性。

最后，吸引大企业进入社交网络进行品牌宣传，扩大社交网络的影响力，形成良好的口碑效应，并开拓其盈利模式。

人人网CEO陈一舟曾指出社交网络未来的几大趋势：第一，开放平台是SNS发展的重要趋势。

第二，电子商务的社会化。

第三，社交网络向移动互联网发展。

第四，娱乐的社交化。

虽然已有很多成功的案例，但社交永远还是人类生活的主题之一。

我们需要朋友、需要友情、需要爱情等等，这一切决定了我们会一直需要社交网络。

未来，我们或许需要更好的社交方式：能迅速找到具有共同兴趣、彼此欣赏、性格相投的朋友；如果再有实名认证，让我们知道彼此是谁、相互信任，能将感情从网络中迁移到现实生活中、实现线上与线下生活的融合；若再有传统互联网和移动互联网的无缝对接，让我们能跨平台交流，再加上LBS，能结交附近的知己，那将是一件令人憧憬的事情……我们的生活中永远需要社交网络，所以，更好的、更完善的、更先进的社交网络将是未来发展的趋势。

八、智能化 “互联网之父”蒂姆·伯纳斯·李(Tim Berners—Lee)表示，国际互联网的下一个发展趋势是人工智能，目的是使网民更加容易地获取所需信息。

人工智能即要让机器的行为看起来就像是人所表现出的智能行为一样。

人工智能的渗透，为互联网的发展提供了强大的智力支持。

目前互联网正在朝着智能化方向发展：百度的框计算，sOs0的情境搜索、苹果的语音助手Siri以及Google正在研发的语音识别技术等。

“虚拟键盘”技术就是人工智能的一项。

通过新技术，未来可以在任何物体表面，如桌面、墙面、纸面等都可以作为输入和输出的界面，这样将极大地提高智能设备的便捷性。

在未来，无需键盘鼠标，计算机等便能够感应你表情的变化、捕捉你的手势和动作、听懂你语音的命令等，还能结合你的爱好和日程表，在空闲时安排娱乐活动，如最喜爱的乐队的演唱会、附近打折的游乐场等。

或者当你在旅途中遭遇恶劣天气，重新更改旅行路线——这就是智能的互联网，相当于用户的私人助理。

事实上，微软和IBM公司已经在这方面不断探索。

IBM公司预测意念控制电脑有望在5年内实现。

IBM表示：“‘意念控制’几十年来一直就是科幻迷的一厢情愿，但实际上，这个愿望可能在不久的将来成为现实。

目前，IBM正在研发智能手机和PC的意念控制技术。

<<互联网三国杀>>

借助于这项技术，如果你想给某个人打电话，只需要在脑子里想一下就可以，而无须亲自拨号。

” 充满前景的新技术还有：自然用户界面、生物特征识别技术、自动翻译技术、智能化学习能力、专家系统等等。

这些新技术的出现将引发IT业的深刻变革。

通过这些智能技术，计算机与人类之间能实现灵巧的交互沟通，智能网络能准确理解用户的需求并迅速做出相应的回馈与反应。

当然，要真正实现这种“科幻”场景，需要复杂而系统的技术研究。

最后要说明的是，以上八点是互联网中的机会，但不一定是你的机会。

正如李彦宏所讲：要冷静，不跟风，跟风只能吃到残羹剩饭。

“ 微博不是大多数创业者的机会，只是新浪的机会；SNS也一样，它是腾讯的机会。

” 你需要做的是：充分认识到自己的优势与长处，将未来的机会与自身特长相结合；大胆创新，小心实践，找准切入点；专注如一，充满激情。

如此这般，才能开创出一片崭新天地。

<<互联网三国杀>>

编辑推荐

三足鼎立、群雄争霸真相。

第一次以三国视角全景解剖中国互联网发展历程。

《互联网三国杀》由侯青林编著，解密百度、腾讯、阿里巴巴。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>