

gustav / October 19, 2009 07:50PM

[雲惟彬 讓嘆浪變超級業務](#)

雲惟彬 讓嘆浪變超級業務

中時 更新日期:"2009/10/19 02:53" 何英煒

工商時報【何英煒】

2009年2月9日，Plurk共同創辦人雲惟彬 (Alvin Woon) 因為一場預定的採訪，遠從加拿大踏上了台灣！原本只預定停留一週的他，這一待就待八個月。而Plurk在台灣的使用人數，也向上翻了七倍，成為今夏台灣網路圈中Facebook以外最夯的網路服務，這樣的結果可以說讓雲惟彬始料未及。

成立於加拿大，被台灣網友暱稱為嘆浪的Plurk，是由經營創投的aKan所創辦，在馬來西亞長大、美國做網站介面設計的雲惟彬，被akan找進Plurk，成為第二位員工。2008年6月Plurk正式上線後，台灣網友僅透過口耳相傳，很快就在半年內累積10萬用戶，成為Plurk全球前五大使用國家。這讓aKan與雲惟彬相當好奇。也因此趁著雲惟彬回馬來西亞過農曆年，加上有媒體專訪的邀約，從來沒有來過台灣的雲惟彬，決心到千里之外的台灣看看，了解Plurk在台灣的用戶數為什麼會成長這麼快！

台灣嘆友 超過百萬

在台灣一個人也不認識的雲惟彬，只有透過自己的嘆浪釋出要來台灣的訊息。沒想到一些本身也是嘆浪客的媒體得知訊息之後，開始陸續提出採訪邀約。《嘆浪玩出大生意》的作者Jeremy當時也是約訪Alvin的文字工作者之一，「很少會有一個國際性網站的創辦人會到台灣來，這可是相當難得的機會」。緊接而來的媒體曝光，也意外讓Plurk在台灣使用者的快速增加，成為嘆浪全球使用者最多的國家。

Plurk本身僅有9位正職員工，平均年齡在25歲上下。雲惟彬表示，Plurk在成立之初，就希望能夠跨出北美市場，不過在千里之外的台灣率先看到成績，還是讓團隊相當意外。事實上，Plurk的運作本身也相當Web 2.0，除了與歐洲技術團隊至今尚未見過面，平常都依賴網路聯繫、運作之外，包括Plurk目前的33個語言版本，全部都是當地網友自發性翻譯，各地區的推廣也都是依賴網友的口碑宣傳。雲惟彬無法透露目前台灣Plurk的使用人數，但從網站上的註冊人數來看已經接近70萬，估計使用人口已超過百萬，成為 Plurk目前最穩定的支持力量。

下一步...結合行動上網

很多人都把Plurk拿來跟微網誌的始祖Twitter做比較，雲惟彬認為除了相同的140個字限制之外，兩者其實完全不一樣。「Plurk比較像是訊息交換的社群網站。」由於使用型態兼具即時通、BBS的特性，讓Plurk在亞洲地區除台灣外，也深受菲律賓、印尼、馬來西亞等國家的歡迎。也因為訊息交換快速，成立時間最短的Plurk，反倒成為大陸最先封鎖的服務。少了大陸流量的挹注，Plurk將目光放到日本市場。下個月中雲惟彬將前往日本，希望尋求合作機會。日本目前也是Plurk流量來源的第八名。

雲惟彬表示，也因為Plurk在台灣成長相當快，許多有趣的商業模式在台灣已陸續展開，台灣的程式設計師也開發了不少的第三方應用（機器人、外掛），Plurk第9位正職員工，正是來自於台灣的程式設計師。除了軟體上的應用，Plurk也與打算台灣科技廠商進行更密切的合作，除了宏達電前不久上市的英雄機內建Plurk的Widget之外，未來幾個月也將會有更多的手機都會搭載嘆浪的應用。下一步，Plurk也打算與台灣的電信業者合作，共同把行動上網的餅做大。「社群網站可以帶動行動上網的需求，Plurk相信能夠扮演更積極的角色」，透過簡訊上傳接收嘆浪或直接行動上網，都可提高電信業者的加值服務營收。

也由於Plurk在台灣的使用者持續成長，已經有上千個企業與個人品牌擁有Plurk帳號並嘗試開啟微網誌行銷。Jeremy表示，目前在台灣Plurk的品牌，包含媒體、網站、購物、科技品牌、旅行社、飯店等各行各業，有些是企業內部人員直接操盤，有些則是委由廣告代理商運作。雖然成效不一，但已經看到一些相當有創意的案例了！也因此，Jeremy綜合了自己的觀察，寫下了《嘆浪玩出大生意》一書，希望提供行銷人關於微網誌行銷的方向。

將在台試行廣告模式

雲惟彬也指出，目前每天都有來自於台灣廣告公司、媒體購買公司寫信給Plurk希望購買廣告，但微網誌行銷需要與網友更細膩的互動，並不像過去在網路上買廣告而已；企業如果知道提升社群網站的威力，就可以用很低的成本來行銷他們的產品與品牌。「用通俗一點的說法，就是用嘆浪能玩品牌，也可以玩出大生意」雲惟彬笑著說。

至於噗友與業界最關心的問題，不外乎是Plurk的商業模式。雲惟彬表示，Plurk還是相當年輕的網站，對於商業模式的導入，他們會抱持比較謹慎的態度，「畢竟噗友是來交談，而不是來看廣告的」，但商業模式又是一個網站不可或缺的血脈。雲惟彬透露，年底前Plurk的確有計畫在台灣率先試行廣告模式，「一方面是台灣有這樣的需求，另外一方面我們也想看看噗友的反應，我們倒是不期待可以因此賺到錢」。

雲惟彬指出，Plurk如果會有廣告，一定會以不干擾噗友的方式來進行。萬一噗友無法接受廣告模式，Plurk也會做調整！「使用者是我們最大的資產，他們不喜歡的事我們就不做」雲惟彬說。

[Source: <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/091019/4/1t8fz.html>]
