

HP / November 02, 2009 08:37PM

[從 Facebook 的經驗中所提示的 4 種還可以做社群網站 / Mr.6](#)

本文出處：<http://mr6.cc/?p=3755>

巴菲特的想法總是：「大家冷酷的時候，你要瘋狂」。所以，我在這邊再寫一篇關於社群網站的機會。以前我們隨便就可以想出一大堆可做的社群網站，直到當今Facebook「一統天下」，萬眾俯身，萬歲臉書，只有瘋子才會再說我們還可以來開任何一個社群網站，試圖在Facebook之外的地方集結一堆新的人？

不過，在我們玩著Facebook的同時，也慢慢察覺到，還是有一些社群網站是可以做的。這都要謝謝Facebook告訴我們，它，不是萬能的！

這兩周收集了「四個方向」，拿出來給各位參考一下，還有哪些社群網站可以做，而且最近真的給人做出來了一

Facebook教我們第 1 種還可以做的獨立社群網站就是「藝人Fans社群」

，目前Facebook所有粉絲專頁中，排行老大的是已故天王巨星麥可傑克森的粉絲專頁，它也是史上第一個打破1000萬粉絲數的粉絲專頁。大部份的人對「一千萬」這個數字會很敏感，因為在全球向來只要破千萬的就是一個正式可以賣掉且很了不起的社群網站。注意，全Facebook的小遊戲前十名也都是個個在1000萬以上的活躍用戶，但不同的是，小遊戲的用戶是被Facebook的API給掐住脖子，不可以走掉，但「粉絲專頁」卻沒有被Facebook那些東西給掐住。我們甚至可以來問一個問題

：如果大家對麥可傑克森這麼喜愛、而且這麼希望再繼續成為他永遠的粉絲，而他又不存在的情況下，這些粉絲在Facebook上面可以幹什麼？答案是：可以幹的事，肯定不多！事實上，擁有1000萬名粉絲的實力，已經也可以不必仰賴Facebook了。它早就可以出來自己開一個自家的社群網站。

於是，果然，最近又開了一個麥可傑克森的社群，不能說是社群網站，但是想辦法再集結麥可社群的力量，要[收集「1000萬顆小點點」](#)，用這些小點點來畫出一張麥可的臉，你可以從這個Flash的介面Zoom In，看看你所貢獻的這個「點」是在Michael臉上的哪一塊地方。另外，可能是受到啟發，已故功夫巨星李小龍的女兒李香凝(Shannon Lee)，在[網路上也動作頻頻](#)，她目前是李小龍公司的CEO，最近宣布[「BruceLee.com」](#)重整，在上面除了積極的再整理與授權李小龍相關的周邊無形資產與商品之外，也記得要再將李小龍的粉絲都找回來，在上面形成一個社群。請注意，這樣的已故巨星的社群肯定會比仍在世的明星還要龐大；在老大已經不在世上的情況下，線上只會傳得更火熱！（因為也只有線上可以去）。

接下來，Facebook教我們第 2 種還可以做的獨立社群網站就是「專業社群」 - -

這種專業最好是某一個職業，大家認同的。不同於剛剛第一種是由Facebook告訴我們什麼已經在Facebook上面集結得很成功，第二種則是因為Facebook使用過後讓我們發現什麼集結得「很不成功」

，比方說，你在Facebook上面收集一群很愛吃Pizza的人，這點Facebook很是拿手，「Pizza」粉絲專頁已經有四、五百萬人在上面，而且還好幾個，簡直瘋了。但大家認同自己的地方不應該只限於這些有趣的生活興趣，也包括自己的職業、專長.....

這部份在Facebook上面的表現，目前稍嫌弱一點，我將它視為機會，也會在Facebook創造這樣的社群，但是，如果有人跑到外面去自開新的「專業社群」，並不令人感到訝異——

其中，[最近一篇報導指出](#)

，有一群人即將成立一個「專給科學家」的社群網站。這個網站還沒有開，所以沒有連結可看，不過它已經得到了1220萬美元（台幣5億元）

的資金，也間接證明這是一個被看好的點子。它是一個從幾間大學的學者之間發起的計畫，打算建構一個史上最大的「科學家社群」。你說為什麼要做這個？因為這些科學家，在Facebook上面並不見得想承認他們是這麼狂熱的科學

家，而且也不想隨時丟出這麼艱深的字眼或沒人看得懂的想法把他們在Facebook上面的朋友嚇跑，重要的是在Facebook實在沒有科學的「FU」，問題是現在許多有趣的科學研究，大家也發現，都是好幾間大學、好幾個團隊的學者「共同發現」的，所以他們想搞一個社群，讓大家「隨時隨地」可以合作開發某一科學領域，創造跨國、跨校、跨實驗室的合作。

然後，Facebook還教我們第3種還可以做的獨立社群網站是「購物社群」

，這也是從Facebook所歸納出來的商機，社群小遊戲已經賺翻了，農場剛開放買東西第一天就賺了不知多少錢，Zynga靠賣虛寶輕鬆達成1億美元營收還不必像線上遊戲投資這麼多即時的主機與頻寬成本，而且Facebook早就推出「禮物店」，最近連已經落後的[Friendster也剛剛推出自己的禮物店](#)，那大家就「延伸去想」，如果買的不是虛擬寶物，而是讓朋友之間互相通風報信買一些「真正的物品」呢？不過，只要還在Facebook站內，那頂多可以叫做「社群購物」，想要再野心更大一點成為一個可以獨立成一片天的「購物社群」，那還得動點腦筋——

看，Facebook曾提出Beacon，在站外的四十幾個社群網站置放貼紙測量誰到哪裡逛街看哪個商品並同步發佈在朋友的首頁，後來因不敵隱私權爭議而收手，但大家持續看好這一塊，而且還知道Facebook已經「不敢做」這一塊。於是[十月中大家在討論](#)，有一個網站叫「[Plurchase.com](#)」

開站，雖沒表明要做這個，但也差不多了。它是架在其他的購物網站之上，叫大家在這些購物網站購物時，順便讓朋友知道。有趣的是它的「技術面」，Plurchase強調的是不必下載什麼外掛或甚至桌面軟體，你只要到他們的網站Plurchase.com，透過他們提供的連結點進Amazon、Zappos這類的「線上百貨公司」，他們的網站會形同「代理伺服器」，你做的每一個動作都經過Plurchase，讓你看起來好像還是在逛那些百貨公司，其實你一舉一動都讓Plurchase知道。你說，Why你要這樣做？簡單！這樣一來，你可以找你的朋友一起來購物，同時兩個人聊聊「這件衣服你覺得怎樣？」「穿在我身上還要搭什麼才好看？」很有一群女生出去逛五分埔吱吱喳喳的那種趣味

。注意，這一段在某方面來難其實已經超過Facebook

Beacon當年想做的，Facebook不敢做，但這明明就有機會，於是成了另一種可做的獨立社群網站。

Facebook教我們第4種還可以做的獨立社群網站是「找人社群」

。Facebook在找人的方面很強，可以為一個企業或個人帶來不一樣的使用者，不過，也是因為這個原因，我們愈來愈知道「找人」其實是有商機的，如果就專門設計一個更好玩的網站來找人呢？最近一周我開始在各場合提到「Twitter」，甚至提到Twitter雖然在台灣像當初Facebook一樣死沉沉的看起來像個不搭的外國產品，但它也有可能因為某一個未來的「開心農場」就變得像臉書一樣在三個月內在台灣這邊集結500萬用戶，不過，Twitter的周邊小遊戲本來就是智慧型的（要靠想像的），有可能是「找人」的小遊戲起來；儘管起來的可能性比Facebook小很多，但不能將這可能性完全摒除在外——

有趣的是，最近傳出有一間新獨立[小遊戲剛剛準備開站](#)，叫「[Snoget](#)」

，它號稱是「下一代的社群小遊戲」，Snoget其實是觀察到，儘管許多Facebook小遊戲好玩的地方都是和目前的朋友互動，但有些Facebook小遊戲鼓勵網友多多去交新朋友的，也真的創造出另外一片天，它利用這點，自己開創獨立網站，希望跳出Facebook打出一片天，它想辦法讓你覺得「找人」是一件很好玩的事，整個遊戲設計的就是圍繞在讓你要找到「和你興趣相同」的人，也讓你從中得到樂趣（真的能這樣得到樂趣嗎？），然後這個遊戲當然就可以賣很貴的廣告給廣告主，這份縱跨全球的「興趣名單」也會是世上最貴的寶藏之一，此遊戲目前正在封測中，未來幾周，可能開始在北美推出。

以上就是目前還可以做的四種獨立社群網站，全都是從Facebook「學來的」，對於還想走一段冒險路的創業家，可以考慮一下。這也讓我們發現，繼續在Facebook上打滾肯定是好事

，每滾一天，我們對人與人之間的關係更瞭解，網路也終於打破5%，可探索那還有95%的令人流口水的新機會。

Edited 1 time(s). Last edit at 11/02/2009 08:38PM by HP.
