

搜索引擎巨头遇到新兴热门社交网络挑战

谷歌脸谱争霸 鹿死谁手难料

文 / 欧飒

谷歌和脸谱，一个是搜索引擎巨头，一个是热门社交网络。它们正在为争夺网络霸主地位展开殊死较量，其结果足以影响人们今后获取信息、交流、网上交易等诸多网络活动。



谷歌新产品『谷歌+』挑战脸谱

抢夺广告额

谷歌成立至今不过十几年，但面对更年轻的脸谱的挑战，不得不使出浑身解数避免未老先衰。

对于谷歌创始人之一、首席执行官拉里·佩奇而言，一切网络活动始于搜索。无论是阅读新闻还是获取名人八卦，或者想知道去哪里看病、买台什么电视，都要先搜索。

不过，随着社交网站脸谱这几年迅速崛起，人们在网络上获取信息的习惯悄然改变。不一定自己去搜索，而是上社交网站看朋友们说哪本书好看、爱看哪部电影、喜欢什么品牌、去哪里吃寿司。

由马克·扎克伯格创立的脸谱创造出一个新的网络世界，把众多其他网站和应用程序纳入以脸谱为中心的。脸谱聚拢的旺盛人气已让谷歌不安，更糟糕的是，谷歌的搜索算法捕捉不到脸谱的大量活动，搜索精准度和相关度逐渐下降。

社交网络影响力的扩大关系到商业和消费的方方面面。首先是广告业，美国在线的广告市场高达310亿美元，其中41%投放在谷歌，但其搜索广告业务增长却在放缓，因为商家更愿意把有限的广告预算投向拥有8亿用户的脸谱。

美国互联网数据研究机构Comscore调查显示，2008年到2011年谷歌在美国的月访问量只有小幅上升，而脸谱从不到5000万人次猛增到1.5亿人次，直逼谷歌。

在用户停留时间方面，脸谱也领先谷歌。平均每人每月在脸谱的停留时间为375分钟，远超谷歌的231分钟。

调查机构“恩德斯分析”发布研究报告说，谷歌仍是网络广告霸主，但脸谱在争夺网络显示广告的战斗中占据上风，预计2012年谷歌和脸谱的显示广告净收入将分别达到

25亿美元和53亿美元。

谷歌和脸谱总想让投资者相信各自在广告市场还有巨大上升空间。但是，美国施蒂费尔-尼古拉斯公司分析师乔丹·罗恩认为，无论是谷歌还是脸谱，如果不从对方手中分得一杯羹，都不可能实现广告业务大幅增长。

谷歌推新品

谷歌意识到互联网正在变成一个人际网络，或者说一个脸谱人际关系网，如果任其发展，谷歌的搜索功能将日渐衰落，最终难免靠边站。

谷歌开发过几种社交网络服务，多以失败告终。2010年推出的社交网络服务“谷歌 Buzz”因为公开用户的邮件联系人触发美国联邦贸易委员会调查，迫使谷歌修改隐私政策并接受20年第三方应用隐私审查。

经过1年多酝酿，谷歌去年6月推出新型社交网络服务“谷歌+”，宣称开通仅4个月就吸引4000万名注册用户。

“谷歌+”号称汲取脸谱的长处，摒弃其缺点。它的主页面和个人档案页面类似脸谱，有相册和游戏功能，可以不停收到朋友的动态。与脸谱相比，“谷歌+”可以让用户更方便地根据不同社交关系把联系人分成多个“社交圈”。

脸谱对 Zynga 这类以脸谱为平台的应用程序开发者按30%比例提成，“谷歌+”则打出5%的低比例竞争，推出了100多种应用并有望继续增加。

佩奇对“谷歌+”寄予厚望。他参加“谷歌+”团队每周五的例会，把自己和其他一些高级管理人员的办公室搬到“谷歌+”团队所在的楼里以便跟踪进展。他给予“谷歌+”大量资源，使它成为谷歌自1998年创立以来最大的项目之一。

谷歌以自由式管理著称，尽最大可能激发员工创造力，然而在“谷歌+”项目上，谷歌采取比较专制的管理方式。谷歌另一名创建者谢尔盖·布林说，百花齐放对谷歌而言依然重要，但是“百花齐放后，你还是要把它们集合成一个花束”。

佩奇把“谷歌+”团队领导者维克·贡多特拉提拔为高级副总裁，让他直接向自己汇报。去年春天，佩奇因为“谷歌+”上传照片不够方便“逼”贡多特拉立即改进，直至做到“一键搞定”。

因为谷歌研发社交网络产品屡受挫折，硅谷分析师对它开发类似产品抗衡脸谱几乎不抱希望。不过，“谷歌+”让人刮目相看，连脸谱的忠实支持者、扎克伯格的大学室友都说“谷歌+”令人印象深刻。

面对谷歌的攻势，脸谱不敢懈怠。“谷歌+”推出没多久，扎克伯格就在脸谱总部开启粉色霓虹灯标志“禁闭”，表示员工们要开始连轴转，完善脸谱性能。

老大不易当

谷歌和脸谱从2007年开始就大打人才战。

保罗·亚当曾是“谷歌+”团队重要成员之一，去年12月跳槽到脸谱。脸谱11名高层员工中4人来自谷歌，包括首席运营官谢里尔·桑德伯格和主管广告的戴维·费希尔。

脸谱的诱人之处在于，作为硅谷最多手可热的企业之一，一旦上市，相当一部分员工将凭所持脸谱股份成为富翁。谷歌抛出重金反击，对一些愿意留在谷歌的顶尖工程师和管理人员给予每人1000多万美元现金加股票奖励。一些谷歌人为了获得奖励，先争取到脸谱的聘请，然后要求谷歌提高薪酬。

谷歌改变策略，给员工提薪10%，并把一大部分奖金放进底薪

中，大批员工最终薪酬提高了15%至20%。最近谷歌又增聘2600名雇员，这一数字接近脸谱员工总数。

如果说谷歌在人才争夺战中处于守势，那么它在争夺用户的战斗中则是攻方，最有威力的武器是它在网络世界的影响力。

经过3个月测试，“谷歌+”去年9月向所有人开放。谷歌主页上打出一个大大的蓝色箭头指向“谷歌+”图标，将数千万用户引向这个新的社交网络服务。

谷歌开发社交网络服务有两个目的，一是遏制脸谱的扩张速度，一是利用从“谷歌+”获得的数据改进谷歌其他的服务质量，佩奇和贡多特拉都更看重后一个目的。

分析师认为，要实现以上两个目的，谷歌并不需要做社交网络老大，做像样的“老二”即可。不过如何把大批用户从脸谱吸引到“谷歌+”，或者至少让人们既用脸谱也用“谷歌+”是个难题。

智能手机是谷歌和脸谱争夺的重要阵地。谷歌可能把“谷歌+”整合进安装谷歌安卓系统的手机和平板电脑，脸谱则寻求与谷歌在智能手机领域的最大对手苹果合作。

“谷歌+”咄咄逼人的攻势意味着脸谱不容有失。扎克伯格正在设法改进脸谱的服务，让更多人花更多时间在脸谱上与他人分享内容。去年9月，他揭晓脸谱的新特色：用时间表代替个人档案。用户可以按时间排列自己从出生以来的照片和记录，把脸谱当作一个动态的个人剪贴簿。用户为此要上传大量照片和文件，从而大大增加在脸谱网页上的停留时间，而网站停留时间是广告商非常看重的一项数据。

谷歌和脸谱，谁将是最后赢家尚难预料。网络时代创意无穷，新生代不断涌现，无论是赢家，想稳居老大宝座都不是件容易事。

相关链接

谷歌概况

首席执行官：拉里·佩奇，38岁
雇员：31353人
2011年收入：380亿美元
重量级前辈：副总裁文特·瑟夫、“互联网之父”之一
最精明收购案：2005年8月收购安卓系统的开发者安卓公司
最酷办公设施：车身颜色像谷歌标志一样艳丽的自行车，用来在位于山景路的谷歌总部之间建筑穿梭
最近造访名人：LADY GAGA

脸谱概况

首席执行官：马克·扎克伯格，27岁
雇员：3000人
2011年收入：43亿美元
重量级前辈：董事会成员、《华盛顿邮报》首席执行官唐·格雷厄姆
最精明收购案：2009年收购社交网站 FriendFeed，任命 FriendFeed 和谷歌地图创建人之一布雷特·泰勒为脸谱首席技术官
最酷办公设施：售卖电脑配件的自动售货机
最近造访名人：美国“脱口秀女王”奥普拉·温弗里

暗处过招

在技术创新速度快得惊人的今天，任何高技术企业稍有闪失就可能一蹶不振，手机巨头诺基亚因为赶不上智能手机发展潮流而在市场上节节败退就是一个最好的例证。谷歌和脸谱都明白抢占未来制高点的重要性，不仅在明处较量，更在暗处过招。

脸谱去年5月秘密雇请著名公关机构博雅公司找“枪手”撰文揭露谷歌侵犯用户隐私。事情曝光后，脸谱拒绝道歉，坚称谷歌的确侵犯用户隐私。

脸谱最担心谷歌依靠主品牌影响力开拓衍生产品市场的巨大能量。脸谱说，如果公平竞争，他们对打败谷歌充满信心，但是谷歌可能不打算玩一个公平游戏，如果在显示搜索结果时把“谷歌+”放在其他社交网络服务前面就是不公平。

谷歌先用这种手段推广过地图服务，同样遭到竞争对手抨击。



热点锁定：

安理会4日就叙利亚问题决议草案表决，中国和俄罗斯投否决票，草案未获通过。图为中国常驻联合国代表李保东举手投反对票

导读

A30

英国免费学校教师全是军人

A31

美国亿万富翁破产重组之王

A32

妻子在外打拼丈夫回归家庭

本刊主编 汪一新 卫蔚

(本刊除“论坛”及本报记者署名文章外，均由新华社供稿)