

# 为什么MySpace会惨败给Facebook?

本文来自微信公众号：乱翻书 (ID: luanbooks) ，作者：朱星宇，监制：潘乱



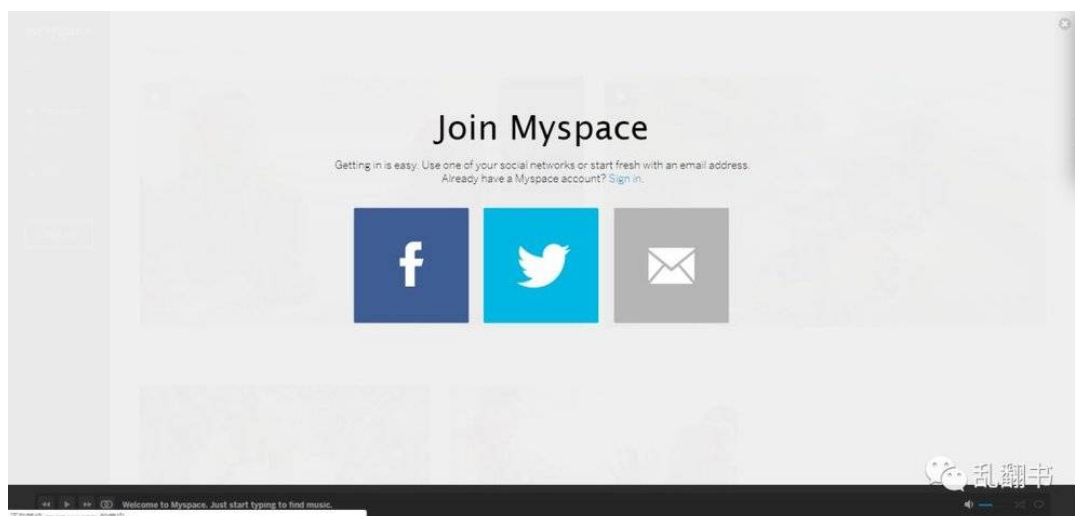
产品的开创者未必是最后的胜利者。

比如在03-08年的SNS领域，Friendster 曾是社交网络的鼻祖，却很快被新的挑战者 MySpace 挑落马下。而在08年MySpace流量登顶全美第一时，资本和用户却认为 Facebook才是未来。

把时间拉回到2005年底的大洋彼岸，MySpace正如日中天，Facebook仍在校园中低调发育，为什么形式在短短一年后就开始调转。年轻人们开始为Facebook欢呼，而 MySpace尽管依然强大，在用户心里似乎已日落西山。

本文试图回答两个问题：MySpace是怎样登上社交网络的王座？MySpace为什么会惨败给Facebook？

## MySpace的崛起



图：目前注册Myspace最醒目的就是通过Facebook的选项

2003年3月，Friendster.com一经推出，短短几个月就发展了400万注册用户，据说当时硅谷每三个人就有一个人在使用Friendster。

这股SNS浪潮吸引了正在美国读博的王兴年底回国开发类Friendster项目“多多友”，也吸引了德沃尔夫和安德森，他们在这一年的8月15日上线了MySpace。而他们后来的对手，今日社交帝国Facebook，则还要等半年才会出现在东海岸的哈佛宿舍。

MySpace创始人德沃尔夫和安德森的人生经历颇为波折。

安德森是一个充满嬉皮士风格的天才人物，高中时辍学混迹黑客圈子和摇滚圈子，24岁决定重返校园后即被加州大学伯克利分校录取，主修英文和修辞，大学毕业后加入摇滚乐队，曾经营过色情网站。

2000年夏天，安德森加入德沃尔夫所在的网盘公司XDrive公司销售部，德沃尔夫当时是销售部的老大，然而互联网泡沫袭来，整个销售部被裁掉，失业的德沃尔夫拉着安德森和一些前同事在洛杉矶的海边小镇圣莫妮卡成立了ResponseBase。

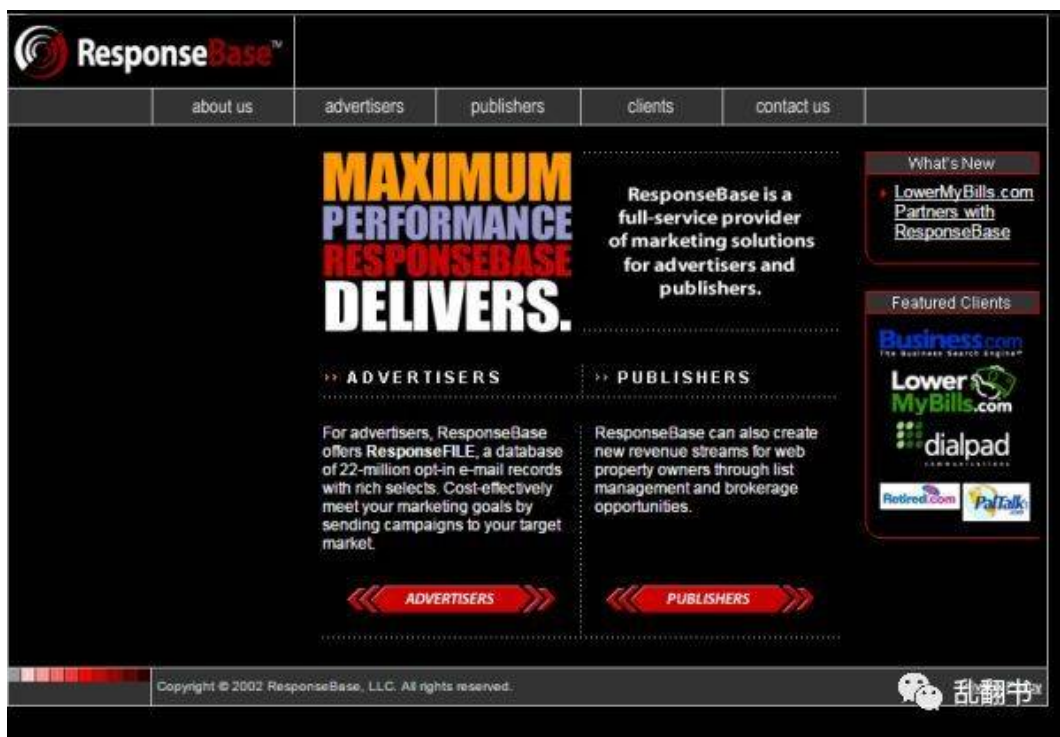


图：德沃尔夫和安德森

ResponseBase的业务放到今天的中国互联网大概就是营销号矩阵+买量+流氓插件公司，他们当时的主要战场是垃圾邮件，公司向用户大量发送垃圾邮件，内容从信用卡等金融产品到《如何长得更高》、《怎么和漂亮女孩约会》等鸡汤电子书再到远程监控软件：

“想看就看，任何人的电脑都不在有秘密！远程安装，保证安全。”

2002年安德森去过一次中国后发掘了中国的小商品机会，开始在邮件上卖玩具车模、儿童滑板车和偷拍相机。



图：ResponseBase网站页面



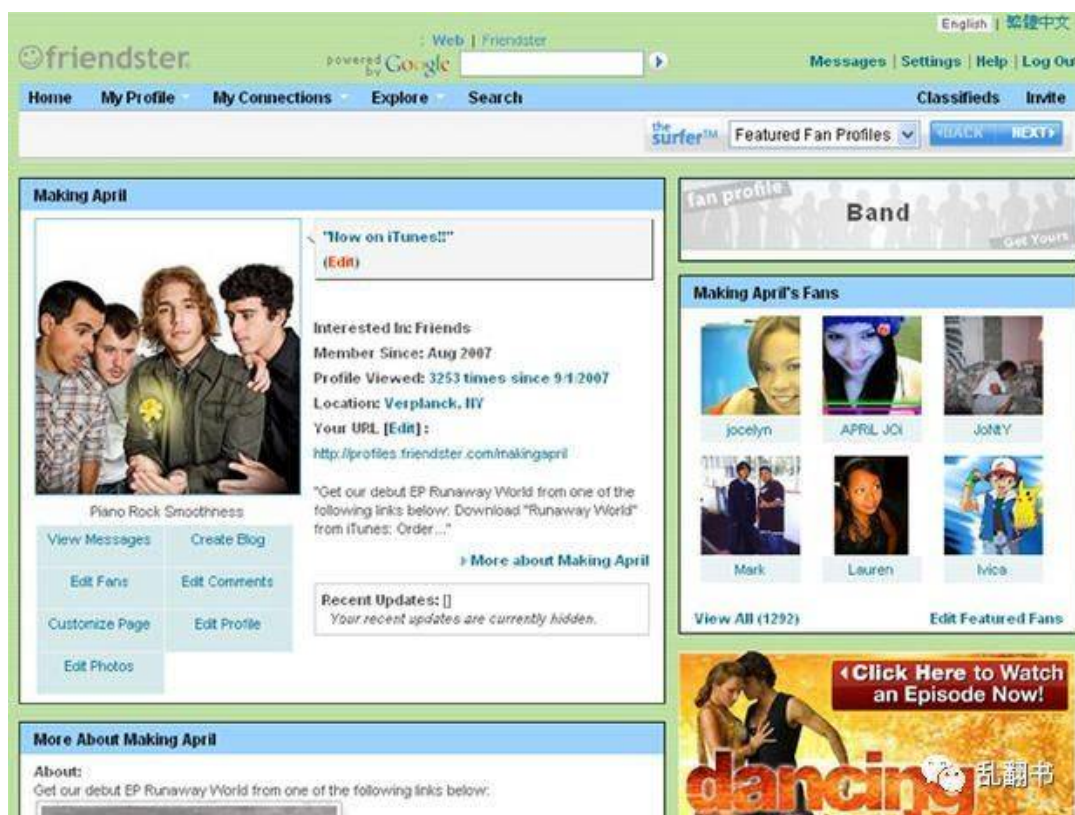
图：“免费汽车”垃圾邮件

2002年9月，上市公司eUniverse以330万美元现金加上300万美元的业绩承诺收购了德沃尔夫和安德森的ResponseBase。

eUniverse的业务可以类比当年周鸿祎的3721，制作了一大批“双倍网速”、“鼠标指针”等流氓插件，垃圾邮件营销服务对公司业务是很好的补充。创始人格林斯潘在互联网泡沫时期做FA大赚了一笔，然后操作了eUniverse成功登陆纳斯达克。ResponseBase在被收购时保持了一定的独立性，但在重大事项上仍然受制于母公司，这为后来MySpace的折戟埋下了伏笔。

2003年夏天，ResponseBase业绩下滑的厉害，为了保住被收购时约定的几百万美金的业绩承诺，德沃尔夫和安德森绞尽了脑汁。

他们注意到一炮而红的Friendster，用户可以在上面创建自己的个人主页，上传照片，介绍自己的兴趣、爱好，邀请朋友们加为好友，上线后几个月收割了数百万用户。



图：Friendster页面

然而Friendster在发展过程中踩了不少坑。首先网站要求用户采用实名制，然后利用一种复杂的算法来评估用户之间的陌生程度，禁止用户跟陌生程度跨越4个层级以上的人交朋友（当时流行六度人脉理论），也就是说最多只能联系到四度人脉。

复杂的算法大大拖慢了网站的运营速度。而在03年10月完成1300万美金融资后，Friendster购买来昂贵的服务器却并不好用，最后不得不选择招聘了15个人的工程师团队重新编写了Friendster的全部代码——整个过程花费了一年。

在这个过程中，用户登录一次需要花费将近20秒，极少用户有这样的耐心去等待。



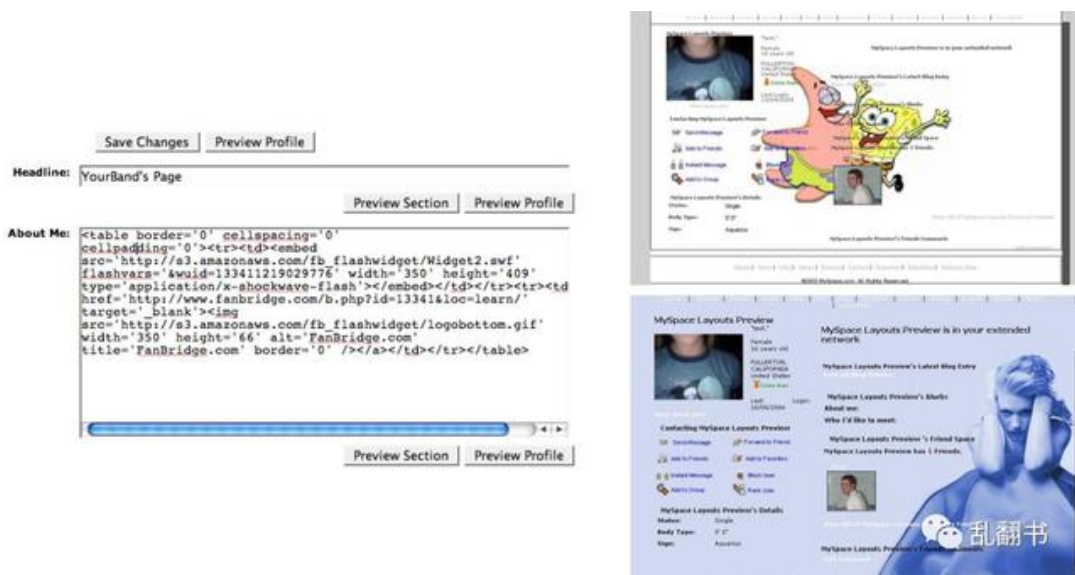
MySpace的机会来了。

03年8月15日，Myspace上线，最开始的版本像素级复制Friendster，德沃尔夫利用他们成熟的电子邮件系统为MySpace做推广，而后MySpace开始了极快速度的迭代：上线一周后放弃了评估用户陌生程度的做法，转而用了一种很巧妙的方法：将安德森设置为所有人的好友，这样每个人在网络中都是二度关系。

尤其是相比起Friendster的20秒加载时间，MySpace能做到2秒以内，极大的提升了用户体验。

第二个亮点出现在MySpace的一个Bug上。网站上线一个月后，CTO周德离职，运营陷入瘫痪状态，更糟糕的是网站编程语言是Perl，公司没有第二个人会使用。紧急情况下德沃尔夫找来公司两个程序员，让他们用ColdFusion语言重新开发一次网站。

在这过程中这两个人犯了个错误：用户可以向网页中自由插入HTML标记语言，因此可以自由的为其主页添加彩色墙纸和背景。



图：MySpace的网页编辑工具

这一Bug上线后立刻受到青少年的喜欢，一时间用户纷纷涌入编辑自己的网站，甚至逐渐出现了第三方插件辅助用户编辑网站样式，MySpace也决定将这一特色保留。

早期的MySpace打法凶猛，迭代的非常快，从音乐播放到照片评分到群组功能，对比起Friendster的毫无变化体验极差，用户纷纷用脚投票来到MySpace。

## Facebook的崛起

MySpace自上线起只用了半年时间就超过Friendster，成为世界上最大的社交网站。

在MySpace赶超Friendster的同时期，04年2月，Facebook在哈佛宿舍上线。

相比于MySpace创始人的嬉皮士背景，出身于哈佛精英背景的小扎做出来的Facebook天生带着一股精英范，限制学校，只能通过学校邮箱注册，页面统一，禁止用户自己更改页面风格。



图：2004年Facebook和MySpace界面

创始人背景的差异使得两个产品的用户群和宣传推广方式有着极大不同。

MySpace发布早期，两个创始人出没于夜店邀请音乐人、模特、歌手在Myspace上建立主页，吸引了众多漂亮姑娘（和色情工作者）加入社区，音乐、摇滚、色情照片、嬉皮士风格成为社区早期核心氛围。



图：2004年6月开始的MySpace17城夜店巡回派对

而Facebook上线的前六个学校是：哈佛大学、哥伦比亚大学、斯坦福大学、耶鲁大学、达特茅斯学院和康奈尔大学。

同样是荷尔蒙，Facebook在年轻人群体里面建立起一种更潮更高级的品牌调性：这是哈佛学生撩妹的地方。



图：Facebook早期注册界面：这是哈佛大学泡妞的地方



这种差异带来的影响在几年后慢慢体现出来，但在当时MySpace从来没把Facebook放在过眼里。

05年6月MySpace达到1770万用户时，Facebook用户数还不过300万。

05年初扎克伯格还曾去跟德沃尔夫交谈将Facebook卖给MySpace，当时小札报了7500万美元的价格，他希望MySpace能出7500万美元就能把Facebook给买下来。

但MySpace拒绝了。当然实际情况是德沃尔夫根本拿不出钱，以及当时MySpace自己在市场上的价格都没到7500万美元。

当时Myspace跟母公司Intermix（eUniverse改名）关系非常紧张，德沃尔夫向母公司申请5000美元的文化衫采购申请都批不下来。

MySpace这时候陷入了很危险的境地，网站的设备需求开始跟不上用户增长的速度了，用户登录速度开始变慢。

为了解决这一问题，MySpace终于跟母公司谈妥接受外部融资，很快获得了红点投资的1150万美元投资，估值4600万美元。



图：2005年的Facebook和MySpace

2004年传媒大亨默多克开始对网络重新抱有兴趣。99年互联网泡沫时期，雅虎以不足新闻集团3%的营收创造出两倍于新闻集团的市值，默多克开始疯狂投资互联网，花费十多亿美元收购了WebMD、Juno.com、TheStreet.com和SixDegrees.com等网站，然而00年7月互联网泡沫破裂，默多克遭受严重损失，所有的投资几乎都打了水漂，失望的默多克解散了网络部并带领公司开始进军卫星电视领域。

04年底，完成了卫星电视布局的默多克看到新闻集团的业绩并没有增长，而普华永道的一份报告刺激了他：

04年网络广告业务整体收入达到96亿美元，同比增长33%，涨幅惊人。

默多克说：“我们该醒醒了。”

**重新开始对互联网布局的默多克列出了多家收购目标，其中最优先的就是MySpace的母公司Intermix。**

2005年7月18日，新闻集团完成对Intermix的收购，交易对价5.8亿美金，加上期权和工资等费用实际价格接近7.5亿美金。

新闻集团如愿以偿得到互联网的门票。

**然而讽刺的是，整个交易中德沃尔夫和安德森都没有实际参与到交易的谈判当中，Intermix在他们不甚知情的情况下自己的公司被卖了出去。当然也有可能是报酬让他们满意：MySpace的创始人得到了2年内7500万美元的工资待遇，面对这个金额，原本想将MySpace带领独立上市的德沃尔夫也选择了沉默。**

MySpace被收购让扎克伯格团队欢欣鼓舞，当时用户数只有MySpace五分之一的Facebook刚刚完成1亿美元估值的融资。

扎克伯格他们举办了庆祝活动，认为新闻集团将会对MySpace胡乱改造，拖后腿。

Facebook当时的总裁肖恩·帕克在聚会上还给安德森打电话，表明了“哀悼”之情。

扎克伯格这样评价这场收购，“**这是一家洛杉矶公司与一家硅谷公司的差别，我们打造这个公司是为了持久，而这些家伙（MySpace）什么也不懂。**”，“新闻集团太过好莱坞式的浮华，不管怎么说呢，像那样的媒体公司并不了解像Facebook这样的技术公司。”

小扎一语成谶。

**被收购后，MySpace很快达到了顶峰，然后就像失控的过山车一般快速滑入谷底。**

首先是管理层方面的指手画脚。进入新闻集团后，主管网络部分的罗斯·莱文索恩在名义上不干涉MySpace运营的情况下，紧紧的把握住了MySpace的财务权利和商务运营权利，在罗斯·莱文索恩被新闻集团开除后，接手的彼得·莱文索恩在福克斯负责了18年的电影版权事宜，几乎对互联网一窍不通。

对于德沃尔夫来说，3年里的4任老板是：脾气暴躁的布拉德·格林斯潘、背着德沃尔夫卖掉了MySpace的理查德·罗森布拉特、处处排挤他的罗斯·莱文索恩，和现在对MySpace业务一无所知的彼得·莱文索恩。

德沃尔夫和安德森也很难说有多大动力继续好好运营MySpace。在被收购后，两个人从新闻集团拿到7500万美元的高额薪水，对于冒险尝试新业务来说，安稳的遵守新闻集团的指手画脚要稳妥很多。也因此在被收购后的几年里，德沃尔夫和安德森几乎再未推出创新性的功能改进，而是采用了一种“我也有”的低风险策略，发布别人已经有的成功功能，但速度往往很慢：例如推出了跟Youtube竞争的视频播放器，信息流推出了MySpace News，然而体验被业界批评的体无完肤。

在新闻集团最看重的广告变现上，MySpace也并未推出完善的广告系统，而是为客户一个一个定制开发页面，造成了开发的速度和标准化程度都极低。

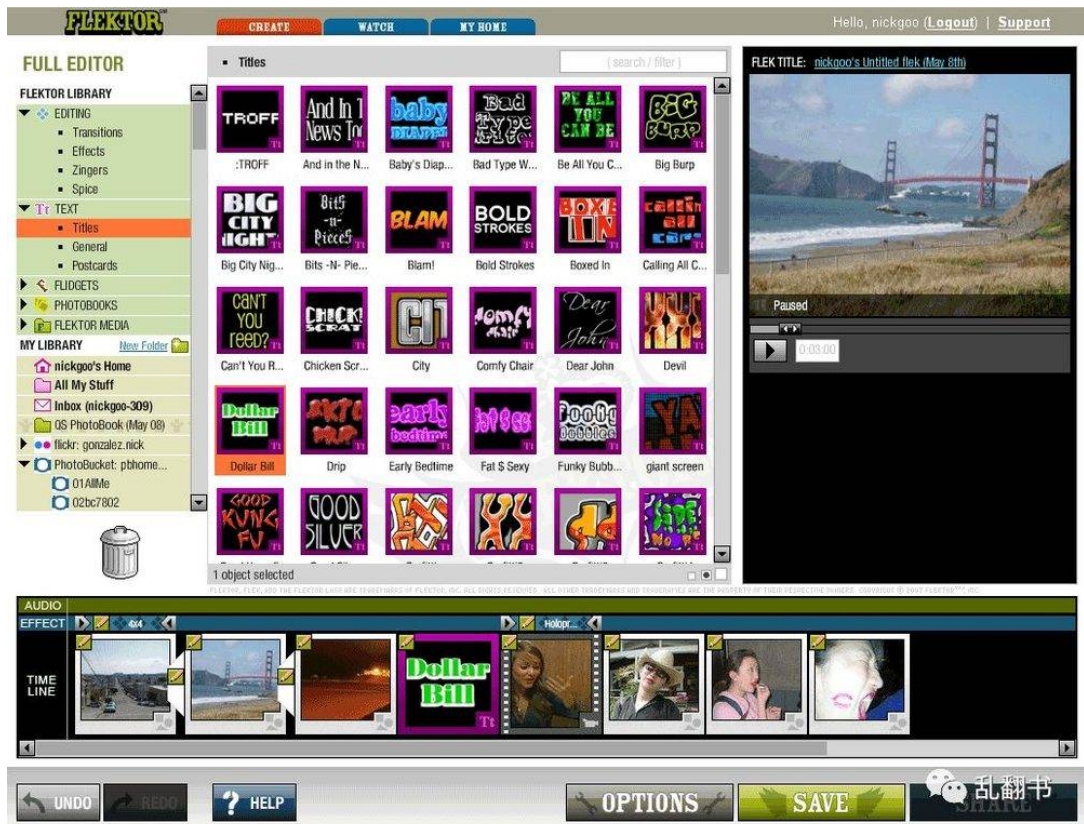


图：Myspace的商家页面都是定制开发的

MySpace对于平台上的开发者也极不友好。由于MySpace可以自己设定网页的功能，市场上出现了众多提供网页设计服务的网站，最大的是Slide和RockYou，两家依托MySpace的网站的用户数分别达到1.17亿和8200万之多，然而他们从未收到MySpace的待见，Slide的创始人只见过MySpace的经理一面，更不用提创始人。Slide和RockYou也从未从MySpace获取一分钱收入，任何可能分走广告收入的第三方插件都被MySpace官方严肃处理。

MySpace对待使用第三方插件的用户的态度也非常严厉。平台上最大的网红越南裔模特提拉·特基拉因为使用了第三方的播放器而被封杀，她认为自己成了商业竞争的牺牲品。与此同时，在平台缺乏统一规范的情况下，用户使用了越来越多的网页编辑，使得网站运行速度越来越慢，打开时长从几秒增加到了十几秒。





图：当时的网页编辑软件

公司所处地理位置也可以解释一部分技术问题。MySpace被收购后，搬到离好莱坞很近的比弗利山庄，影视明星很多但工程师文化稀薄，偏离硅谷核心，几乎招不到好的工程师。



最后是新闻集团的变现压力。00年被互联网泡沫坑怕的新闻集团一开始就给MySpace设定了极高的变现目标，默多克要求在08年6月份之前实现10亿美元收入。这个目标极具挑战性，要知道Google达到这个目标用了5年，雅虎用了8年，而当时MySpace成立才过了3年半。

2006年8月，MySpace同Google达成了3年9亿美元的广告框架协议，Google将为MySpace提供搜索服务，同时也提供了广告。交易的公告发布后，新闻集团股价大涨，创历史新高，默多克终于证明了自己收购互联网资产的正确性，但背后同时损害了平台的用户体验和持续投入的能力。

2012年，媒体就Facebook上市采访德沃尔夫，他说道：“我认为扎克伯格的表现非常出色，在专注于正确的产品使用方法，以免对用户体验进行干扰，我们（MySpace）过度广告，损害了用户体验。这是我们当年犯的最大的错误。”

**MySpace可以说为Facebook趟过了所有的坑：**

MySpace被并购使得市场认识到了社交网络的价值，Facebook在市场上有了合理的对标，这对融资是非常有利的；

- 06年MySpace拿到谷歌的广告大单后，Facebook很快从微软拿到广告大单，使得当年的收入翻了一倍之多；
- 看到MySpace被收购后的下场，小扎拒绝了雅虎10亿美元的收购邀约坚持独立运营；
- MySpace的广告系统体验差，Facebook就推出了自助广告投放系统；
- MySpace对待三方开发者极差，Facebook就推出开发者平台，让开发者为自己所用。

MySpace为Facebook交了一手好学费。

Facebook在一场场战役中取胜，然而战争的决胜点在于2006年Facebook推出的功能：Newsfeed。

## 战争的决胜

2004年6月，美国大学的暑假刚刚开始，上线4个月的Facebook由于假期进入了流量的平稳期，扎克伯格和团队要赶在秋季学期前强化网站建设，小扎做出了一个非常重要的决定：前往硅谷办公。

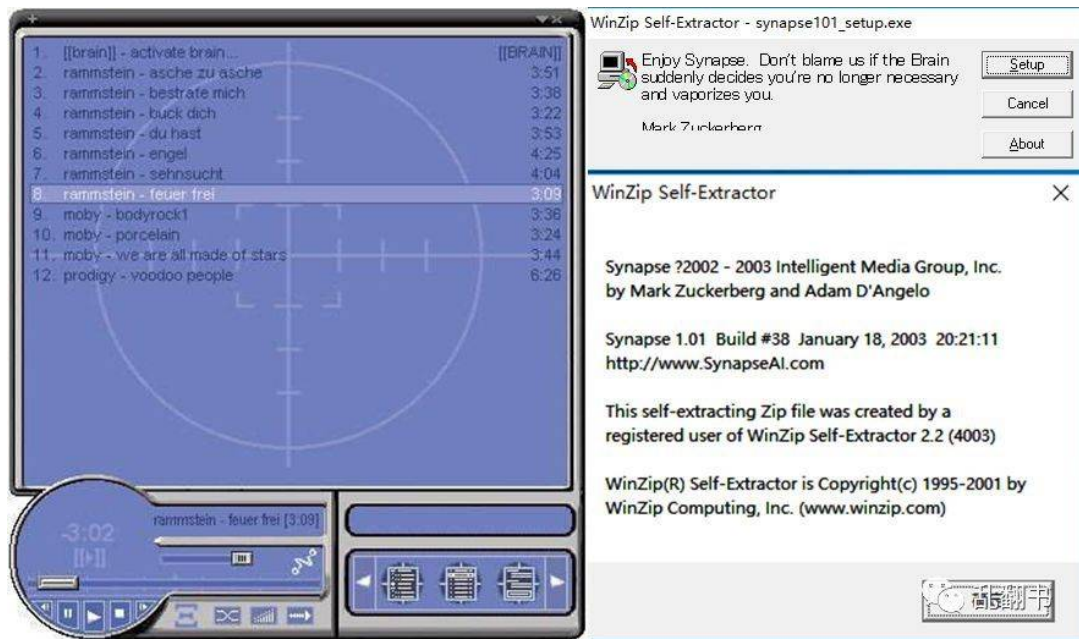
诸多原因推动着他们前往硅谷，有去科技中心的朝圣心态，但更重要的是，小扎的高中同学，技术天才，日后的Facebook的CTO以及再后来的Quora创始人亚当·德安杰罗在加州理工大学读书，离硅谷非常近。



图：扎克伯格和德安杰罗

德安杰罗跟小扎高中都就读于艾斯特高中，高中时就获得了美国计算机奥赛的第八名，并在国际信息学奥林匹克竞赛中获得银牌，是顶尖的程序员。

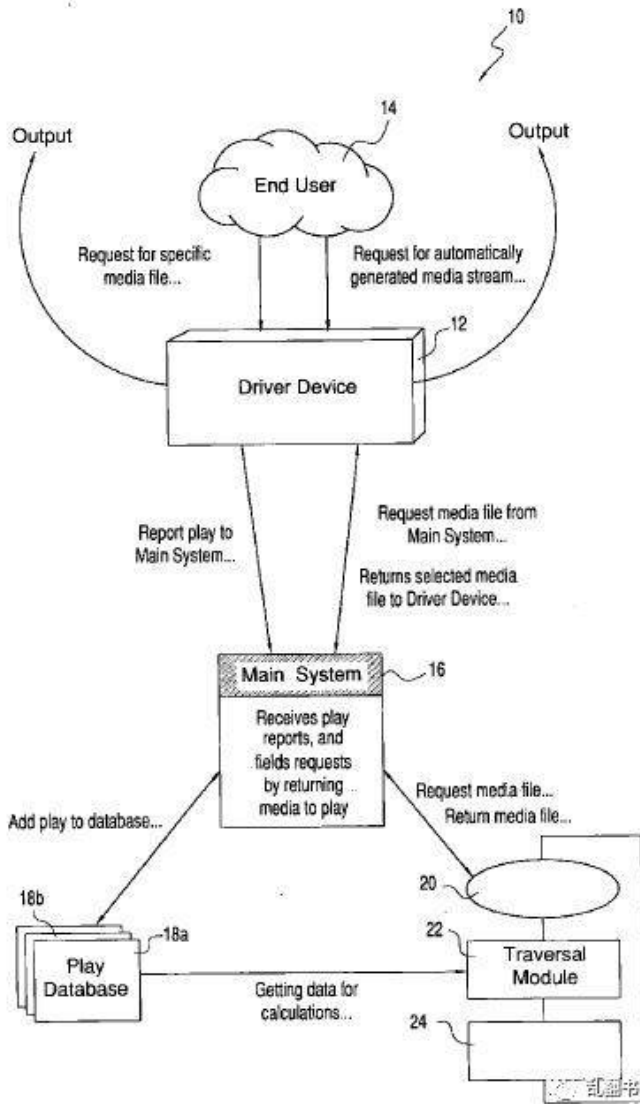
小扎和德安杰罗在高中时就做了一个音乐播放器Synapse，虽然两人读大学一个在东海岸的加州，一个在西海岸的哈佛，但两个人仍在协同维护这个播放器。



图：（左）Synapse的界面（右上）Synapse的安装界面（右下）Readme

在运营Synapse音乐播放器时，两个人想为用户定制个性化推荐的想法就开始有了雏形。2003年5月14日，还在读大一的小扎和德安杰罗递交了一份专利申请：《识别信息单元模式和生成信息流的方法》，两人基于运营音乐播放器的经验提出了一种方法，基于用户的历史播放数据来统计用户的喜好和倾向，进而为其定制一条媒体播放流。

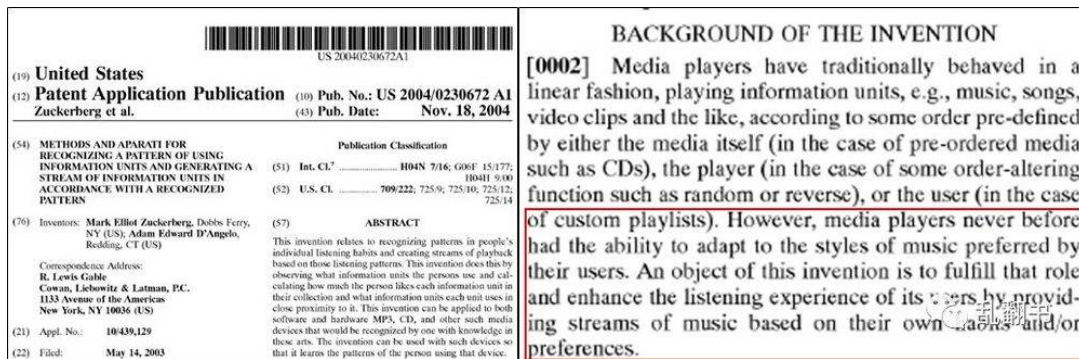




图：扎克伯格和德安杰罗首份专利中的技术实现模型

听上去是不是跟网易云音乐很像？然而在专利中两个人提出的技术实现方式其实挺low的，推荐方式更像拍脑袋，产品实现的形式可以理解成在播放器的已有曲库中怎么实现随机播放。

值得关注的是在说明中反复出现了“根据用户喜好”“定制媒体流（Stream）”两个关键词，赢得战争的绝招，早在战争开始前就埋好了伏笔。

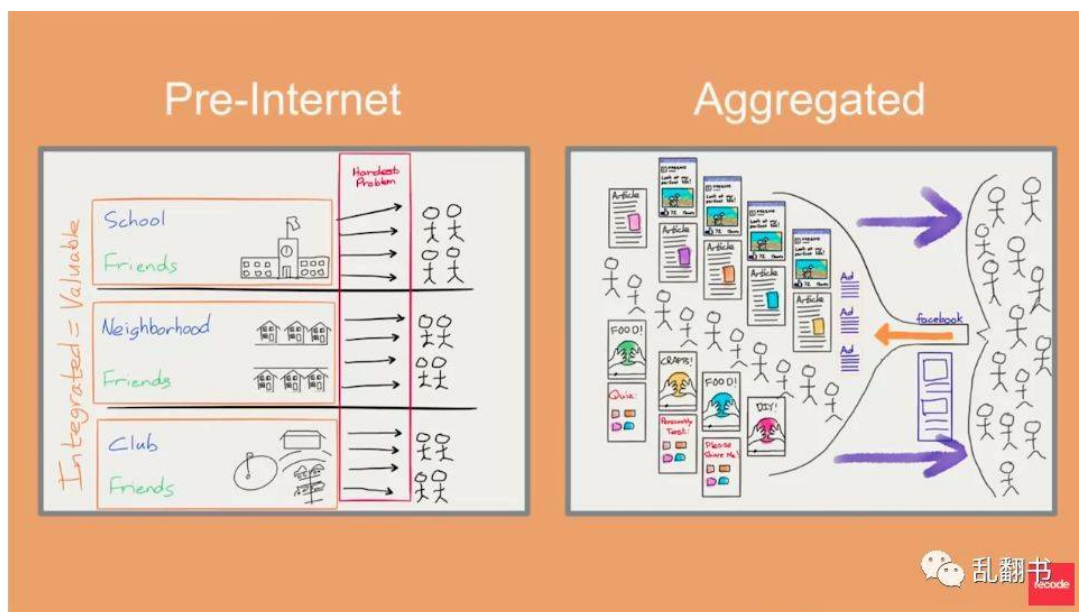


图：小扎和德安杰罗的首份专利中提到Stream

2006年3月，杰克·多西推出了Twitter，一开始反响平平，直到一年后才受到大众的关注。Twitter干的比较蠢的一点在于限制只能发布140词以内的文字，直到2011年才改版上线图片发布，而当时MySpace和Facebook都已经证明图片是趋势。

Twitter的上线代表着在门户和搜索以外，一种新的信息分发形式出现了：信息流，信息不再局限于编辑的推荐和用户主动的搜索，而是通过信息流这个聚合器，将基于社交和订阅关系的信息无穷无尽的展现在你面前。

知名科技博主Ben Thompson这么评价信息流：原本用户社交和获取信息是要跟一个个场景结合，比如在学校跟同学社交，在社区跟邻居社交...然而信息流平台出现后将一切场景聚合在一起，作为一个聚合器将人、信息和场景融合在一起，被动式的信息灌输也满足了人们的惰性。



图：Ben Thompson对于信息流的理解

从2006年7月开始，Facebook为即将推出的信息流Newsfeed密集的申请了一批专利，专利当中相当细致的描述了Newsfeed的实现方法：

根据用户在社交网站上同用户/信息交互的频率，使用算法来评价用户对各种内容的喜好程度，将信息根据重要程度排列信息，实时推送社交网络中的相关信息。

在具体的排序方式上，据说德安杰罗拍脑袋定了个指标：文字信息的权重为1，图片信息的权重为5。

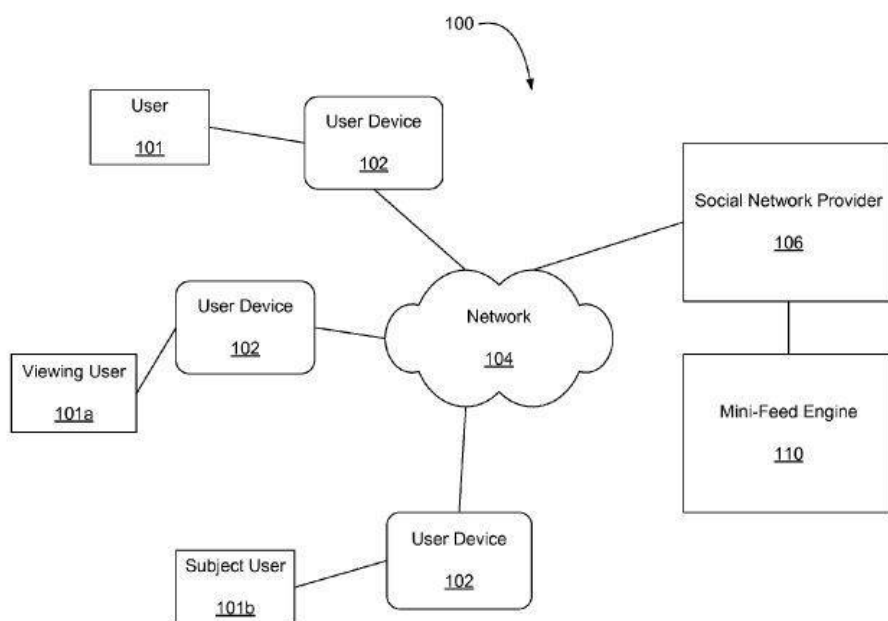


FIG. 1

图：Facebook专利中对于NewsFeed的实现模型

## 7 DYNAMICALLY PROVIDING A NEWS FEED ABOUT A USER OF A SOCIAL NETWORK

### CROSS-REFERENCE TO RELATED APPLICATIONS

The present application incorporates by reference U.S. Provisional Patent Application Ser. No. 60/750,844 filed on Dec. 14, 2005 for “Systems and Methods for Social Mapping,” U.S. Provisional Patent Application Ser. No. 60/753,810 filed on Dec. 23, 2005 for “Systems and Methods for Social Timeline,” U.S. patent application Ser. No. 11/493,291 filed on Jul. 25, 2006 for “Systems and Methods for Dynamically Generating a Privacy Summary,” U.S. patent application Ser. No. 11/502,757 filed on Aug. 11, 2006 for “Systems and Methods for Generating Dynamic Relationship-Based Content Personalized for Members of a Web-Based Social Network,” U.S. patent application Ser. No. 11/503,093 filed on Aug. 11, 2006 for “Systems and Methods for Measuring User Affinity in a Social Network Environment,” and U.S. patent application Ser. No. 11/503,037 filed on Aug. 11, 2006 for “Systems and Methods for Providing Dynamically Selected Media Content to a User of an Electronic Device in a Social Network Environment.”

图：Newsfeed的相关专利

9月5日，Facebook新功能NewsFeed上线正式推出信息流，从用户的感觉来看Facebook成真正“活”起来了：

Facebook开始给人一种“实时”互动或“现场”社交的幻觉，在那里你可以看到每秒或每分钟的更新，它记录了用户几乎所做的每一个动作，它非常直观。

我发现MySpace好像只是在看静态网站一样，看起来并不像是“实时”和“互动”，而在Facebook上像是一场实时的派对，人们正在评论彼此的背影，分享饮料和照片，互相戳戳.....

——Jerry Merkut, Quora



如同奥本海默完成原子弹的研发，战争可以宣告结束了。

即便MySpace的流量还是Facebook的两倍，但在所有人的认知里，Facebook已经胜出。

2007年8月8日，新闻集团宣布Myspace经过悉心经营，销售额达到5.5亿美元，并首次实现利润1000万美元，默多克在和众多分析师电话会议时预言，明年的销售额将突破10亿美元。然而在一周内，新闻集团的股票跌至全年最低。

当时安德森说：“每个人都相信媒体的胡说八道，认为MySpace完蛋了，Facebook超过我们了”。

2008年5月，Facebook全球独立访问用户超过了MySpace，次年美国访问用户超过MySpace。MySpace开始陷入新一轮的管理层斗争，德沃尔夫和安德森出局，来自Facebook的COO范塔纳接任CEO。



图：Facebook和MySpace的用户数据

2011年6月，MySpace以3500万美元被出售给Specific Media Group和电影《社交网络》中扎克伯格的扮演者Justin Timberlake。



2012年5月，Facebook在纳斯达克上市，是那时史上最大IPO，市值达到1152亿美元。媒体对扎克伯格这位二十多岁年轻人的称呼惊人统一：国王。



离开MySpace后，德沃尔夫做了一家手游公司，最近出品的游戏叫做哈利波特·霍格沃茨之谜，在今年4月份时还一度登上中国IOS的游戏免费榜前列。安德森成为了一名摄影师，游遍世界，在Facebook上的公众主页有110万个用户关注。

在移动互联网时代长大的年轻用户，不再有人记得MySpace。

参考材料：

- 1.朱丽亚·盎格文, 《谁偷了MySpace》
- 2.大卫·柯克帕特里克, 《Facebook效应》
- 3.林军《浪潮十五年》