



# SNS产品结构讨论案

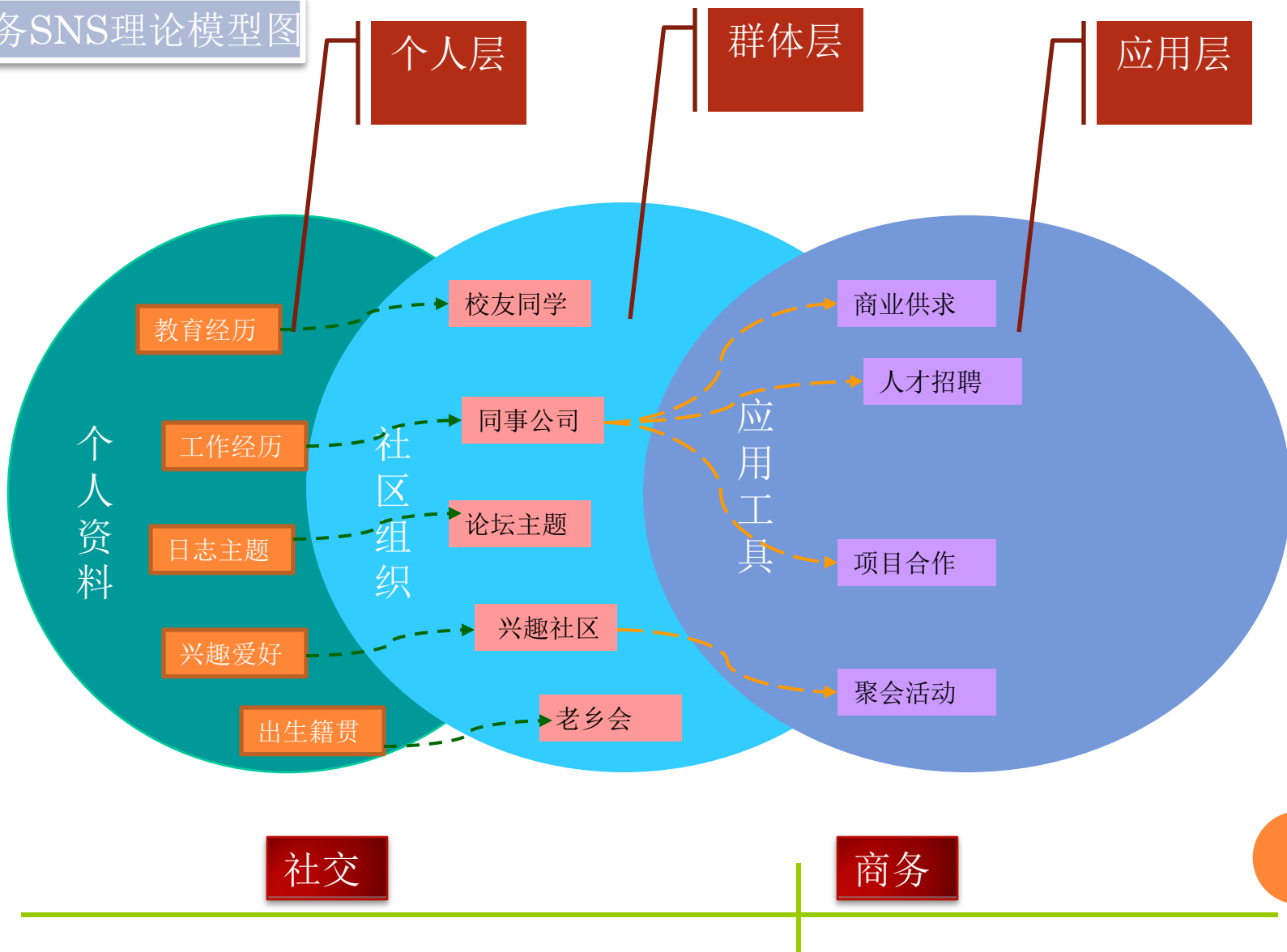
Andy Wang

2008年画图

2010年补充文字

# SNS理论模型图

## 商务SNS理论模型图



## 说明

- 上图画于2008年，做为商务SNS的产品图画出来的。如果是娱乐SNS，则在应用层，全部是游戏应用。
- 认为大部分SNS网站主体的结构，都可以分为这三类，一为个人资料部分，二为群组部分，三为应用部分。
- 经过5年多的发展，SNS产品现在已经非常成熟，开源的UCH都已经产生，就技术和产品角度而言，已经是非常完善，剩下的是美工和细节的事情了。



# 个人层



个人层是一切的开始：

1. 是群体，兴趣自动匹配和搜索的基础
2. 是进入学校市场，校友录市场的基础
3. 是同乡会，进入商会等市场的基础
4. 是公司组织，是进入商务SNS的市场的市场的基础
5. 是一切定向营销，定点广告的基础

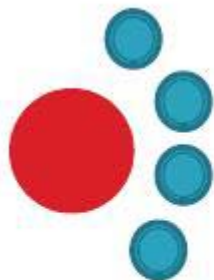
商业价值在于：个人页面广告，定向营销，活动营销及面向个人的商业盈利方式。



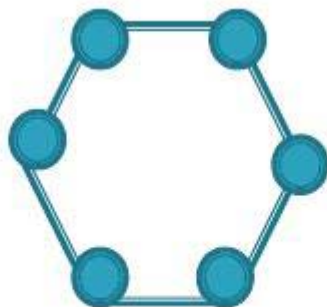
# 群体层

- 物以类聚，人以群分，人多了以后，就需要把他们分散在各种的群体里。
- 以应用方式分，和以俱乐部群组社区方式分，是工作的不同。
- 群组的商业价值在于：面向企业，建立企业类的商业群组和应用。

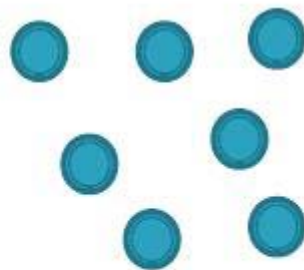
群体中的人际关系：



领导模式



朋友模式



工具模式



# 应用层



# APP和开放式平台

## ○ App

- 不同的APP可以组成不同的社区网站类型。
- 商务的APP，即可组成商务类型。
- 娱乐类型的，即可组成娱乐SNS。
- 同理可得，婚恋，校友，游戏，生活，都可以由不同的模式来完成。

## ○ 开放式平台

- 开放式平台，可以带来更多的APP。
- 从而形成无比广泛的应用，足可以满足所有人的需求。
- 这也是社区网站能成为主流，门户，能够和搜索相抗衡的原因。



# 盈利模式

- 社区网站能不能盈利，这个问题已经不需要多讨论，现在已经关心的是，盈利是否能够达到搜索公司级别，网络游戏公司级别而已。

## 个人层

- 广告
- 个人推广

## 群体层

- 商业组织社区
- 公司组织

## 应用

- 互动应用
- 广告应用
- 其它应用手续费

