

## DOUBAN.COM: историческое событие только раз

Douban запущен 6 марта 2005 года, является китайский сайт SNS позволяет зарегистрированным пользователям записывать информацию и создавать контент, связанный с кино, книги, музыка, и последние события и мероприятия в китайских городах. Douban также владеет интернет-радиостанция, которая занимает № 1 в IOS приложение магазина в 2012 года В отличие от Facebook и Renren, Douban открыт для зарегистрированных и незарегистрированных пользователей. Для зарегистрированных пользователей, сайт рекомендует потенциальные интересные книги ,фильмы , музыку для них в дополнение к действующей в качестве веб-сайт социальной сети и регистратором; для незарегистрированных пользователей, сайт является хорошим местом, чтобы найти рейтинги и обзоры книг ,фильмов , музыки.

Douban имеет около 53 миллионов зарегистрированных пользователей в 2011 году.

Сайт служит Пан-китайских пользователей, и его содержимое на китайском языке. Она охватывает работы и средств массовой информации на китайском и иностранных языках. Некоторые китайские авторы и критики зарегистрировать свои официальные персональные страницы на сайте.

Douban основана Бо Ян. Ян был специализировался в области физики в университете Цинхуа, прежде чем он учился в университете Калифорнии в Сан-Диего, как аспирант. После получил докторскую степень в области вычислительной физики, он работал в качестве научного сотрудника в IBM. Позже он вернулся в Китай, став техническим директором компании программного обеспечения, основанного одним из его друзей. В 2005 году Ян начал создавать веб-сайт для 2.0 Путешествия по имени Luzong, первоначально одним человеком проект в Starbucks в Пекине. Через пару месяцев, однако, сайт был преобразован в то, что сейчас известно как Douban.com.

Перед douban.com появляются, Китай, естественно, имеет сеть средств массовой информации, но в первые годы на веб-сайте, интерактивная не сильно, то представители порталы и вертикальные участки, и их факт распространения информации, и традиционные средства массовой информации так же, как, что с информацией Источник для пользователя является "один ко многим", один источник информации релиз Информация для бесчисленного потенциальной аудитории. Затем примерно в 2003 году, рост первого поколения Web 2.0 модели сайта, его модель "многие ко многим", что сайт является лишь площадкой для спонтанного пользовательского контента (UGC, пользователь генерировать контент), в то время тепло в блоге на некоторое время, но в конце концов было установлено, что средства массовой информации должны дополнительно общения, чтобы завершить эту миссию. От этом смысле, QQ, микроблоги, Taobao, микро-канал схожи: СМИ являются "многие ко многим" платформы, но

по сравнению с этих сайтов, douban.com содержания гораздо более очевидно, длинный хвост, потому что она включает в себя большое количество книг, фильмов, музыки содержание довольно незначительное меньшинство, что будет означать потенциальную коммерческую целевую группу высоко дифференцированный (фрагментации), более трудный рекламу и другие средства наличными.

Хотя douban.com аудитория часто ссорятся друг с другом, чтобы вытащить черный, сердитый выход из системы тех, кто, которые также являются те,, но данные, общая липкость douban.com пользователь (еженедельно логины, и каждый раз, когда вы остаться дольше Просмотров страницы, и т.д.), в том же сайте не является низким. Кроме того, в течение последнего десятилетия он в этом прошлом, чтобы сохранить относительно стабильное развитие, - отмечают в "относительной" отборочного, потому что Интернет является особенно легко для резкого внезапного упадка промышленности, иногда просто горки изменения. В этом смысле, одним из успехов douban.com является не то, что "работать быстрее", чем их сверстники, но что это "умереть медленно".

Из поискового индекса Baidu, который очень значительным (с учетом Baidu в конце РС в категории составили более 70% акций, его поисковый индекс в качестве общего степени обеспокоенности для многих пользователей этого слова, причина для использования стороне ПК С 2011 года только мобильный терминал данных мониторинга): В последнее время в среднем неделю по сравнению с максимумами, douban.com упал на 41,3%, но "счастливой чистый" снизился 99,3 процента, "Renren" упал 87,6% "Сина микроблоги" снизился на 82,0 процента.

Социальные сети сайты, как правило славы не сложно, но это трудно, как держать людей. "Счастливый чистый" высокая точка (на этой неделе появится в 2009/7/26) Baidu индекс поиска выше, 833,378, который является довольно удивительно (Таобао высокая точка в истории, только 1130000), но мы все взрослые люди, очень долго Мы должны быть и реальность межличностных сетей, люди придерживаться ближе интерес к потребностям работу. Когда ухудшение липкость пользователь, неудача неизбежна. Когда в 2011 году счастливые сети показал явные признаки упадка, его генеральный директор Ченг Binghao впервые предложил концепцию социального маркетинга, на форуме, это означает, через межличностные рекомендуемых способов для продвижения маркетинга, но в китайском обществе, это знакомство рекомендуется как они, как правило, подрывают, а не улучшить взаимоотношения, то ничего не случилось в ближайшее время.

Чтобы удержать клиентов, важно, чтобы пользовательский опыт, и что иногда противоречивыми и доходов от рекламы. douban.com теперь часто люди чувствуют себя слишком много рекламы (конечно, эта жалоба иногда делается для спама пользователя не douban.com освободить себя), окружающая среда не является хорошим, но совести, горизонтальной отличие от взгляда, Douban .com в рекламе этой связи делается достаточно сдержанно. Согласно наиболее авторитетным в отрасли программное обеспечение для онлайн мониторинга

рекламы данных iAdTracker, по состоянию на 22 декабря, douban.com доходы от рекламы в этом году было 41572000, 42000800 в прошлом году, в год, а затем двигаться вперед в 2012 году, по сравнению с 35,076,500 в 2011 году только 3358100, ранее данные мониторинга нулю. douban.com реклама не имеет много ограничений - например, douban.com страницы пока нет анимации, флэш-памяти или богатых рекламных носителей, не говоря уже о всплывающее окно, в самом деле, только изображение, в виде одного, очень мало рекламы, которые являются рекламодатели и агентства не является удовлетворительным.

Из данных, douban.com будущие возможности в мобильном конечной точки должно быть. Многие марки и поиск медиа-кривой можно видеть, пик компьютер, вероятно, закончиться до конца 2012 достигла пика, а затем снова часто уменьшается, в то же время, мобильный терминал затем показал более быстрое повышение. Изменения этого пользователя уже были представлены в доходы от рекламы, некоторые из отечественных сайтов видео в 2014 рост рекламных доходов мобильных терминалов, гораздо больше, чем ПК стороны (конечно, оригинальный база мобильных терминалов низкий).

РУППА 412  
Тянь Кайгэ