

都匀网站建设,来贵阳网站建设公司建站经验丰富

产品名称	都匀网站建设,来贵阳网站建设公司建站经验丰富
公司名称	贵州云集铭网络科技有限公司
价格	100.00/个
规格参数	
公司地址	贵州省贵阳市南明区花果园国际中心一号楼3215
联系电话	16685338168

产品详情

互联网运营的这几年发生了那些变化？

“运营”真是个有趣的东西。我在网上看到：

1984-1993：互联网的萌芽

[贵阳网络推广](#)

讲讲少有

人知道，人与人之

间次可以通过“互联网”进行较大规模的信息交换，差不多是在1984年。

那一年，一个叫“惠多网”（FidoNet）的BBS建站程序在美国出现。用户通过线连接，以点对点的方式转发信件。惠多网是全世界个BBS网络。

7年后，中国的惠多网“长城”站开通，这时候上惠多网的几乎都是从海外拨长途回国的中国留学生，以及部分后来的国内前沿技术爱好者。在当时的长城站上，就已经有了马化腾、求伯君、丁磊等人的身影。

年轻的马化腾

都匀网站建设,来贵阳网站建设公司建站经验丰富讲讲1993年开始，随着拥有PC的用户越来越多，以及众多相关技术的发展，在大洋彼岸的美国，“互联网”开始如野草般无预兆地疯狂生长起来，并先后诞生了如网景、雅虎这样的互联网公司。

大洋彼岸的盛况无疑是令人悸动的。于是，从1995年开始，互联网之风远渡重洋来到中国，开始生根发芽。

1994-1997：互联网是什么？

互联网用户体量：不足30万

互联网代表产品：门户，早期BBS

代表性运营工种：网编，BBS管理员

对于老一辈网民和互联网圈人士们而言，基本上不太有争议的一件事是，中国互联网发展的起点，是1995年前中关村大街上那家叫做“瀛海威”的公司出现。大概人们永远也不会忘记的，是瀛海威当年那个经典无比的广告——

—“中国人离信息高速公路还有多远？向北1500米。”

所以，你发现了，那时候的中国，互联网对于人们的吸引力所在，是“信息”。在那个大多数人主要的信息获取渠道还是看“新闻联播”的时代，信息还是的稀缺品。

于是，围绕着“信息”的获取和消费，在国内诞生了早的两种产品形态，分别是“门户网站”和“BBS”。

其中，前者的代表，是新浪、搜狐、网易，而后者的代表，则是天涯、猫扑、西祠以及各大门户网站下属的论坛。它们差不多都集中出现在1995-1996年间。

同样都是提供信息，“门户”与“BBS”之间的不同，源自于门户网站的内容都需要自己采集编写，而BBS上的信息则大多来自于用户的自发贡献，用现在的话来讲，一个是PGC，另一个是UGC。

在那个时候，人们对互联网的认知还是模糊的，大家都只知道互联网是个新奇、好玩的玩意儿，能够让你“足不出户就获取到全球资讯”，基本还没什么人会想到互联网上还能赚

钱，很多人开始做网站也好，做软件也好，更

多都抱着一些半好奇半尝试的心理，并没有任何特定的预期或是规划。

同时，在1998年之前，国内能够上网的人本身就很少，按照中国互联网信息中心提供的数据，在1997年，全国的拨号入网用户，不过才区区25万人而已。因而，那个阶段的网上在线服务也相对单一，基本上除了门户、BBS之外

，就是少量的软件下载网站。

那个时候，绝大多数的网站与产品，都是无需考虑“用户获取”的——本身可以找到的网站和在线产品就很少很少，加上上网的人数也不多，基本你只要能够把一个东西做出来，且它不是太差，大家自然就能够找到它，且各

类门户、论坛等也愿意无条件免费推荐和介绍你的产品——毕竟，在那个时候如果不介绍些新的网站和热点事件啥的，他们可介绍的东西也就没那么多了。

作为一个现今互联网行业中为普及的工作职能，它却又往往被称为是一大“玄学”。

一方面它的地位和权重越来越高；另一方面，似乎它又很模糊，看起来，少有人能够从真正意义上讲清楚到底“运营”是什么。

回溯起来，“运营”这项工种的出现，其实不过短短十几年。

某种意义上，我们愿意相信，一事物，如果你并不足够了解它的过去，那你一定很难真正理解它的现在和未来。

我们猜想，假如我们能够回过头去认真回顾一下“运营”在互联网世界中的发展史，会是件有趣，且有价值的事。

这形成了本文写作的初衷。

那么，究竟什么是“运营”？

我发现，在现有的互联网世界中，“运营”的范畴下所能包含的具体工作内容，可谓繁杂无比：推广投放、活动策划、内容制作、数据监测、用户管理……诸多内容似乎都能够往其中装填，几乎每一个被称为是“运营

”的互联网从业者，身上都会背着不止一项工作内容。

因而，要试着谈论运营，我们必须要先界定运营。

按照我在《运营之光》章中给出的定义，运营的目的终是为了“更好的连接产品和用户”。再进一步讲，这里又存在两个目的，一是能够获取用户并实现用户付费；二是能够更好的维系住这些用户，令之愿意与你持续。

而一切围绕着这两个目的来展开的具体工作内容，都可被视作某种运营手段。以及，一个靠谱的运营，一定是能够懂得、并熟练掌握多种运营手段的——这与传统行业中的状态全然不同。

但是，这样一项既复杂又多样有时又会显得有些宽泛的职能，到底是怎么诞生的？以及为何会诞生它？

为了更好地回答这样几个问题，我们依次梳理了从互联网诞生至今的行业发展历程，提炼出了其中每一个阶段的代表性产品，并试图着重去分析这些互联网产品在它们所处的时代，是如何实现“用户获取&用户付费”、“用户维系”这样两件事的。

以及，我们也同时关注着“运营”这个概念在行业从业者心目中的认知变化。

我试着回溯了互联网过去20年的发展历程以及去观察在其每个阶段围绕着“用户获取&付费”与“用户维系”这样两个目的产生过哪些不同的具体做法，在经过观察和思考后，我粗步有了以下几个结论——

在互联网诞生之初，是不存在“运营”这样一个职能的，这个职能及其称呼是渐渐被演化出来的；

早出现的贴近于当前“运营”的岗位，是“网络编辑”和“社区BBS管理员”，其次是各种网络推广；

“运营”的概念早大约成型于2001年前后，而真正意义上“运营”这样一个概念和职能在互联网圈内开始逐渐普及开来，大约是从2004、2005年前后开始的——从那时阶段开始，包括新浪在内的大量互联网公司中的“编辑

”开始被称为“内容运营”，而类似“社区运营”这样的叫法也开始被普及开来。

我发现，这是一个很有趣，也很值得去思考的过程。