

从新浪到微博：草根时代 16 年

中国互联网大航海时代的权力更迭与大众启蒙。



依据《半拿铁》No.161 原声逐字稿再创作
(标识 6889b12b8e06fe8de7687a90)

弄潮儿图鉴：技术、资本与管理的碰撞



技术极客/创始人。从北大机房走出的天才，坚信技术改变现实，却在资本游戏中折戟。



四通老板/资本方。老一代中关村教父，代表了早期中国商业的底色与权威。

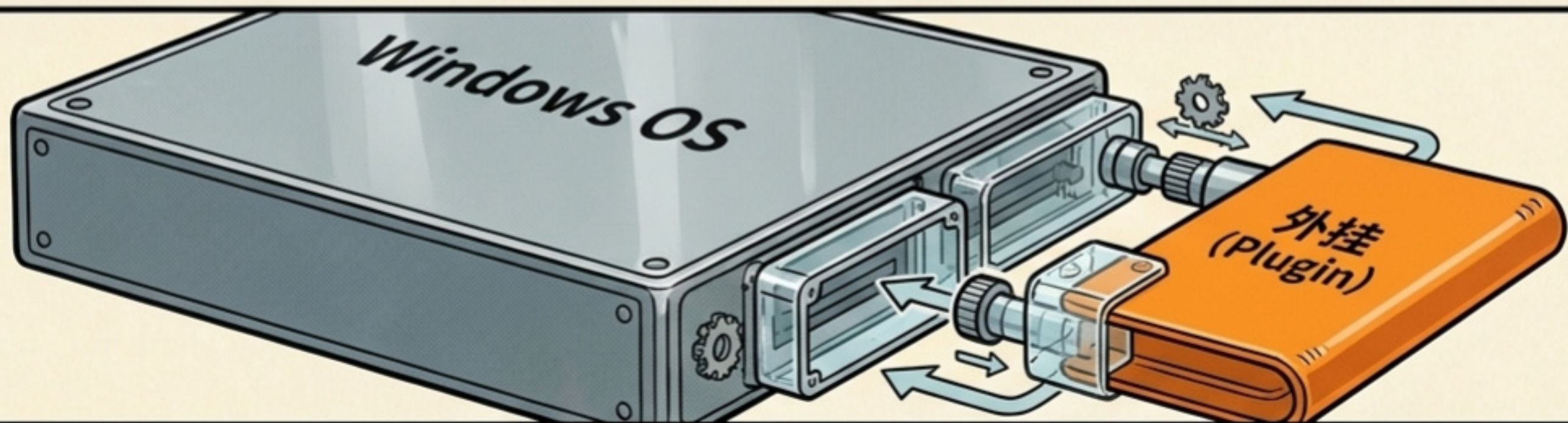


普华永道出身的CFO转CEO。用极强的财技与手腕，终结了新浪长期的“无主之地”状态。



体育版主转总编。中文网站第一编辑，新浪媒体基因的奠基人，微博早期的拓荒先锋。

未名湖畔的极客与“外挂”哲学



1984年以地区第一成绩考入北大的王志东，确立了他早期的技术路线——不修改底层，而是提供兼容的外挂支持。这种“外挂思路”不仅成就了BD Win，也成为后来RichWin成功的基础。

资本入局时的四项防卫铁律

经历过“新天地”创业失败的王志东吃一堑长一智。1993年，为了避免重蹈覆辙，他向投资方四通提出了当时极其罕见的苛刻条件。

四通立方 (Stone Rich Sight) 合作铁律

1. 投资力度要大：起步 500 万港币，拒绝小打小闹。
2. 只做高科技软件：坚决不碰当时流行的房地产与金融业务。
3. 所有权与管理权分离：四通控股，但必须独立经营，王志东说了算。
4. 团队股权激励：给予技术和管理人员 30% 的股权（后调整为 21%）。

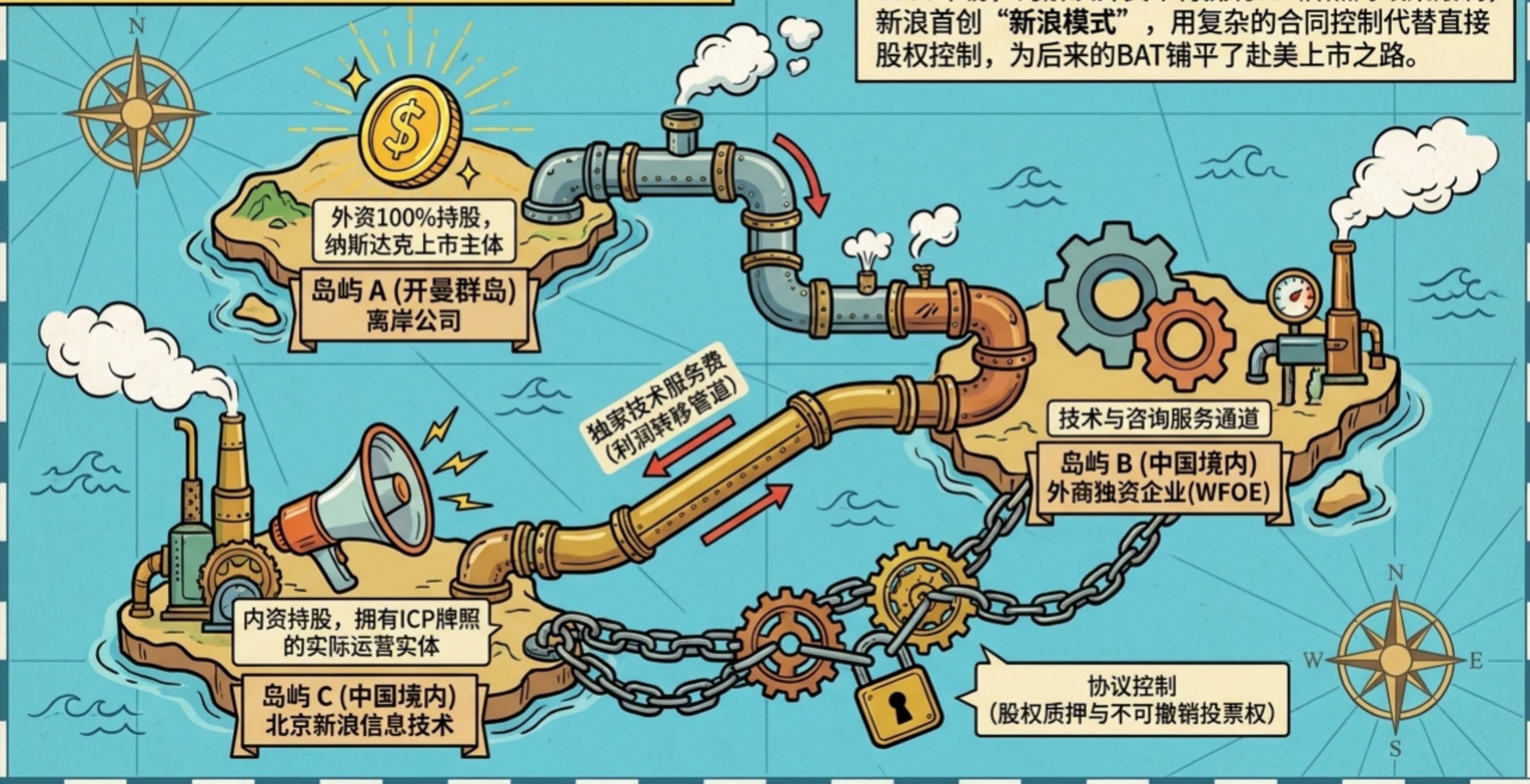
硅谷的洗礼与“新浪”的诞生



1998年，四通立方与日活100万的华渊资讯合并。华渊带来了名字“SINA”（源自Sino+China，同时寓意 商冲浪）。新公司估值达3000万美元，彻底转型为国际化的互联网门户。

规避外资限制的开创之举：中国互联网第一 VIE 架构

2000年初，为解决外资不得拥有ICP牌照的政策限制，新浪首创“新浪模式”，用复杂的合同控制代替直接股权控制，为后来的BAT铺平了赴美上市之路。



震惊中外的董事会兵变：创始人的出局

震惊，出卖，回家！

纳斯达克上市时的致命隐患：
华登 13.3%
四通 10%
戴尔 6.3%
...
王志东仅剩 6%

弃权

反对

反对

反对

反对

反对

反对

反对

王炼

2001年互联网泡沫破裂。赴美开会的王志东突然被解雇。资本与职业经理人联手，将创始人踢出局。连他一手提拔的高管全部投下反对票。

财务官掌舵与无主之地的终结



面对“九个董事八个看表、一个干活”的权力真空，CFO出身的曹国伟临危受命。他先以“毒丸计划”半价增发稀释股份，成功击退陈天桥的恶意收购；随后在2008年带领管理层完成中国互联网首次MBO，真正夺回了新浪的控制权。

从论坛时代到微博客的先烈



新浪的媒体基因源自1997年“体育沙龙”里中国第一篇爆文，证明了互联网是情绪的终极承载地。而十年后，推特的发明启发了中国第一个微博客——饭否。



我就是把饭否当通讯来做的，“饭否”就是吃了没的问候。它呈现出媒体属性，是我始料不及的。



2009年因缺乏审核机制，拥有百万用户的饭否被迫关停，错失了黄金发展期，制造了第一批“微博难民”。

百微大战：新浪的“拉客”与明星战略



颠覆传统的产品机制：140字的魔力

微博的胜利不仅是运营的胜利，更是产品底层设计的降维打击。
它打破了双向好友关系的壁垒，创造了永不枯竭的信息流。

社交网络 (Social Network)



单向关注 (Asymmetric Follow)
打破了校内网/QQ的“互加好友”门槛，形成向大V聚拢的广场效应。



140字限制 (140 Characters)
创作门槛极低，从长篇大论转向瞬间的“状态记录”。



时间信息流 (Timeline)
消费门槛低，无需主动寻找，催生了现代人“刷手机”的成瘾行为。



转发与标签 (Retweet & Tag)
穿透私密关系墙，实现社会议题的病毒式裂变传播。

社交网络 (Social Network)

社交媒体 (Social Media)

2010 微博之年：互联网照进现实的第四媒体

一个话筒搭上了另一个话筒，
无数的声音开始激荡。微博
的现实就是中国社会的写实。



2010.07 打假风暴：方舟子凭个人力量在微博戳穿“打工皇帝”唐骏学历造假。



2010.09 宜黄拆迁：钟家姐妹躲在女厕所用手机发微博求助，数小时内被转发数千次，促成救援与问责。



2011.07 温州动车：乘客第一时间发出求救微博，比传统新闻早2小时，触发全民号召献血的救援网络。

草根崛起与粉丝杠杆定律

微博真正开启了草根时代。李开复曾精准总结过微博赋予个人的杠杆效应，这也是当时网民狂热涌入的根源。



妥协、阿里入局与全面娱乐化



面对微信的降维打击与监管压力（2012实名制），微博在2013年接受阿里5.86亿美元注资，全面转向下沉市场与娱乐化。营收极度依赖广告营销（占85%），从公共议事厅变成了机构发布通告和吃瓜的“黑板报”。

微弱的脉冲，时代的连结

尽管错失了短视频的巨轮，市值滑落至25.6亿美元，但微博今日仍拥有 5.91亿月活。从BBS到博客再到微博，互联网最大的价值，直能让最微弱的声音传递出去，被无限放大。

纵然细若尘烟，也能响彻云霄；
纵然相隔万里，也可瞬息相连；
纵然跨越时空，也能叫人感动。

时代浪潮滚滚向前，对于你的名字，
也许从今不会再提起，但回音永存。