

中国雅虎“谢幕” 变脸“天天正能量”

■ 本组稿件撰写 陈聿敏 陈学东 敖祥菲 孙宏超

策划
词

曾经的互联网“王牌”雅虎在中国的地盘又“缩水”了。继雅虎相册、雅虎邮箱等服务先后告吹后,这一次甚至是所剩无几。自 9 月 1 日零时起,雅虎中国门户网站彻底“变脸”,不再提供社区、资讯服务,网站自动跳入阿里公益频道。

新闻

声音

中国雅虎已成记忆 在华只剩空壳

距离关停邮箱服务还不到半个月,9 月 1 日起,中国雅虎再度关停资讯及社区服务。中国雅虎在其首页公告称,原有团队将专注于阿里巴巴集团公益事业的传播。这意味着,中国雅虎旗下的主要业务都将停止其运作,仅剩下品牌。对此,有业内人士戏谑为“植物人公司”被拔线。阿里巴巴方面则强调,中国雅虎的品牌使用权仍旧归属阿里集团。

对于中国雅虎的离去 网友只有怀念和遗憾

记者在公告里看到,中国雅虎表示,“基于 2012 年阿里巴巴集团和雅虎美国的协议,中国雅虎将调整自己的运营策略,于 2013 年 9 月 1 日零时起,不再提供资讯及社区服务。原有团队将专注于阿进而巴巴集团公益事业的传播。感谢这么多年来一直支持我们的各位朋友,也希望在未来的公益事业中,能够继续获得大家的支持。”最后则是一段煽情的告别留言:“无论公益还是资讯,我们的初衷都是唤醒、传播这个世界最真最善最美的东西”。

公告仅仅停留了几秒,然后网站就跳转到阿里公益旗下一个叫“天天正能量”的主题的页面。从那个页面也可以直接跳转到淘宝网主页。

这个“阿里公益”网站首页,最上面和淘宝网站一样的菜单条,可以一键进入淘宝首页。下面的右上角有个橙黄色的拳头 LOGO,旁边写着“阿里天天正能量”。主要栏目有:活



动介绍、正能量故事、获奖正能量、见证者、评委团等。下面的公告提醒:雅虎论坛用户点此转移资料。点击进去就是登录雅虎的界面。旁边就是滚动照片介绍正能量一等奖获得——坚守长江大桥救下 256 个轻生者的陈思事迹,奖励 2000 元。接下去就是正能量故事精选。点击该页面上上传正能量,就可以进入社区论坛。

“早感觉会有这么一天来临,不过没想到这么快,邮箱关闭,门户网站也没了。”网友甘甘惋惜地说,自己曾经也是雅虎邮箱的忠实

用户。9 月 1 日,在微博上,也有不少网友留言,表达了对中国雅虎的遗憾和祝福。

网友 ww 雨林说:“我的第一个邮箱就是雅虎邮箱。还记得当时没有网吧,我哥在打印店的电脑上帮我注册的,那时上网费 6 块钱 1 小时。别了,雅虎。”

互联网江湖格局已变 中国雅虎早成“植物人”

有评论称,中国雅虎早已是“植物人”公司,今天其主要业务全部停运,也算是终于下决心拔线,让“植物人”转为“正式死亡”。

当然,雅虎曾经拥有过辉煌。回到上世纪 90 年代,你需要的几乎一切:电子邮件、新闻、体育、股票和地图,都存在于一个网站:雅虎。雅虎是互联网的“门户”,能向你提供所需的一切。不少首批中国网民正是看着雅虎新闻、用着雅虎邮箱长大的。

但如今,互联网江湖格局早已面目全非。业内人士表示,随着信息量的爆发式增长,仅仅依靠门户网站已经远远不能满足用户的搜索需要。

2005 年雅虎以 10 亿美元的现金和中国雅虎,资产换取阿里巴巴集团 40% 的股份,归属电商网站阿里巴巴运营 8 年以后。中国雅虎将搜索、邮件、及时通讯、门户以及口碑服务统统试了一遍,业务和团队也几经调整,但是最终没有形成气候。

现在在邮箱、资讯、社区服务都停止以后,中国雅虎旗下的主要业务已经停止运作,

仅仅留下了一个品牌空壳。针对这次服务的关停,阿里集团表示,根据去年阿里集团与雅虎达成的股份回购协议,阿里还能最多使用 4 年中国雅虎的品牌权。

中国雅虎团队转做公益 “天天正能量”7 月已启动

在此次中国雅虎的公告里称,原有的团队将专注于阿里巴巴集团公益事业的传播。网站页面跳转到的“天天正能量”又是什么样的背景?

据了解,这是今年 7 月由阿里巴巴公益发起启动的项目。阿里巴巴集团计划每年投入 500-1000 万元,用于发掘、传播和弘扬社会上的正能量人物和事件,推崇人性真善美,唤醒社会正能量。

据有关消息称,中国雅虎原来有 200 人左右的团队则几乎全被转岗至阿里巴巴在杭州的公益部门,公益正是马云宣布“退休”后要做的“重头戏”。此前,马云谈及公益也表示说,“公益不是看你捐了多少钱,公益是你唤醒了人的爱心。公益的核心思想就是唤醒良知,唤醒善良。这个社会由于各种各样的情况,使得恶的东西、坏的东西淹没了我们的善良,公益就是为了唤醒它们。”

阿里巴巴公益基金会人士认为:“真正主流、正向的东西,存在于生活中的细节里,这些才应该是这个时代让人们习以为常的价值观,是这个社会的基础。我们希望通过天天正能量,唤醒每个人心中积极向善的一面。”

新闻背景

回顾

八年“姻缘”: 爱人如何变鸡肋

对于中国网民来说,雅虎邮箱、Yahoo Messenger 等产品是对互联网的最初记忆。雅虎的门户模式更是促成了网易、新浪、搜狐等一大批中国本土门户网站的崛起,拥有华人身份的创始人杨致远也成为了第一代中国创业者的偶像。

2005 年,雅虎中国与阿里巴巴走到了一起。这次“嫁娶”在外人看来远谈不上门当户对,当时的雅虎是世界知名互联网企业,而阿里巴巴的核心业务却还在成长期——淘宝网刚刚诞生,支付宝更如同一个初生婴儿。有了雅虎提供的 10 亿美元,淘宝有实力把 eBay 赶出中国,其又在 2007 年令阿里巴巴 B2B 业务在香港上市;对于雅虎,当年 10 亿美元的投资也已增值超过十倍。

然而,这场不对等的“婚姻”经过数年的发酵,越来越不尽如人意。杨致远在 2008 年 11 月辞任首席执行官,随着他在雅虎管理层逐渐被边缘化,马云和雅虎的关系也日趋紧张。

根据协议,从 2010 年 10 月开始,雅虎投票权从 35%增加至 39.0%,而马云等管理层的投票权从 35.7%降为 31.7%,软银保持 29.3%的经济权益及投票权不变,雅虎成为阿里巴巴真正的第一大股东。

随后,阿里巴巴向雅虎提出股权回购计划,但遭雅虎回绝。阿里巴巴 B2B 公司前 CEO 卫哲曾言辞激烈地炮轰雅虎是一个面临破产的公司,而阿里巴巴不再需要雅虎。与此同时,雅虎面临的困境包括营收滑坡、裁员、缺乏创新、管理层重组和高管流失,其总市值仅 180 亿美元,而阿里巴巴集团的估值为 350 亿美元。

经过一年多的博弈,双方于去年 5 月 21 日宣布股权回购协议:阿里集团将动用 63 亿美元现金和不超过 8 亿美元的新增阿里集团优先股,以总共 71 亿美元的代价回购雅虎手中持有阿里集团股份的一半,即阿里巴巴集团股权的 20%。但未来阿里巴巴集团整体上市后,雅虎手中保留的 20%股份将会进一步升值,超出 71 亿的价值。“这是一个不完美但最正确的选择。”马云当时说。

杨致远布道中国



中国雅虎的老东家雅虎和中国有着千丝万缕的关系,其创始人杨致远一直坚持自己的中国情结,作为第一代互联网的成功创业者,他激励了一代又一代中国的互联网创业者。当他创立雅虎的时候,31 岁的张朝阳从麻省理工学院毕业后还在瞎混,31 岁的马云刚刚知道什么叫互联网,24 岁的马化腾还在构思企鹅的雏形,24 岁的周鸿祎正

在西安交大读硕士。

在互联网刚兴起时,很多用户都希望能更加有效地寻找互联网上的资讯,雅虎的服务满足了第一批网络用户的巨大需求,从而得到了急剧增长。1996 年 4 月,成立仅仅两年的雅虎进行首次公开募股,以每股 13 美元的价格出售 260 万股,融资 1.34 亿美元。

对于世纪之交登陆互联网的中国网民

来说,雅虎邮箱、Yahoo Messenger 是对互联网的最初记忆,雅虎的搜索模式自不必说,其门户模式更是促成了网易、新浪、搜狐等一大批中国本土门户网站的崛起,拥有华人身份的杨致远也成为了第一代中国创业者的偶像。

在 1998 年 3 月,第二届世界计算机博览会在北京开展。26 日下午,离杨致远的“从 Internet 广告中获取盈利”的主题演讲还有一个小时的时间,现场就已座无虚席,晚来的观众只好站在会议室的旁边聆听。

在 40 分钟的演讲中,杨致远介绍了雅虎的历史、业务以及雅虎是如何利用互联网赚钱的。在演讲结束后,现场大概 20 分钟的现场提问环节更是精彩纷呈,问题连珠而至,杨致远面对观众慷慨激昂、意气风发。一位当时在会议现场的观众回忆到:“当时的杨致远背后有着一层布道者的光环。”

此时的杨致远麾下的雅虎正走在互联网行业的最前列。1998 年 8 月,这家刚刚成立三年的公司资本市值超过 90 亿美元,而雅虎的股票价格更是达到了两年前首次公开上市价格的 23 倍。

这些风光的数字只能让当时的中国同行仰视。会议结束后,杨致远表示雅虎将在一年内进军中国,他基本兑现了自己的诺言:仅仅一年半以后,雅虎中国宣布成立。

相关评论

中国雅虎关门 “病猫”往何处去?

“雅虎不是把终生邮箱当个产品来经营的,我们要打造的是用户可以一而终、共同度过的人生伙伴”,“雅虎中国肯定会独立上市”,这些当年中国雅虎当事人的豪言壮语,都在雅虎不断的关门声中让人感慨:一边是阿里巴巴急行军 IPO 的各种传闻,一边是中国雅虎终成“病猫”,在关闭邮箱服务之后继而关闭资讯和论坛,听上去似乎有点风轻云淡,但事实是,当你想重新打开雅虎的黄色页面,你会发现,中国雅虎并非是关闭了几项服务,而是静悄悄地“关门大吉”了。

公允而论,将中国雅虎的最终命运完全归咎于马云和他的团队并不准确。从 AOL 当年和联想创立合资公司 FM365 不到 3 年即关闭,到后来 eBay、My Space、Google 等一批美国互联网公司撤离中国本土,举目望去,除了 Amazon 等极少数国外互联网公司的中国业务还在困顿挣扎且前景并非十分明朗之外,大部分的国外互联网公司都在中国遭遇

了滑铁卢。由于涉及到媒体内容等敏感问题,中国的互联网媒体本质上并非一个开放市场,这一如草地泥沼般错综复杂的政策壁垒和市场环境对于雅虎这样的媒体公司而言,无疑于每天都是如履薄冰,谁也不知道殒命之剑何时落下。

更何况,从 2005 年前后开始,雅虎总部就陷入和 Google、微软的三巨头混战之中,根本无法顾及中国雅虎的命运。客观而论,无论是 1999 年的李汉生、2003 年的周鸿祎还是 2005 年的马云,这三位中国雅虎的实际“代理人”都不可能挽救雅虎的命运,雅虎母公司从 2002 年前后开始的“搜索引擎危机”中就未能喘过气来——在媒体和技术之间的摇摆,包括现任 CEO 梅耶尔在内的六任 CEO 都在不停地执行“花生酱”战略——越来越多的媒体业务收购使雅虎业务愈加臃肿的同时,雅虎的技术竞争力也伴随公司战略失去焦点、纷杂的公司政治斗争和人才流失

而大大减弱。就这一点而言,中国雅虎的结局早已不会进入到杨致远和雅虎董事局成员的视野之内,他们会更加现实地判断雅虎当年投资阿里巴巴赚了多少美元——如果不出意外,这笔 7 年前 10 亿美元的投资至少获得了上百亿美元的超额回报。从这一意义上讲,中国雅虎的失败只能是雅虎兴衰史上一个并不太显眼的注脚而已。

如果不出意外的话,今天的雅虎早成病猫,久病成深疾,它已经失去太多的机会,除了等待被并购,东山再起的可能已经不大。这也正是互联网的残酷之处,在微软、Google 这样曾经的明星公司都频频显现出中年危机的网络江湖,中国雅虎的关门以及雅虎成为病猫的命运对于国内互联网公司的一种警醒:当年杨致远的创业故事和雅虎人工编辑的新闻门户 1.0 模式曾经激励了国内第一批最早的创业者,并催生了网易、新浪、搜狐等中国第一批新闻门户。而今中国门户们已纷

纷自己革命,在移动互联网上开辟二战线,网易新闻客户端等移动端门户迅速崛起,成为中高端人群的获取新闻的首选。而雅虎还在 PC 端纠结。

江湖易帜,英雄零落,内容分发的技术渠道早已完胜传统的新闻内容至上理念。Google 是一家媒体公司吗? Facebook 是一家媒体公司吗? Twitter 是一家媒体公司吗? 它们表面上都是媒体公司,但本质上只不过是一家生产技术的公司——正是依赖新技术搭建的用户创造和分享平台,完全颠覆了依赖传统专业人士生产、分发和贩卖内容的方式。

传统媒体内容生产赖以生存的花园围墙早已坍塌,崇尚技术制胜、不断创新用户体验才是互联网江湖的不二王道。

(作者阳光,原名马向阳;学者,长期致力于中国互联网发展的记录、观察与研究,研究领域包括网络社会和数字城市等。)