



Media Monitoring By Xinlian(Beijing) Media Watch Limited

[Print](#)

Publication:	Creativity	Circulation:	N/A
	创意世界	Words:	127764
Date:	09/01/2012	Tone:	正面
Journalist:	管文明	Size(cm ²):	14196
Page Column:	封面, 24-49 【封面话题·综述】		

Headline:

谷歌式创新





Creativity

中国创意产业第一刊

GOOGLE STYLE INNOVATION

800 SHOW: A FASHION HIGHLAND IN DOWNTOWN

AS A GROUP, LET US MOVE TOWARDS INTELLIGENT MOBILE PHONES

CHU YAN: INHERIT AND INNOVATE ON CHINA STYLE



谷歌式创新

800秀：中心城区的时尚高地

组团向着智能手机冲

楚艳：在“中国风”中传承和创新

09

2012年第09期 总第45期

ISSN 1674-5256



邮发代号 2-652 零售价：RMB 15元

谷歌式创新

当全世界都在谈论苹果的时候，我们显然把谷歌给忽略了。

当然，如果说完全忽略了谷歌也是不可能滴，只不过人们对谷歌的热情显然没有苹果那么高。没有人会为了谷歌的某一种产品狂热地去买账，也没有人把谷歌的某一种产品当作身份地位的象征。可是，这一切都不能埋没谷歌比苹果更具有创新精神的事实。

谷歌的产品已经在生活和思维方式上影响了这个世界。比如它的搜索，比如它的邮箱，还比如它正在或将要创新的某些产品。

就像以前有人说的：离开苹果，世界不会有什么不同。至少一些苹果会销声匿迹了；而离开了微软，这个世界可能会陷入混乱。把微软替换成谷歌同样适用。如果说苹果依靠的是整合和体验的话，那么谷歌就是真正的创新者。如果说苹果是务实的商人，那么谷歌就是理想主义的创新者。谷歌式创新，就是不顾商业利益的理想主义创新。

反观我国的企业，大多跟在外国企业后面亦步亦趋。本期选择这个主题，就是希望我国企业能够从谷歌的创新中有所启迪。

当全世界都在谈论苹果的时候，我们显然把谷歌给忽略了。

当然，如果说完全忽略了谷歌也是不可能的，只不过人们对谷歌的热情显然没有苹果那么高。没有人会为了谷歌的某一种产品狂热到去卖肾，也没有人把谷歌的某个产品当作身份地位的象征。可是，这一切都不能埋没谷歌比苹果更具有创新精神的事实。

谷歌的产品已经在生活和思维方式上影响了这个世界，比如它的搜索、比如它的邮箱，还比如它正在或将要创新的某些产品。

就像以前有人说的：离开苹果，世界不会有什么不同，最多一些果粉会怀念罢了；而离开了微软，这个世界可能会陷入混乱。把微软替换成谷歌同样适用。如果说苹果依靠的是整合和体验的话，那么谷歌就是真正的创新者。如果说苹果是传统的商人，那么谷歌就是理想主义的创新者。谷歌式创新，就是不顾商业利益的理想主义创新。

反观我国的企业，大多跟在国外企业后面亦步亦趋，本期选择这个主题，就是希望我国企业能够从谷歌的创新中有所启迪。





谷歌，不仅是一个搜索引擎

原来Google并不像它的搜索框那样简单，在那个貌不惊人的搜索框后面隐藏了让人惊叹的创新能量

文_管文明

大概在10年前，人们上网的时候还是要依靠在地址栏输入网址，如果不知道网址的话，只好输入网站名称或相关字词，而提供中文网址搜索的3721后来被称为流氓软件，因为你一旦安装了就无法卸载。那时候百度已经成立了，可是并没有太大名气，网民也还不太习惯使用它。那时候搜索还可以上雅虎，只不过雅虎在中国一直没能成为主流，而且雅虎的搜索能力明显和快速发展的互联网脱节。

就在那时，中国网民开始认识了一个叫Google的搜索引擎，很多人都被Google那种极其简洁的界面所吸引（只有一个简单的搜索框，不像雅虎那样门户内容和搜索交织在一起），就像找到了在互联网冲浪中的灯塔。可在几年后网民逐渐发现，原来Google并不像它的搜索框那样简单，在那个貌不惊人的搜索框后面隐藏了让人惊叹的创新能量。

搜索以及周边业务

2002年左右，许丰还不算一个真正的网民。那时候还在上大二的他只是偶尔会到学校的机房上网，也不擅长在互联网上找一些东西，直到

有一天他的室友告诉他一个名叫Google的网站。

“当时也不知道那是个什么网站，室友只是告诉我在上边什么都能搜到，我就把网址记了下来，”许丰说。据许丰回忆，当时Google非常好用，搜东西特别快，而且有条理、稳定。许丰说：“至于现在，我很少用Google搜索了，因为老是不稳定，也不知道为什么。但是我还用很多Google的其他产品，比如Gmail、Google翻译。当然，我用的手机也是Google的安卓系统。”

像许丰这样的“老派”谷歌用户还不太习惯“谷歌”这个中文名字，就像他在谷歌出现大面积不稳定情况的时候还不习惯用百度一样。但是他知道，虽然他现在很少用谷歌的搜索，可他仍然喜欢谷歌其他的业务。而且，谷歌的搜索虽然是其起家业务也是中心业务，可围绕这项业务，谷歌也有一系列非常不错的业务。

类似于图片、地图等业务就无需多说了，这些早已经是搜索引擎的标配。可谷歌并不满足于简单的图片和地图搜索，所以在2008年发射了一颗属于自己的卫星，开始为谷歌用户提供地球搜索业务，你可以从谷歌地球上看到街道上清晰的人影。然后，谷歌又不满足于地球，将触角伸向

了海洋和太空。

2011年苹果发布iPhone4S的时候，很多人惊艳于苹果的siri语音系统，可谷歌早在几年前就已经发布过语音搜索。而现在，分析人士认为谷歌的语言搜索要比苹果的更成熟、更有用。而且，现在谷歌的图片搜索也有了进一步的改进，用户可以直接把图片拖到搜索框进行相似图片的搜索。

其实，邮箱服务也和谷歌的搜索主业相关——起码绝大多数大型互联网企业都会推出自己的邮箱服务。可是，Gmail（谷歌邮箱）不但是第一个将容量扩展到GB级的邮箱，更增加了多语言入口以及富文本编辑功能，让邮箱使用起来更加方便、高效。

在互联网领域，谷歌频频发力。当Facebook和Twitter流行起来之后，谷歌连续推出了多款社交业务，尤其在去年推出的Google+更是融合了多家社交网络的优点，并在隐私保护上具有革命性意义。

利用软件进军硬件

今年年中，包括奇虎360、盛大等在内的国内多家互联网企业突然宣布进军手机业务。这当然和去年小米的成功以及近几年智能手机的火爆有关，更和谷歌有关。因为几乎所有这些智能手机品牌，最后都要用到谷歌的安卓系统。

在苹果的iPhone刚发布那一年，谷歌也发布了安卓手机系统，并且在接下来的几年时间里一直和苹果处于激烈的竞争状态，平分全球智能手机市场。不过和苹果不同的是，谷歌基本上只是授权手机厂商使用安卓系统，自己并不怎么做手机硬件。当然也有例外，它已经和三星合作了几款贴牌手机，被称为谷歌的“亲儿子”。还有，前段时间刚发布的和华硕合作的平板电脑Nexus 7更是一时间创造了被哄抢一光的销售奇迹。

谷歌从来不满足于跟在别人后面亦步亦趋。虽然安卓系统的发布和iPhone的发布时间相隔无几，可很多人都认为这是谷歌在模仿甚至抄袭苹果。所以，这次谷歌直接发布了Google glass这款极具未来感和科技感的产品，这也再一次证明了谷歌向硬件领域挺进的决心。去年，谷歌又收购了摩托罗拉移动，更显示了进军硬件领域的野心。

谷歌进军硬件市场看起来总有点不务正业的感觉，尤其是最近频频曝光的自动驾驶技术，让人感觉谷歌似乎对汽车也兴趣十足。可如果仔细思考一下也不难发现，谷歌这些技术不但出自公司充沛的创新力，更与其搜索主营业务息息相关——自动驾驶的技术核心就是要广泛搜索汽车周边的情况，并返回精准的计算和建议。

谷歌进军硬件市场看起来总有点不务正业的感觉，尤其是最近频频曝光的自动驾驶技术，让人感觉谷歌似乎对汽车也兴趣十足

对未来和未知的无限探索

当人们都在惊叹谷歌的充沛精力和无穷创新力的时候，谷歌在2004年玩起传统到不能再传统的图书馆项目。相对比其他还有可能产生利润的创新项目，谷歌的图书馆项目更像是一个公益行动。

14年前，谷歌的创始人安德森和佩奇坐在办公室，试图想出一个很好的名字，一个能够和海量数据索引有关的名字，安德森说到了“googol”一词，指的是10的100次幂。从那时开始，谷歌就成为互联网时代海量数据的检索者。这么多年过去了，谷歌依然是互联网科技的前沿弄潮儿，可早就不是简单的搜索引擎了。

其实，无论是谷歌图书馆还是其他的一些看似不靠谱的项目，无一不凸显了这家公司的个性。当年苹果从一家电脑公司转型到消费电子生产商的时候，虽然很多人提出疑议，但其核心仍然是围绕计算和硬件产品。可谷歌的产品线已经拉长到没有人知道它下一步会干什么的地步。

谷歌的个性决定了这家以“不作恶”作为宗旨的公司，最大的兴趣是创新和对未知世界的探索。无论是上天还是入海，谷歌都会让人不由自主地发出“wow！”的惊叹声。尽管它的产品可能不赚钱，可谁都不能忽略它。

从一个简单的搜索引擎公司到大型的科技创新企业就像从googol到Google一样，都证明了谷歌更像一个成熟的公司。

地球就在你的手心

已逝的著名加拿大传播学者马歇尔·麦克卢汉早就预言世界将变成一个“地球村”。几十年前，很多人把这话当作异想天开。但自从谷歌地图诞生以后，“地球村”的概念瞬间就变成触手可及的现实

文_马里奥

世界有多大？七大洲四大洋，光是想象就觉得边际难以触及。地球有多小？点开谷歌地图，一切尽在手心。谷歌发布的包括谷歌地图、地球以及街景等在内的地图系统，让用户可以全方位、立体化地搜索到地球上的任何一个位置。这些功能和服务，正使这个世界变得越来越像一个“地球村”。

颠覆传统地图

说到地图，如果你的印象还停留在传统的纸质版地图上，那就彻底out了。虽然文艺青年还是喜欢拿着富有情趣的手绘版地图寻街问巷，但技术控青年的装备必然是智能手机中的谷歌地图。其实，如今谷歌地图已经成为很多普通人的基本生活配备，这距离谷歌地图推出仅仅7年的时间。

如果说搜索引擎是谷歌崛起的必杀技，那么谷歌地图的诞生则把谷歌推向了实质性的全球化进程。2004年，谷歌收购了澳大利亚公司Where 2 Technologies。当时公司里的一对丹麦兄弟正在从事一个C++编程项目，并开发出了谷歌地图的雏形。2005年2月8日，谷歌地图正式发布。2005年6月20日，谷歌地图的覆盖范围从原先的美国、英国及加拿大，扩大至全球。由于谷歌地图是一项

电子地图服务，拥有比纸质地图更多的便捷性和灵活性等优点，特别是近年来网络速度的提升以及移动设备的智能化，更是让谷歌地图与人们的生活产生更紧密的联系。

通过使用谷歌地图，可以查询详细地址、寻找周边信息、商户信息，并规划点到点路线。在谷歌地图首页输入起始地和目的地，谷歌地图将自动规划线路，并提供每一路段的具体行驶或公交换乘路线，包括公交站位置和公交车行驶公里等信息。与传统地图的枯燥死板和不可变更相比，谷歌地图是一张灵活多变的地图，它甚至允许用户修改从谷歌地图上看到的信息，使之更为准确，以供全世界的人查看。此外，谷歌的“我的地图”功能深受地图控的欢迎，这个功能使用户可以在谷歌地图上使用记号或者线进行标记，还可以追加注释、照片或影片，从而做成一份专属于自己的地图。用户同时可以把“我的地图”通过互联网进行共享，甚至邀请他人来一同编辑。

关于谷歌地图，网上还流传过一个“6000棵橡树的秘密”的故事：17年前，英国一位名叫Winston Howes的老人结发33年的妻子Janet突发心脏病去世。悲痛欲绝的老人在他的农场里种下了6000棵橡树，拼成一个巨大心形，指向妻子的故乡。这个秘密一直保存了很多年，直到后来热气球爱好者偶然在天空发现了这个秘密。正是谷歌地图捕捉了这感人浪漫的一幕，传播给世界各地的人们。所以说，如果能够充分挖掘谷歌地图系统的使用方法，这无异于一个神奇的魔法地图。

世界是个“地球村”

已逝的著名加拿大传播学者马歇尔·麦克卢汉早就预言世界将变成一个“地球村”。几十年



前，很多人把这当作异想天开。但自从谷歌地图诞生以后，“地球村”的概念瞬间就变成触手可及的现实。关于“村里”发生的一切，甚至不可告人的秘密，经由谷歌地图很快就能大白于天下。

或许让人更形象地感知世界是个“地球村”的产品，是谷歌地球。谷歌地球是一款谷歌开发的虚拟地球仪软件，它把卫星照片、航空照相和GIS布置在一个地球的三维模型上。用户可以通过一个下载到自己电脑上的客户端软件，免费浏览全球各地的高清晰度卫星图片。如今，Google Earth 6针对桌面推出了3种不同的版本：Google 地球、Google 地球专业版和 Google 地球企业版。有了这个“神器”，你可以飞往任何地方，查看卫星图像、3D建筑、3D 树木、地形、街景视图、行星等，软件支持多终端浏览应用，无论使用计算机、手机、写字板，还是浏览网页，总有一版适用于你。

不过，近年来更平民、更热门的应用是“谷歌街景”服务。2007年5月30日，谷歌正式推出街景功能，能够浏览美国旧金山、纽约等城市街景。如今街景服务已经扩展到了至美国、法国、德国、意大利、荷兰、英国、西班牙、澳大利亚、新西兰、日本、瑞士、加拿大、新加坡、韩国、俄罗斯、泰国、以色列、乌克兰、台湾以至南极洲等国家及地区。“谷歌街景”是谷歌地图服务的补充，谷歌希望用户将它和之前发布的“谷歌地球”结合起来，从而更充分、深入地了解地球上的每一个地区。2012年伦敦奥运会期间，谷歌的伦敦“街景旅游导览”就成为不少旅游者的给力工具。比如，打开伦敦市中心的街景地图，从SOHO区拥挤的购物街到大英博物馆、唐人街的餐馆和科文特花园的剧院区，你会发现伦敦市中心布满了必看的景点。不妨遵照谷歌的街景地图到特拉法加广场周围的景点转一转，参观著名的国会大厦；或者逛逛卡尔纳比街、SOHO和梅菲尔周边的高档商品专卖店。随着全球化的加剧，人们希望尽快对一个陌生地区熟悉起来的意愿为这项新技术提供了广阔的前景。然而，谷歌地球和谷歌街景服务虽然大大增加了用户使用地图的便捷性和趣味性，但也引发诸多争议，遭致猛烈的抨击。有人认为通过卫星高空拍摄的照片精确度太高，让人倍感受到监视，并引发涉及侵



谷歌地图展现的“6000 棵橡树”的浪漫故事

犯隐私权的事件。批评者认为，该项技术会被窃贼用作设计逃生路线，甚至还会帮助恐怖分子找寻军事基地。为此，谷歌的发言人不得不再次宣称：谷歌所做的工作不仅会满足用户对规避隐私的需求，并且还会遵守当地的法律。

地图竞逐赛

如今，谷歌的这种地图模式已经成为包括百度在内的众多搜索公司的标配。甚至连苹果也觉得提供地图服务成为满足用户基本需求的必备功能。

早在2007年苹果推出第一款iPhone手机时，就与谷歌地图就建立了非常亲密的关系。谷歌提供的地图服务：准许网络用户寻找商户，查看交通信息并进行导航，赢得很多iOS用户的青睐，甚至对它产生了依赖。随着iPhone用户数量的激增，也使得谷歌地图以及谷歌搜索引擎流量大幅上涨。然而，正是因为充分意识到地图的重要性，苹果早在3年前就暗暗收购地图技术公司，并开发自己的地图技术，预谋有一天甩掉谷歌地图。终于，在WWDC 2012上，苹果发布了下一代移动操作系统——iOS6，并宣称地图将不再采用谷歌地图，而转变为全新开发的苹果地图。不过，即使被苹果这只猛虎追赶在后，谷歌依然底气十足，毕竟地图系统是谷歌经营多年的主业，而其在用户使用体验上累积的口碑和对创新技术的不断追求，决定了它在未来仍然是睥睨群雄的领袖。

Gmail 开启工作社交化时代

在Gmail推出之前，业内一个普遍共识是——电子邮箱的设计已经到头了，很难有再发展的余地，而Gmail的推出让大伙儿意识到原来邮箱产品还可以深入挖掘很多

文_白桦



来自谷歌的最新消息，谷歌正打算将其核心业务搜索引擎与电子邮件业务Gmail整合，这个具有挑战的实验性功能将使得谷歌搜索可以立刻展示Gmail里邮件相关的内容。比如，如果你登陆谷歌后，在其搜索框中输入“航班”，那么谷歌搜索将会在主页面上端显示出来自Gmail的指定航班信息，也就是说，从此以后，电子邮件将不再是打开邮箱后才能浏览的通信工具。

在谷歌的Gmail推出之前，电子邮件总是那么一本正经得很无趣，在许多上班族的心中，电子邮件往往只与工作有关。当Gmail横空出世，一切都改变了，电子邮件也变得有趣可爱了起来，这种改变可称之为工作社交化的开端。

发展迅猛的Gmail

缔造Gmail的是保罗·布切特(Paul Bucheit)，这位前谷歌员工——之所以如此称呼他是因为保罗·布切特现已跳槽到Facebook——在回忆起Gmail开发之初时仍然记得当时大家都不看好Gmail的情景。

“我们于2001年夏天开始着手开发Gmail，很长一段日子里，几乎没有人喜欢它。有不少人觉得我们应该撤掉这个项目，或者‘重新启动’做一个

企业级的安装客户端的软件。即使两年以后，到了2004年4月1日我们正式发布它的那天，很多谷歌内部人仍然在预言它的覆灭。”保罗·布切特回忆道：“这个产品太奇怪了，没人愿意改变电子邮件服务，甚至有人预言Gmail将永远也不会有超过100万的用户。”

尽管Gmail常常被形容为“小壁炉”和“出了硅谷就没人用”，然而在发布以后的短短一年内就在美国激烈的市场竞争中挣得了一席之地，它的用户以40%的速度增长，相比之下Yahoo只有2%，而微软邮件也只有7%。今年4月，谷歌CEO拉里·佩奇在一份发表的公开信中称，Gmail用户人数已超过4.5亿人，而谷歌浏览器Chrome用户人数则是超过2亿人。

2009年，谷歌Gmail诞生5周年之际，Gmail产品经理托德·杰克逊(Todd Jackson)在接受采访时说道：“Gmail令电子邮件使用者有了全新的用户体验，我见证了将聊天功能内置于电子邮件客户端所形成的强大优势，其中包括电子邮件与聊天功能相互嵌合，而Gmail最近推出的视频聊天功能也是Gmail发展史上的一个重大事件。”他透露道：“对Gmail的使用，大部分来自美国以外市场。因此，谷歌正在Gmail所有50种支持语言版本中同步推出新增添功能。”

工作与社交娱乐浑然一体

“有关电子邮件，Gmail改变了什么？”首先一个回答是，Gmail改变了很多用户对邮箱的认知习惯和阅读、组织邮件的习惯。就在Gmail推出之前，Hotmail和雅虎邮箱等免费电子邮件服务提供商提供的存储还少于5MB，而谷歌为了战胜这些竞争对手，提供了1GB的免费存储空间，此外还推出了永久存档服务。目前Gmail用户已可以享有超

过10GB的容量，并且以大约每月10MB的速度在增加。而Gmail在显示电子邮件的时候，也会同时自动显示对此电子邮件的所有回复，因此用户查看信息就有了会话的上下文作参考。更妙的是，有了Gmail，用户不再需要将邮件归类到不同的文件夹，因为Gmail搜索可以让你很容易地找到你所需要的任何一个电子邮件。从Gmail开始，电子邮件的存储量由MB时代进入到GB时代。

当然仅仅是扩大存储容量，这还不能够支撑Gmail从电子邮件市场的竞争中杀出一条血路。更多人喜欢Gmail的原因是，Gmail让电子邮箱不再单纯地只是收发邮件的工具，它可以和很多App整合在一起，例如聊天。

2005年8月24日，谷歌推出了一款名为“Google Talk”的即时通讯软件的测试版，简称“Gtalk”，谷歌计划以此来抢滩原本属于雅虎、AOL和微软的IM(即时通讯)市场份额。Gtalk秉承了谷歌搜索引擎简洁实用的风格，去除了许多流行的IM工具所采用的花哨功能，它的大小只有不到1M，而这个小小的软件则将为谷歌进入移动手机服务和视频搜索等领域奠定基础。

在Gtalk推出之后，Gmail随即迅速与之做了无缝链接。从此，使用Gmail的用户可以在一个页面里浏览到所有往来电子邮件。当你看到最新的邮件时，跟该邮件有关的其它邮件会层叠排列在其下方。你可以点击该“谈话”中的任意标题来浏览邮件的具体内容，也可以点击“扩展”(Expand all)来查看该“谈话”的全部内容。Gmail可以在浏览器内的网页上在线聊天和沟通，这简直就像使用MSN或者QQ中的聊天记录一般，当用户查看一个“谈话”线索时，跟该线索有关的信件都会被搜集在一起。

一个无可质疑的事实是，Gmail天然就与谷歌有着密切的联系，如果说谷歌是一个宝库，那么Gmail就是阿里巴巴开启这个宝库的钥匙，众多的谷歌服务都可以用Gmail登陆。除了Gtalk之外，Buzz、Google Reader、Google 文档、Google 网上论坛，当然还有Google Calendar、Google map等等，都可以在打开Gmail后，迅速找到并使用这些应用。Gmail无限清洁、快速，更有用、有效，比其他基于Web的电子邮件服务更少限制，并且具备强大的扩展功能，这让Gmail已经不再是简单的通讯工

具，社交与娱乐元素在Gmail的应用中占有非常重要的比重。有趣，这是Gmail开发理念中一个相当重要的词汇。

多媒体电子指向未来

谷歌从没有将自己桎梏在一家提供搜索服务的公司的定义中，谷歌说：“我的使命是整合全球范围的信息，使人人皆可访问并从中受益。”在谷歌看来，随着互联网的普及和信息化时代的到来，人们将会越来越依赖于在网上获取和交流信息，人

谷歌Gmail将向第三方应用开放，这些应用可以显示来自社交网络、商业服务、网络应用和其他系统的信息，用户可以在其中与这些App互动，这意味着Gmail正在向着整合型的通讯娱乐平台迈开脚步

们每天都会交换越来越多的重要信息，并将其保存在电子邮件和聊天记录之中。跟踪这些信息或日后查找，可能是一件非常困难的工作，而谷歌希望借助Gmail来解决这一问题。Gmail 帮助用户了解存储在收件箱中的信息，而谷歌的搜索技术是所有这一切的核心支柱。所以说，Gmail的生长仍然没有离开它的母体——以搜索为核心的谷歌。

Gmail改变了邮箱产品设计者们的思维，在Gmail推出之前，业内一个普遍共识是——电子邮箱的设计已经到头了，没有可发展的余地了，而Gmail的推出让大伙儿意识到原来邮箱产品还可以深入挖掘很多。2010年5月，谷歌Apps产品经理钱德拉谢卡·拉格哈万(Chandrashekar Raghavan)在其博客中宣布，谷歌Gmail将向第三方应用开放，这些应用可以显示来自社交网络、商业服务、网络应用和其他系统的信息，用户可以在其中与这些APP互动，这意味着Gmail正在向着整合型的通讯娱乐平台迈开脚步。

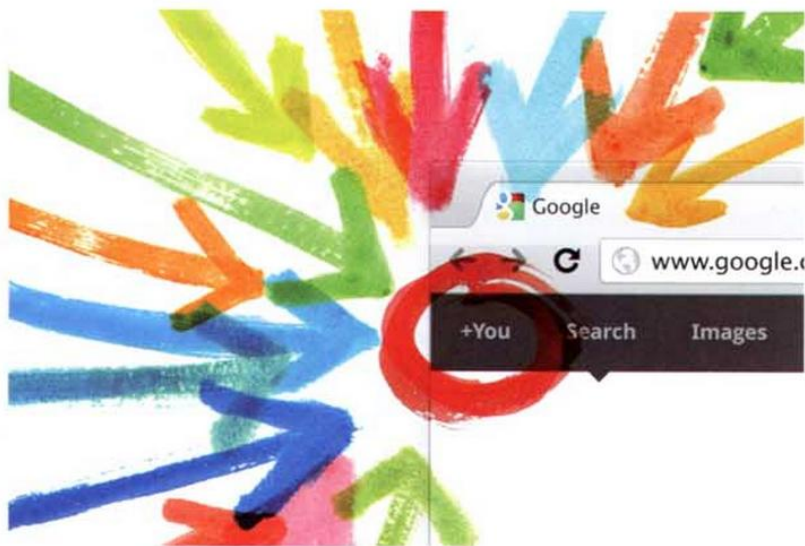
信息时代，用户早已不再满足于单一邮件平台的沟通，他们希望邮件能跨越手机、互联网等多种通信平台，实现多种操作平台应用，并且具有丰富的可扩展的多种功能。可以预见的是，似Gmail融合文字、图像、声音、视频的多媒体电子邮件终将是今后开创商业模式的方向之一，这是一个新的通讯时代的开端。

用 Google+ 革社交网络一命

谷歌之所以如此重视社交产品是有原因的。Facebook CEO扎克伯格曾宣称，现在 Facebook 用户每天会分享40亿条信息

文_夏无风

虽然现在的Facebook有些后继乏力，可谁也不能否认马克·扎克伯格在刚刚创造Facebook时的火热劲，毕竟Facebook改变了人们的交流方式，让一直以来被认为是虚拟的网络变得现实起来。和Facebook一样改变了人们的交流方式的还有Twitter。虽然Twitter一直没能像Facebook那样成为广泛的焦点，甚至一直没有太强的盈利能力，可它和Facebook同样成为中国互联网的模仿对象。



其实在互联网翻天覆地的变化浪潮中，谷歌一直都没有被落下。在Twitter刚成功不久，谷歌就推出了Google wave，然后又推出了Buzz。可惜的是，这两款产品都没能引起太大的市场反应，最后只好被关闭了。可是谷歌并没有停止其在社交网络上的脚步，终于在去年推出了Google+，这个产品也终于得到了市场和专业人士的认可。回过头来看谷歌的社交产品，虽然并没有取得市场的成功，可都饱含了谷歌的创新精神，在市场上找不到雷同产品。

谷歌的社交化努力

谷歌早就注重社交产品了，早在Facebook还没

出现的时候，谷歌就收购了Orkut。这家社交网站曾经在巴西红极一时，可惜没能在全球形成一定的规模用户。无论如何，这宗收购案体现了谷歌对社交产品的重视。在这之后，谷歌有先后推出了属于自己的社交产品Google Wave和Buzz。

2009年，谷歌为了让其邮箱更有粘合力，也为了让即时通信、社交等元素能和邮箱更好地结合，推出了Google Wave产品。按照谷歌的说法，Google Wave是“一种个人通信和协作工具”。它是一个基于Web服务的计算平台和通信协议，旨在合并电子邮件、即时通信、wiki和社交网络，由悉尼分公司开发。它有一个强大的实时协作和强大的拼写检查功能，可以自动翻译40种语言，拥有许多其他的扩展。

一个Wave就是Google Wave中的一个会话，类似论坛中的一个帖子，或者一个Gmail的Conversation，在或者是和某个人在即时通讯软件上的某段谈话记录。一个Wave中可以包括一个人，也可以包括若干个人，甚至还能包括机器人。机器人是某个Wave中的全自动的成员，可以和用户聊天并和Wave互动。还可以从外界获取信息（比如Twitter），也可以自动检查某Wave内的内容，并且基于某些条件触发特定动作。

此外，Wave还支持实时搜索，将和Twitter应用进行结合。谷歌的开发团队曾经开发了一个叫“Twave”的工具，该工具可以将Twitter上的更新和Wave进行绑定，用户可以在Twave上处理Twitter里的信息。而更重要是Twave的实时搜索功能，可以实时扫描Twitter的结果，当有新结果出现的时候，会进行实时更新。

从这些可以看出谷歌的野心，Wave在谷歌眼里不仅仅是个应用，而是一个通讯平台。

2010年8月，谷歌突然宣布放弃Wave，在这之前，谷歌已经推出了另一款类似的产品——Buzz。

Buzz仍然是一款基于谷歌邮箱的社交服务产品，继承了Twitter和Facebook等热门社交网络服务的特点。Buzz和Wave有很多相似的地方，比如可自动跟随用户所有联系人的活动情况、可选择针对部分或全部人群开放自己信息、相应服务将直接整合到Gmail收件箱当中中等。

可惜的是，Buzz并没有挽救谷歌的社交业务，甚至重蹈了Wave的覆辙，在2011年10月被关闭。

Google+的创新

谷歌对社交似乎永远充满了浓厚的兴趣，以至于在多款产品失败之后仍然坚持不懈地推出新产品。所以，就在关闭Buzz前不久，谷歌高调推出了Google+。

Buzz允许Gmail用户追踪最常用联系人的状态更新和其他分享信息。但是，最常用的联系人并不一定是Gmail用户的“好友”。因此，部分Gmail用户集体起诉谷歌，认为自动将Buzz添加到Gmail，且不详说明信息分享方式的做法侵犯了他们的隐私权。

不但Buzz，Facebook也存在一些让用户不太放心的隐私问题。针对社交网络最容易暴露的隐私问题，谷歌在新产品Google+上做足了隐私的文章。

Google+的信息是不可以被随意看见的，除非用户将信息的状态设置为公开。用户可以将自己发布的信息指定给某个圈子看到——圈子，恰恰是Google+最大的创新。

Google+有一个核心网页(central Web page)来展示朋友和联系人分享的评论、照片和链接等信息流。顶部工具栏囊括大部分Google服务：搜索、Gmail、地图，用户可以通过工具栏访问私人数据，并将信息分享到数据流中。Google+还将提供一个特殊的视频聊天功能，最多支持10人的电话会议；并能自动将用户用手机拍摄的照片保存到服务器中，用户可以通过任何电脑访问这些照片并分享。

既然叫Google+，这个“+”号自然有其独特的意义。你可以对自己喜欢的信息“+1”，你不但可以在搜索结果下看到有多少人点了“+1”，显示结

果也会受到点击数的影响。“+1”不但让Google拥有了自己的社交化搜索利器，也能从网民的社交活动中抓取广告商感兴趣的信息。

据说，Facebook CEO马克·扎克伯格扎克伯格第一时间就注册了Google+，尽管没有任何发言，他却成了Google+上粉丝最多的用户。

Google+的信息是不可以被随意看见的，除非用户将信息的状态设置为公开。用户可以将自己发布的信息指定给某个圈子看到

谷歌总是对社交产品漫不经心

谷歌之所以如此重视社交产品是有原因的。Facebook CEO扎克伯格曾宣称，现在Facebook用户每天会分享40亿条信息。而这些飞涨的信息却是Google搜索不到的。Google CEO拉里·佩奇曾在第二季度财报电话会议上抱怨，“某些竞争对手不让用户带走自己在网站上留下的信息”。这些Google抓取不到的“信息”，已影响到现实中用户的选择和行为模式，并直接左右到广告的投放。美国著名科技博客Techcrunch认为，2010年Facebook的广告收入约为20亿美元，2011年则将超过40亿美元，因为社交广告针对性更强，更能吸引广告主青睐。

可是，谷歌又总是对其社交产品不是很上心。虽然谷歌会在一个社交产品发布初期投入巨大的人力、财力，可过一段时间之后便开始松懈了。Google+就是一个典型的案例。虽然在去年刚发布Google+的时候，谷歌非常高调，甚至把该产品的链接放在了谷歌首页导航条的第一位，可现在Google+的地位越来越受到了冷落。

这仍然与谷歌的个性有关——四面出击，广泛创新。也许谷歌现在又把目光定在了另外一个更有意思的产品上，也许谷歌最终会放弃所有的社交产品。不管怎样，Google+确实让Facebook不舒服了，而且确实也在隐私保护和算法上有了很大的进步。

Chrome，浏览器乱战中的后起之秀

不同于以往浏览器的庞杂，Chrome的界面上除了最基本的地址栏、前进、后退、刷新、保存以及工具之外，几乎没有任何多余的元素

文_克小强

经常有朋友在使用笔者的电脑时候会找不到浏览器，其实，我的浏览器就在电脑桌面上，只不过不是IE（Internet Explorer）浏览器，而是谷歌的Chrome，这就会让已经习惯了IE的朋友们一时无法适应。事实上，笔者早在两年前就已经卸载掉了电脑里的微软IE浏览器，因为在用惯了谷歌的Chrome之后，会发现IE浏览器太过于臃肿，而且界面复杂，用起来费力。

像我这样已经将谷歌Chrome浏览器作为第一浏览器的人其实并不在少数。截至2012年8月6日，Chrome已达全球份额的34%，成使用最广浏览器。只不过，很多中国的消费者还没有习惯这个简便、好用的浏览器，而只是习惯性的实用微软Windows系统自带的IE浏览器。可是，在Chrome发布之前已经有强大的微软IE，还有深得人心的火狐，Chrome是如何在已经成熟甚至饱和的浏览器市场分得一杯羹，直到成为老大的呢？



曾经的群雄争霸

对于一个普通的中国网民来说，每天打开电脑大概首先要做两件事：打开并登录QQ、打开浏览器浏览网页。而一直以来，IE已经成为中国网民对浏览器的全部认识，甚至将那个大大的E字看做浏览器的代名词。

当然，最近几年情况有了变化。因为腾讯、搜狗和奇虎360等中国网民最常用的产品都在用自己的产品绑定自己的浏览器，所以很多人认识了除IE之外的其他浏览器。可是，对电脑技术稍有了解的人都会知道，无论是腾讯、搜狗、360还是早一些出现的傲游等浏览器，其核心都是IE，都只不过是在IE的基础上少做修改，集成自己的产品功能罢了。

所以，很多浏览器本质上还是IE，可火狐的出现改变了IE一家独大的局面。其实，早在1998年，网景为了挽回市场就已经将大部分浏览器代码开放，成立了Mozilla（谋智）组织，计划开发下一代的Netscape浏览器。2002年，戴夫·海厄特与布雷克·罗斯开始从Mozilla套装软件中分出一个实验性的项目，目标是要创建一个轻便、快速、简单与高扩充性的浏览器来取代Mozilla套装软件，这个浏览器被称为“Phoenix（凤凰）”，也就是火狐的前身。

火狐浏览器比IE更安全、更简洁，所以一时间获得了众多网民的青睐，很快成为市场占有率第二的浏览器。

除了火狐之外，当时还有Opera、Safari等浏览器。Opera虽然口碑不错，但一直没能成为市场主流，而Safari则是苹果公司自己的产品，依靠苹果电脑保持了一定的市场份额。而且，无论是Opera还是Safari都不是使用IE内核。

其实,在这种市场格局下,做浏览器基本没有什么机会了。可是谷歌总是不信邪,硬要在已经成熟、饱和的浏览器市场杀出一条血路。

谷歌用极简化来搅局

火狐刚刚推出的时候让不少人很是惊艳,因为这款浏览器不但安全、高效,而且外观与传统的IE以及Safari都有了很大的变化,不再是那种每个网页要打开一个浏览器的设置,而是在一个浏览器里面添设了标签页,可以打开多个网页。这就让电脑桌面显得更加整洁、有条理。可是,火狐还有很多问题,那就是集成了太多的功能,在一定程度上使得浏览器变得臃肿。

可谷歌Chrome的出现完全改变了这种情况。

2009年9月,谷歌官方发布了Chrome浏览器。该浏览器是基于其他开放原始码软件所撰写,包括WebKit和Mozilla,目标是提升稳定性、速度和安全性,并创造出简单且有效率的使用者界面。2009年6月5日,正式发布首个在Mac和Linux操作系统的开发者预览版本,同年12月正式发布第一个同时支持Windows, Mac OS X和Linux操作系统的测试版。

不同于以往浏览器的庞杂,Chrome的界面上除了最基本的地址栏、前进、后退、刷新、保存以及工具之外,几乎没有任何多余的元素。Chrome几乎不占用屏幕空间,屏幕的绝大多数空间都被用于显示用户访问的站点,屏幕上不会显示Chrome的按钮和标志。Chrome的设计人员表示,他们希望用户忘记自己在使用一款浏览器软件。这甚至让第一次使用的人会很不适应。可是,Chrome虽然看上去简单,实际上却非常有内涵。

Chrome最大的亮点就是其多进程架构,保护浏览器不会因恶意网页和应用软件而崩溃。每个标签、窗口和插件都在各自的环境中运行,因此一个站点出了问题不会影响打开的其它站点。通过将每个站点和应用软件限制在一个封闭的环境中,这种架构进一步提高了系统的安全性。

对于用户的上网体验来说,速度快就是第一追求。所以,Chrome的速度非常让人满意。由于采用多进程架构,一个站点的加载速度较慢不会拖累对



其它站点的访问,用户可以毫不费力地点击其它标签或窗口,对于插件也是如此。例如,如果用户打开的一个站点包含有加载速度较慢的Java广告,Java代码本身将被隔离起来,网页的其它部分不会受到影响。双击图标后,Chrome在数秒钟内就能启动。

Chrome为标签式浏览提供了新功能。用户可以“抓住”一个标签,并将它拖放到单独的窗口中。用户可以在一个窗口中整合多个标签。Chrome在启动时可以使用用户喜欢的某个标签的配置,其它浏览器需要第三方插件才能够提供这一功能。

正是因为这种种优点,谷歌硬是在看似毫无机会的浏览器红海中成长壮大,并在短短几年内成为行业老大。

作为互联网入口的浏览器

由于不像很多浏览器那样复杂,所以Chrome几乎不会出现任何广告或其他类似广告的内容。而且,由于完全免费,所以Chrome几乎没有任何盈利的可能。那么,谷歌为什么要花如此大的力气做这么一件事呢?事实上,这和谷歌的整体战略有关,毕竟浏览器是上网的第一入口,只有把握住浏览器才能把握住互联网。而谷歌又是一家搜索公司,自然对浏览器的依赖更加严重。

从谷歌退出浏览器来看,谷歌看似庞杂的业务其实是很有条理性的,其多数的业务都会紧紧围绕这搜索来进行。而Chrome的成功恰恰证明了谷歌在创新能力上的强大——只要它努力去促成事情,一定会成功。谷歌不会像苹果那样每天都在宣称改变世界,可它的产品却总是会颠覆或改变这个世界的某些秩序。

进军移动互联，Android 铸造王者之梦

“这世界有了Android，就不需要另一平台。”恐怕连谷歌也没想到，2005年对Android公司的那次收购开启了谷歌进军移动互联的通路

文_郭丽

历数谷歌史上具有深远影响力的并购案，虽然5千万美元并购回来的Android比起125亿美元收购摩托罗拉移动，在金钱投入上与后者相差甚远，但这笔买卖可谓是谷歌最超值的一笔。自此之后，Android手机系统不仅成为扼杀苹果iPhone iOS操作系统垄断智能手机系统天下的重要狙击手，甚至成为了谷歌现在整体业务蔚为重要的组成部分和布局。

绿色小机器人“安卓”

“Android”，在中国，更多人将之称为“安卓”，这个英文词汇来自法国19世纪作家维里耶·德·利尔·亚当的一部科幻小说——《未来的夏娃》（L'ève future）。在这部发表于1886年的作品中，作家将其中外表像人的机器起名为Android。2003年，曾供职于苹果和微软公司的工程师安迪·罗宾（Andy Rubin）开始组建自己的团队，目标是开发一个向所有软件设计者开放的移动

手机平台。同年10月，Android公司成立，其logo就是一个全身绿色的小机器人。

安迪·罗宾将自己所有的积蓄和精力都放在了Android系统的研发之上，这款新颖的手机操作系统也不负众望，很快得到了业内投注而来的灼热目光，这其中就包括闻风欲动的谷歌公司。“当时有很多风险资本家提出要收购Android，我一边跟他们接洽，一边也给佩奇（谷歌创始人之一）发了封电子邮件，暗示Android也存在跟谷歌合作的可能性。”安迪·罗宾回忆道。几周后，2005年8月17日，谷歌低调收购成立仅22个月的Android公司及其团队，安迪·罗宾成为了Google公司工程部副总裁，继续负责Android项目。

经过两年的筹备和研发，2007年11月5日，谷歌公司正式向外界展示了这款名为Android的智能手机操作系统，并在这一天宣布建立一个全球性的联盟组织，该组织由34家手机制造商、软件开发商、电信运营商以及芯片制造商共同组成，并与84家硬件制造商、软件开发商及电信营运商组成开放手持设备联盟（Open Handset Alliance）来共同研发改良Android系统，安卓自此正式从幕后走向前台，走进公众的目光。

谷歌G1作为最早出现的Android手机，已经慢慢地要退出历史舞台了，然而谁也无法忘记全球首款搭载Android平台的谷歌手机G1在预售时就取得了超过150万部销量的成绩，这是一份漂亮的答卷。2008年9月，谷歌正式发布了Android 1.0系统，这是Android系统最早的版本，仅仅在两年半以后，2011年第一季度，Android手机系统在全球的市场份额就超过了诺基亚的塞班，跃居全球第一。2012年7月，Android占据全球智能手机操作系统市场59%的份额，中国市场占有率为76.7%。



2012年7月，Android占据全球智能手机操作系统市场59%的份额，中国市场占有率为76.7%。

封闭的苹果，开放的安卓

“这世界有了Android，就不需要另一平台。”2010年，安迪·罗宾在评价微软公司即将推出的微软Windows Phone 7操作系统时这样说道。Android是一个开放的甚至是免费的平台，这是安迪·罗宾的自信心所在，然而他却很难预料到这种特性在日后也成为架在Android头上的一柄双刃剑。

跟苹果公司的封闭系统相比，Android是一种以Linux为基础的开放源码操作系统，换句话说，全世界的优秀工程师理论上都可以为Android编写新的软件，将它的发展可能性放大到无限。另一方面，相比起其他操作系统，比如微软的Windows Phone，手机商要向微软缴付相当于手机成本10%的牌照费，Android则以免费开源打破了这一限制。除此之外，手机制造商和网络运营商为保障收入，通常会限制用户使用某些功能和服务，Android则对此不设限制。

Android的开放性令其在短时间内迅速打开市场，不仅与苹果、黑莓公司的手机操作系统分庭抗礼，更隐隐有王者之气显现，并且Android正逐渐扩展到平板电脑及其他领域上。2010年10月份，谷歌宣布Android系统达到了第一个里程碑，即电子市场上获得官方数字认证的Android应用数量已经达到了10万个。Android发展之势迅猛，已经超越苹果成为美国最大的智能手机平台，也是增长最快的用户平台。有机构预测，按目前的速度，截至2014年，Android将拥有全球智能手机市场的25%份额，而与之相比，苹果所占的份额则只有11%。

事实上，谷歌向Android注入大笔资金的主要目的并不是为了给公司带来新的营收源，而是为了预防苹果公司在移动操作系统市场一家独大。至少，科技博客GigaOM作者汤姆·克拉齐特（Tom Krazit）是这样认为的，他撰文指出，谷歌当前来自移动业务的年营收已达到25亿美元，其中的绝大部分来自于移动搜索业务和应用内置广告，而Android更重要的意义在于成为谷歌狙击苹果公司的秘密武器。

上世纪八九十年代，苹果与微软争夺个人电脑的天下。30年后，谷歌与苹果争夺智能手机的天下，有业内权威认为这一战役或许比个人电脑的

争夺更为重要，因为智能手机就是未来的便携电脑。这种说法不是没有缘由，追溯至2007年，这一年也被认为是科技产业史上的关键一年。苹果在当年推出iPhone手机，而谷歌则与合作伙伴对外展示Android，并成立了“开放手机联盟”，竞争就此开始。5年之后，Android成为唯一能够阻止苹果完全垄断移动市场的希望所在。

为业内所津津乐道的是Android版本的“甜点命名法”。从“纸杯蛋糕”（Android 1.5），到“甜甜圈”（Android 1.6），到“松饼”、“冻酸奶”、“姜饼”、“蜂巢”、“冰激凌三明治”，再到最新一代的“果冻豆”（Android 4.1），甜点的尺寸在愈来愈大，而这也意味着谷歌Android仍在不断完善自身，创新不止。

因为“开放”，所以喜忧参半

“没有App Store那样繁琐的机制，第三方应用开发者将在这里找到天堂。”作为Android系统对抗苹果iOS设备的法宝之一，开放性一向是谷歌Android引以为傲的特性。然而，这种“开放”现在却为谷歌带来了麻烦。

曾经Android的忠实拥趸摩托罗拉公司在去年6月公开宣称，Android应用商店的开放性带来了严重的质量问题，在返修的摩托罗拉Android手机当中，有70%问题源自Android应用中那些第三方应用开发者的糟糕应用。与苹果iOS的封闭系统不同，前者提供了统一的安全验证，这就从操作系统的平台上保证了软件的安全，而谷歌Android Market应用商店则完全开放甚至被人认为是“过度开放”，这就意味着任何人都可以向该商店上传应用，这也使得Android系统极易成为恶意软件攻击的对象。有数据显示，自去年年中至今，安卓平台上的恶意软件数量已经激增了400%。

在市场份额激增的同时，除了恶意软件盛行，系统版本分化、应用商店收入落后、用户体验尚需改进等问题仍然是谷歌与Android急需正视的麻烦之处所在。Android并不是尽善尽美，开放性给安卓带来巨大竞争力的同时，也随时有可能让谷歌跌入局面失控的“深渊”。不过，对于Android来说，它仍然是移动互联网未来的“代言人”之一，它一直在路上，并且还有无限的发展可能。

建一座世界图书馆

谷歌做图书馆的初衷就是为了保存人类的知识，并且让这些知识可以被更快捷、方便地搜索到

文_乐生

谷歌真的是一个有理想、有道德、有抱负、有远见的“四有好公司”，所以它会做出很多在外人看来很疯狂的举动，比如会做世界性的数字图书馆这种几乎完全是公益性质的、与商业企业赚钱本性完全相悖的事情。

事情得从8年前说起。

2004年，谷歌开始寻求与图书馆和出版商合作，大量扫描图书，欲打造世界上最大的数字图书馆，使用户可以利用“谷歌图书搜索”功能在线浏览图书或获取图书相关信息。谷歌数字图书馆是一种馆藏以数字化格式存储可以利用计算机访问的图书馆，数字化的内容可以被存在本地端或通过计算机网络由远程访问。

谷歌数字图书馆好处在于可以更迅速地找到所想要的书籍、文件甚至是图片，它能够轻易的连接并浏览许多不同的页面，能够更快速的找到我们所想要的信息。数字图书馆有别于传统的图书馆在于它不受限于仓库空间的限制，数据的数字化大大的缩减了书籍所占的空间，所以数字图书馆有能力可以存储更多的数据。相对的，维护一个传统图书馆的花费远高于维护一个数字图书馆，因为传统的图书馆需要在人事成本以及书籍维护费上花上一笔开销，而数字图书馆则完全不需要这笔花费。

所以说，谷歌做图书馆的初衷就是为了保存人类的知识，并且让这些知识可以被更快捷、方便地搜索到。然而，谷歌的这一行动却侵犯了很多人的知识产权，因此，谷歌图书馆的问世并不顺利。

2005年，谷歌图书馆计划遭到美国出版商协

会及多个出版商和组织的阻击，走上诉讼的道路。出版社称，在未经许可的情况下扫描一部完整的著作，并将其存储在Google的服务器上，已经侵犯版权。这一计划在欧洲也引起官司，法国的出版商将谷歌告上法庭，另外，多个图书馆也反对谷歌的扫描计划。

到2009年，谷歌图书馆的版权之争开始蔓延到中国。中国著作权协会发出通告，随后公布美国作家协会(AG)和美国出版商协会(AAP)与谷歌的初步和解协议，并提醒作家群体维权。文著协发布了一项调查：谷歌的数字图书馆计划收录了570位中国权利人的17922部图书，而大部分权利人均不知情且未获得任何报酬。多位作家指谷歌的和解条款是“霸王条款”，通过媒体表达要求维权。

当然，谷歌图书馆的知识产权官司十分复杂。谷歌在这个事件中扮演了极其矛盾的角色——一方面谷歌宣传“不作恶”，所以做了方便知识传播的善事；可另一方面，谷歌在做好事的同时却侵犯了某些人的利益。

可无论如何，谷歌的图书馆事业在人类知识的发展史上是起着极其重要的作用的。从长久来看，如果谷歌图书馆能规避侵权，一定会成为当代互联网最有价值的项目之一，虽然这对谷歌公司本身并不能带来什么利润。

而且，谷歌图书馆也符合谷歌公司的核心业务——以搜索为中心，扩大各种外延业务。谷歌图书馆无论是从想法还是技术上来说都颇为大胆，符合谷歌敢想敢做的勇猛精神。

让汽车自己行驶！

无人驾驶的系统会时刻对周围环境保持360度无死角关注，相比起人力，它绝不会因为换收音机频道或者困了分散注意力

文_克小强

我记得小时候看过一本科幻书，具体名字和作者已经记不清了，但其中有一段关于未来汽车的描述给我很深的印象：小说主人公驾驶的汽车可以感知周围的一切情况，可以根据周围情况自己判断加速、停止或是其他操作。比如，当前面突然出现行人、汽车或者有其他障碍物时，汽车会自己刹车。

虽然科幻小说描述得很好，可最近有好事者做的一幅近30年科技发展的对比图却让人对汽车的发展很失望。从图中可以看到，最近30年，电脑、通信等领域发生了翻天覆地的变化，可汽车除了外形有些许变化之外，其他几乎可以忽略不计，飞机更是毫无变化。确实，在电子科技日新月异的30年里，汽车只有一些细节的变化，从未发生过革命性的改变。

在世界汽车巨头还沉浸在往昔的辉煌中的时候，一个看似和汽车毫不相干的企业却突然闯入人们的视线，担起了未来汽车革命的重担。这个企业就是谷歌，一个在创新领域褒贬不一的互联网企业。

谷歌创新技术总动员

谷歌早就放出消息在做无人驾驶技术，可让人意想不到的，谷歌在前不久宣布，其无人驾驶车辆已经安全行驶了48万公里。

在这48万公里背后乃是谷歌这么多年来技术支持。

自动驾驶设备包括一台放置在车顶的激光测距仪，能够及时精确地绘制出周边200米之内的3D地形图并上传至车载电脑中枢。在挡风镜旁边，技术人员安放了一个视频摄像头用以侦测交通信号灯，以及行人、自行车骑行者等车辆行驶路线上遭



遇的移动障碍。4台标准车载雷达，以三前一后的布局分布，负责探测较远处的固定路障。在每台Google Fleet的左后轮上，还带有一个微型传感器，负责监控车辆是否偏离了GPS导航仪所制定的路线。Google Fleet的电脑资料库中，精确地贮存了每条公路的限速标准以及出入口位置，如果处于一名司机的操控下，Google Fleet的中央处理系统还会通过扬声器，以柔和悦耳的女声发出类似“接近十字路口，小心行人”的提示。

驾驶者只需微微扳动一下方向盘，就可以将Google Fleet转换为一辆普通的汽车。作为Google Fleet项目的创始人，美国斯坦福大学人工智能实验室负责人、谷歌资深工程师塞巴斯蒂安·索伦对这个绝妙的小发明非常满意：“这完全是身处《星舰迷航记》中的感觉。”

而这个项目来自于2005年美国国防部“先进防御计划研究小组”(DARPA)于莫哈维沙漠举办的第二届“无人驾驶汽车终极挑战赛”。在这次比赛中，当前无人驾驶项目负责人索伦和一些来

带上眼镜，搜索周边

谷歌眼镜配备了一个投影显示器，一个能拍摄视频的摄像头，镜框上有触控板。它还带有麦克风和喇叭，各种传感器，陀螺仪，还有多种通信模式

文_克小强

提起谷歌，人们会自然而然地想到这是一个网络公司。虽然最近几年也做了一些互联网之外的业务，比如安卓手机系统等，但无论如何也没有涉足硬件。即使是出过几款手机，可那也是和其他硬件公司合作的贴牌产品，并不是谷歌自己的硬件。

可在今年6月28日，谷歌在I/O开发者大会的最后阶段，谷歌联合创始人谢尔盖·布林戴着一款奇特的眼镜突然亮相，正式推出了这款外界关注已久的创新产品，那就是Google Glass智能眼镜开发版。这款眼镜不但是谷歌自己做的硬件，而且还有更多神奇的功能，甚至看上去颇有一些科幻的感觉。

发布会的现场也很有意思。布林上场的时候，大屏幕上同时打出图像，是谷歌其他几位员工戴着该眼镜在飞机上准备跳伞的视频，亦通过谷歌眼镜实时传回会场。这几位员工随后跃入空中，打开降落伞，安全着陆在发布会现场的屋顶上，并顺着绳索滑下，进入大会现场。整个过程中，谷歌眼镜的直播一直没有中断，并在五个人的视角中进行切换。

谷歌发布的这款眼镜的确有些意思，是一次大胆的创新行为。

这款神奇的眼镜实际上就是微型投影仪+摄像头+传感器+存储传输+操控设备的结合体。右眼的小镜片上包括一个微型投影仪和一个摄像头，投影仪用以显示数据，摄像头用来拍摄视频与图像，存储传输模块用于存储与输出数据，而操控设备可通过语音、触控和自动三种模式控制。

谷歌眼镜配备了一个投影显示器，一个能拍摄视频的摄像头，镜框上有触控板。它还带有



麦克风和喇叭，各种传感器，陀螺仪，还有多种通信模式。谷歌眼镜采用了虚拟现实技术，能够实现日历、语音搜索、Google+、时间、温度、短信、拍照、地理位置、音乐、搜索和摄像等功能。此前曝出的拍照样张显示，它的拍照效果十分优秀，可以与卡片相机媲美。

谷歌眼镜的佩戴者可以如戴着普通眼镜一样走路、写字，处理他们的日常事务。当他们想上网时，仅需头部轻晃一下。谷歌在Google+上写道：“我们共享电子眼镜信息的目的是希望与用户进行沟通，听取您的宝贵意见。”在发布会的视频上可以看到佩戴谷歌眼镜后眼前的景象。佩戴者走在纽约街头，通过声音控制眼镜进行拍照并将照片发布到Google+上，获得地图和天气信息，并在一个朋友接近时出现弹出窗口提醒。

其实，谷歌眼镜本质上就是一个智能手机，拥有智能手机的所有功能。可是，当智能手机的所有功能集中到一副眼镜上的时候，人的行为方式必然受到影响，而且很多行为会变得更加简单、方便。

所以，谷歌眼镜并不是简单地把手机戴到头上，而是对双手的解放，是对当前电子设备操作方式的一次颠覆。当然，谷歌眼镜也在最大程度上展示了谷歌最先进的技术和创新力。



这是办公区域还是度假村、游乐场？



在谷歌，你爱骑自行车装屌丝，还是开豪车扮富翁，没人管你

谷歌：不作恶，有作为

也许有人对“不作恶”这样的信条嗤之以鼻，然而，正如国内著名的IT评论家Keso所说，“‘Don’t be evil’就像‘不做假账’一样，是一个底线，但能守得住的人并不多

文 Alice

1998年10月7日，同是斯坦福大学校友的拉里·佩奇（Larry Page）和塞吉·布林（Sergey Brin）创立了谷歌。它的传奇由此启程，如今谷歌快满14岁了。14岁，在硅谷日新月异的创业氛围中，已经算是“老人”，但谷歌却从未给人“老”的感觉。相反地，谷歌凭借其层出不穷的新技术，一次次刷新人们对世界的看法，改变了人们的日常生活。谷歌永葆青春创新的秘诀是什么？也许我们能够从谷歌的文化中一窥乾坤。

“不作恶”信条

“Don’t be evil”（不作恶），是谷歌最著名的信条。也许有人对“不作恶”这样的信条嗤之以鼻，然而，正如国内著名的IT评论家Keso所说，“‘Don’t be evil’就像‘不做假账’一样，是一个底线，但能守得住的人并不多。”毋庸置疑，谷歌汇聚了大量天才、鬼才和狂人。然而，天才的另一面可能是恶魔。天才做起恶来，往往“后果很严重”。所以，不作恶的天才，才能够推动世界向更美好的方向发展。

谷歌一直强调，在推出产品时要牢记用户的信任是非常重要的决定因素；因为在完成一个产品的过程中，会有越来越多的因素来干扰你的决断，而有些就是“evil”。所以“Don’t be evil”最大的作用，是让每个人都能有权利来质疑做出的判断，而不仅仅是服从。据悉，谷歌很多新产品的开发动机，都源于一个理念：如何让用户更简单易用。在“不作恶”原则的指导下，谷歌善于放弃那些不符合公司文化和信条的“利诱”。比如，广告是谷歌最重要的经济来源，但谷歌主张极简主义，其首页简洁干净，相对它那些将广告、新闻等令人眼花缭乱的内容搬上首页的对手来讲，谷歌坚持淡化商业气息，完全突出其搜索功能。这种“不作恶”的理念使谷歌品牌产生了一种独特的光晕效应：让客户在使用其产品时感觉谷歌比其竞争对手更注重社会责任和自身形象，谷歌追求的是客户的信赖和可持续发展。

然而，近年来谷歌的“不作恶”信条也遭受了各方的质疑。比如去年谷歌因为投放加拿大药店的网络广告，引发了处方药的非法进口事件，并因此被美国司法部处以5亿美元的罚款。而在谷

歌Buzz社交网络侵犯用户隐私后，美国联邦贸易委员会也要求该公司开展为期20年的独立隐私监督。今年拉里·佩奇在出任谷歌CEO一周年之际再次重申了“不作恶”信条，并希望谷歌成为一家值得热爱的公司。他表示，谷歌一直坚信自己能够做到在赚钱时不作恶。同时他也承认，与将一条标语简单转化为一个企业目标相比，投入感情去践行承诺更困难。“我们很幸运与用户建立起直接关系，这激励着我们做正确的事情。一旦我们的产品不好或者我们的工作出现失误，用户很容易转向其它产品或服务，因为我们面临的竞争仅仅是点击一下鼠标的问题。”

无为而治，开放自由

位于美国硅谷小镇山景城(Mountain view)的谷歌总部，或许是全球最令人艳羡的工作场所之一。每个到过那里的人，都会兴奋都描述一切神奇的见闻。比如办公环境像个游乐场备齐了各种“玩具”；员工上班不用打卡还可以随便遛狗；公司没有专门的老板办公室却为音乐爱好者设立了钢琴房；就连食堂的大厨都延续了谷歌“不创新就去死”的文化传统，每天翻新的菜谱能让人目瞪口呆到饕餮发胖。

在谷歌，你随时能够感受到“开放、自由、平等、互敬”的氛围，公司管理的策略看起来非常简单：那就是什么都不管，有点类似老子说的“无为而治”。谷歌深知，正是人才造就了如今的谷歌。聪明的人都不喜欢被人管束，自由平等就是最有诚意的尊重。怕他们偷懒？！拜托，改变世界是他们的兴趣所在。他们灵感飞扬、发奋图强起来，谁都拦不住。

在网站中，谷歌如此描述自己的文化：“我们力求保持通常创业公司才有的开放文化，在这些公司中，每个人都亲力亲为地做出贡献，并能毫无顾忌地交流各自的思想和观点。在我们每周的全体会议（周五例会）中，谷歌员工可以直接向拉里(Larry)、塞吉(Sergey)和其他主管提出大量与公司相关的问题，更不用说通过电子邮件或在咖啡厅提出问题了。我们的办公室和咖啡厅为谷歌员工进行组内交流和跨组交流提供了便利，可以在休闲娱乐的同时进行工作方面的交谈。”

著名的“20%的自由时间”，同样呈现了谷歌

自由创新的文化氛围。在谷歌上班，你可以堂而皇之地“不务正业”，公司允许员工有20%的自由时间从事与当前主要工作无关的项目。谷歌执行董事长埃里克·施密特(Eric Schmidt)曾如此分析：“谷歌的工程师们可以把20%的工作时间放在自选项目开发上。当然其中必须有一个批准过程并允许某些失败，但基本上我们希望让所有富有创意的人发挥创意。我们有一个公开的秘密武器，就是创意邮件目录：一个全公司共用的建议箱。任何人都可以把自己的创意发送到这里，从停车程序到下一代应用

在谷歌上班，你可以堂而皇之地“不务正业”，公司允许员工有20%的自由时间从事与当前主要工作无关的项目

程序等等。在这里所有人都可以对创意发表评论、进行评价，从而促使最佳创意浮出水面。”事实证明，这个开明的政策让谷歌“赚大了”，很多深受用户欢迎的谷歌产品正是在“不务正业”中诞生的，比如Gmail这个有众多拥趸的邮件产品；还有实践六度空间理论的人际网络产品Orkut等等。

超越自我，改变世界

“用创新技术改变世界”(do good things that matter in the world)，不仅仅是个口号和梦想，也是谷歌人每天在践行的事业。谷歌的人才策略看起来很简单，那就是：邀请优秀的人才加盟并鼓励他们实现自己的梦想。“我们推崇勤奋的工作、愉悦的工作环境、以及背景各异的人才相互碰撞激荡出的创造力。谷歌的成员中有奥林匹克运动员和猜字冠军，有专业厨师和独立电影制片人。我们相信无论你在世界哪一个谷歌办公地点工作，你的灵感都能被激发，去创造出永远超越自我的辉煌。”施密特表示：“谷歌是一个由创新人才组成的公司，谷歌的企业文化也是如此。我们坚信抓住知识型员工将是未来企业成功的关键。”

谷歌深知，拥有这样一群热爱创新技术，怀抱改变世界使命的员工，只要给他们足够的阳光和雨露，他们肯定能灿烂地超越自我，深刻地改变世界！

有意思的 Doodle

1998年，准备参加内华达沙漠火人节的Google 创始人拉里·佩奇（Larry Page）和谢尔盖·布林（Sergey Brin）把一个单线条人物画在了“Google”的第二个“o”后面，以一个徽标设计告诉用户两位创始人外出——这就是doodle的雏形。10多年后，doodle被演绎出了油画、涂鸦、游戏、乐器等众多形式，和用户共同纪念节日、纪念日或者著名艺术家、先驱者和科学家的诞辰。至今，共计有1200多个不同的doodle形态出现过。



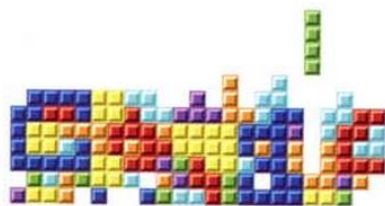
守门员

谷歌在今年的奥运会期间推出了一系列游戏型的doodle，这个是其中之一。玩家可通过键盘的左右键去控制守门员的位置，空格键则为跳跃，用作挡着高球；也可以用移动鼠标配合左键。



庆祝计算机之父图灵百岁寿辰

1912年6月23日生於英国的艾伦·图灵被人们视为现代计算机之父，他在1936年提出的“图灵机”模型被誉为对现代计算机逻辑工作方式奠定了基础。在图灵百岁诞辰之际，Google特地做了一个doodle 游戏供大家认识计算机。只要能在机器弄出“Google”字样，谷歌就会自动跳转到一个详述Turing生平的面中。



俄罗斯方块

2009年6月6日的俄罗斯方块doodle，看上去非常经典、怀旧。



吃豆人

2010年5月21日，谷歌推出吃豆人（Pac-Man）doodle。点击两次doodle上INSERT COIN按钮，就能激活吃豆人小姐（Ms. Pac-Man），以及256个关卡。



吉他设计师Les Paul96岁诞辰

在2011年6月9日Gibson的传奇吉他设计师Les Paul 96岁诞辰这天，Google doodle设计团队做出了一个绝妙的设计，doodle的电吉他可以弹出不同音色。



纪念合成器之父诞辰

为了纪念合成器之父、电子音乐先锋罗伯特·穆格（Robert Moog, 1934.5.23-2005.8.21）78周年诞辰，谷歌在今年5月23日做了一个电子琴doodle，这个琴可以弹奏出电子合成音乐，可以调音，还能把弹的内容进行录播。这个电子琴的div的最上面还隐藏着两个iframe，里面放着flash文件。Doodle的设计极其用心。



纪念摄影师埃德沃德·迈布里奇诞辰

2012年4月9日，为了纪念英国实验摄影师埃德沃德·迈布里奇182周年诞辰，谷歌特地推出了一个动态doodle。这个动态谷歌doodle来自于埃德沃德·迈布里奇的知名作品——《运动的马》，当用户点击中间黄色的按钮时，整个doodle就变成一个骑马的动态画面。



纪念中国动画创始人万籁鸣、万古蟾112周年诞辰

2012年1月18日，为了纪念中国动画创始人万籁鸣、万古蟾112周年诞辰，谷歌doodle将其主角换成了大家都特别熟悉的齐天大圣孙悟空。只要点击蟠桃、风火轮、如意金箍棒和紫金箍，就会出现不同的动态效果，如蟠桃被吃掉、金箍棒飞来飞去等。



善待地球·从节约资源做起

该年地球日的主题是“善待地球·从节约资源做起”，为此Google设计了冰川正在融化的doodle，提醒人们节约资源，防止气候变暖导致冰川融化。

陈永东：谷歌创新具有引领性作用

互联网创新是需要投入资金与人力，并勇于进行大胆的尝试，重视中长期利益，如果只重视短期利益，则可能在中长期发展中错失大的发展机会

本刊记者 管文明



谷歌是一家非常惹人喜爱的公司，虽然这家公司没有什么让全世界消费者疯狂着迷的产品，可它总是走在创新的最前沿，总会发明出一些让人惊叹的、充满未来感的产品。谷歌的创新究竟有什么不同？谷歌的创新有什么意义？带着这些问题，本刊记者采访了电子商务与新媒体创意与营销研究领域知名学者陈永东教授。

《创意世界》：当前互联网或者说IT界的创新主要集中在哪些方面？

陈永东：这个问题太泛，很难一句话讲得清楚，因为其还有许多子领域。笼统地说，当前互联网或IT的创新主要集中于技术创新、应用创新及商业模式创新。

在技术创新方面有非常之多，主要集中于智能终端、云计算、智能分析、大数据、数据挖掘、GPS、移动互联网、物联网及智能家电等方面。

在应用创新方面，有新型社交网络（SNS、微博、轻博客等）、网络游戏、移动互联网应用、智能搜索、网络视频分享、网络图片分享等。

在商业模式创新方面，有APP应用程序商店、数字阅读、LBS、O2O、SoLoMo等。

《创意世界》：在互联网的创新群体中，谷歌有什么特殊性？

陈永东：谷歌依托搜索引擎聚集的巨大的用户基础，向多个领域进军，其中主要有电子邮件（如Gmail）、浏览器（如Chrome）、地图（Google地图及Google地球等）、即时通讯（如Google Talk）、网络视频（如YouTube）、博客（如Blogger）、数字图书馆、社交网络（如Google+）、智能操作系统（如Android）、智能电视、智能汽车、智能电网等方面。

谷歌创新的特殊性表现在：第一，在搜索领域高度重视技术创新，使之远远领先竞争对手；第二，可以将搜索领域已有的众多用户迁移到其新应用中；第三，有资金与实力涉足于最前沿的创新，始终走在技术发展的前列；第四，把握并引领了互联网或IT领域的发展方向。

《创意世界》：互联网创新是不是应该以利益为中心？

陈永东：利益分为社会利益与经济利益，应该并重，同时在重视社会利益的同时，自然也会获得相应的经济利益。然而，单独以经济利益为中心，则难保其可持续发展。同时，利益还分为短期利益及中长期利益，互联网创新是需要投入资金与人力，并勇于进行大胆的尝试，重视中长期利益，如果只重视短期利益，则可能在中长期发展中错失大的发展机会。

《创意世界》：谷歌的很多创新并没有为公司带来利润，谷歌这种广泛创新的方法为互联网和IT界带来了那些影响？

陈永东：这些创新尝试表明，一方面，谷歌有能力与实力进行相应的创新尝试，并始终在关注最新发展领域；另一方面，只有真正亲自尝试后才智能其中可能的机会与风险，并能深切地理解今后的发展方向。至少，有许多方面，谷歌起到了引领性的作用。

《创意世界》：谷歌的安卓手机系统在最早的时候应该说是偏离其主要经营范围的，可后来取得了巨大的成功。现在国内的众多互联网企业也开始做手机。谷歌的这种成功有广泛适用性吗？国内互联网企业进军手机有前途吗？

陈永东：谷歌的安卓操作系统的成功不一定

有广泛的适用性，主要是谷歌已经在早期拿走了机会，别人的机会则少了许多。当初，谷歌在看到开放的智能操作系统的巨大市场潜力后，毅然放手一搏，并奠定了其在移动互联网中核心地位的重要基础。

国内互联网企业进军手机有一定机会，但是如同谷歌那样的大的机会已经没有，而多数只是在利用谷歌的安卓操作系统，并模仿苹果、三星等手机的硬件构造，突破性的创新并不多。当然，中国众多的人口、多层次的消费需求及有特色的中国文化是国内互联网企业进军手机可把握的机会。

《创意世界》：谷歌 CEO 拉里·佩奇曾向乔布斯询问经营之道，乔布斯告诉他要专注于某一项产品。可谷歌的模式和苹果并不一样，苹果的模式能适用于谷歌吗？如果谷歌真的专注于某一项产品，会像苹果一样取得成功吗？

陈永东：不能绝对地讲苹果的模式一定适用或一定不适用于谷歌，谷歌是在突出自己特色的同时，也在借鉴苹果的东西。例如，其安卓操作系统追求的是开放性，但其应用商店模式也借鉴了苹果的应用商店。

谷歌的专注与苹果的不完全一样，一方面，它会在不同阶段专注于当时最新的应用，另一方面，它会不断探索尝试最新的技术，以引领发展的潮流。

《创意世界》：谷歌曾经推出多个社交项目，可很多都中途夭折了。现在的 Google+ 被认为是具有革命性创新的社交产品，您认为如何？

陈永东：对于 Google+ 还有待于观察。主要是 Facebook、Twitter 及 LinkedIn 等均为几类应用的先行者，并已经积累了大量的用户，而在其中，用户已经积累了相应的社交关系，不少人并不愿意轻易地转移到其他社交平台上。

当然，由于谷歌本身有大量的用户，Google+ 的推广还是会得益于这些用户。但是，其所谓的“革命性”可能评价过高，因为从根本上它并没有突破 Facebook、Twitter 及 LinkedIn 等的应用模式。

《创意世界》：一个公司的业务应该围绕着主业来进行，谷歌最初的所有外延业务基本都围绕搜索进行。可现在，谷歌的很多业务，比如无人

驾驶技术、Google glass 等已经和搜索关系不大了，甚至早就超过互联网的范畴。谷歌这种经验模式有什么问题吗？

陈永东：我认为，这种模式没有问题。一方面，世界上许多事情都是相互联系的，看似表面没有关系的东西，实际上或多或少都有联系，许多边缘领域可能有更多的机会；另一方面，谷歌这种级别的公司追求的是技术上的全面领先，它当然更有实力去考虑未来技术的发展，这也是创新的前提——比别人更早地看到未来，并且看得更远。

《创意世界》：现在苹果、谷歌和微软三足鼎立的局面，是否说明了未来 IT 界界限的模糊？这三者谁可能更有机会？

陈永东：三足鼎立的局面不仅说明未来 IT 领域界限的模糊，也说明了 IT 领域中相互联系的子领域越来越多。

机会始终有，谁都有机会。从目前的判断看，按机会的程度看，从高到低分别是：谷歌 > 苹果 > 微软。苹果的问题是最新的智能手机与平板电脑的吸引力不如从前，不仅有用户量的饱和问题，也有创新不足的问题。微软的问题主要在未来的方向看得不够准，机会的把握上能力不够强，原有的软件开发、销售模式不能完全适应时代的发展，另外已有的传统组织结构及管理机制可能阻碍其发展。

《创意世界》：百度和谷歌相比，差距主要在哪儿？

陈永东：百度和谷歌相比，差距主要在搜索引擎以外领域的发展方向及机会把握上能力的欠缺。其搜索以外的领域中，往往处于跟随、模仿的方式，且通常会慢半拍，不论是其电商（含团购）、即时通讯等方面，都有类似的问题。当然，百度在一些与搜索及广告紧密联系的领域，其发展还不错。

《创意世界》：未来是谷歌式的全面创新更有前途还是苹果式的专注创新更有前途？

陈永东：应该是各有特色，只是由于苹果乔布斯已经离世，很难说其专注创新是否会不打折扣，因此，相对而言，谷歌式的全面创新更有前途。

谷歌式创新能走多远？

不同于一般公司的以公司为核心，谷歌的员工有很大的自由性，他们不但可以享受几乎全世界最好的员工福利，还可以不考虑公司的业务去自己创新

文_管文明

自从去年乔布斯去世之后，人们一直在追问：苹果的创新还能走多远？谷歌并不存在这样的问题，因为谷歌从来就不是依靠一个人的智慧和魅力来赢得市场的。但是，和苹果每发布一款产品都会举世瞩目的状况相比，谷歌每发布一款产品的时候，人们都会交相称赞，可很少会出现疯狂追随的场面。当然，这和二者的主要产品形态有关——苹果是做硬件的，而谷歌主要是做互联网和软件的。

谷歌创新的未来面临的是另一个问题：众多没有清晰盈利模式的产品耗费了谷歌公司过多的人力、财力，如果谷歌再继续这样走下去，是不是会陷入盈利能力过弱的泥潭？或者，如果谷歌只是广泛追求创新产品，一旦不成功便砍掉项目，会不会挫伤公司的创新动力？谷歌在未来是否会转型成为一个从软件到硬件都很强势的综合

型创新公司？又或者，会不会因为公司过于庞大而失去了当前的小公司式的创新性格？

“散乱无序”的产品结构

读完本期的封面专题，也许会发现一个有意思的问题，那就是所有这些谷歌的产品很难看出其内逻辑关系或外在关系。无论是谷歌地球、邮箱、社交、浏览器还是手机系统、无人驾驶、谷歌眼镜等，他们都好像是各自独立的。这和苹果不同，苹果的所有产品都有一个中心点把它们绑到一起。所以，谷歌产品结构给人的感觉就是散乱无章的。

仔细想来，这些产品之间好像真的没有什么联系。Chrome发布时，人们惊讶的发现，它不仅没有带Google工具栏，没有预置任何谷歌应用的链接，甚至不支持用Gmail发送网页和实时取词翻译，也无法用谷歌笔记本记录网页，而所有这些在其他浏览器里都可以做到。其实施密特早先也反对Chrome和Chrome OS项目，这使它们看上去更不像是谷歌经过深思熟虑的整体战略的一部分。

而这些只是我们可以看到的一部分，还有很多产品早已经被关闭，或者从来就没能被发布过。在前面的文章中我们已经提到了一些被谷歌关闭的产品，比如Wave、Buzz等，还有很多我们没提到的。去年9月，谷歌就一次性关闭了包括社交搜索、桌面软件和网页安全等多个领域在内的10项服务。

谷歌还关闭以下一些项目：

Google Pack，一个可供下载的软件工具集合；Google Image Labeler，用户可以用它标记图片，改善谷歌图片搜索结果；Google Notebook，使用户可以将经过缩减的URL与个人笔记结合起来；网络内容评价应用Sidewiki；搜索结果定制工具Subscribed



创新已经融入谷歌的血液，成为其灵魂

Links; Google Maps API for Flash, 方便ActionScript开发者将谷歌地图整合到自己的应用中。

可以看出,谷歌散乱无序的产品结构是为了在以后从中筛选更合适、更有意义的产品。当然,这也和去年1月谷歌联合创始人拉里·佩奇接替埃里克·施密特,成为谷歌新任CEO以来一直致力于精简公司运营、退出细分业务、专注于最重要的领域有关。

员工自发创新机制

谷歌之所以有那么多杂乱无章的项目,也和这个公司对待创新的态度有关。不同于一般公司的以公司为核心,谷歌的员工有很大的自由性,他们不但可以享受几乎全世界最好的员工福利,还可以不考虑公司的业务去自己创新。

每个谷歌工程师可以把20%的工作时间用于自己感兴趣的项目。重要的是,20%工作与常规任务之间,并非泾渭分明,谷歌的许多产品,最初便是从这20%中萌生,当然,更多的项目还停留在实验室里或者已经夭折;这一模式的精髓并不在于20%的自由时间,而在于20%自发项目向正式项目发展和筛选的机制;一位工程师在构思了一个想法、并作出了初步尝试之后,常常需要建立更大的团队、获取更多的资源,来推进项目,按通常做法,这时候他就要写报告去说服上级部门,如果得到支持,计划部门会帮他拟订开发计划、调配资源、建立团队;谷歌最大的改变是在这一环节,20%项目的发起者需要说服的不是上级,而是他的同事和用户。

著名的Google News其实是源自一位工程师的“灵机一动”:他希望看到最热门的新闻,但又不满意门户网站编辑的筛选结果,于是就亲自动手,实现了一个由软件自动编选、排序的“新闻中心”。这种创新加上实干的企业文化直接影响了谷歌公司对新产品和新技术的思考方式。公司最顶尖的编程高手Jeff Dean曾发明过一种先进的方法,该方法可以让一个程序员在几分钟内完成以前需要一个团队做几个月的项目。他还发明了一种神奇的计算机语言,可以让程序员同时在上万台机器上用最

短的时间完成极为复杂的计算任务。

甚至,谷歌的两位创始人也不会忘记发明一些“新奇”的玩意儿来为工作增添些乐趣。有据说拉里·佩奇曾自己动手,将装有自己开发的测试程序的笔记本电脑安装在可以遥控的玩具车上,然后蹲在地上,指挥着自己的测试车跑遍公司的各个角落——其目的竟然是为了测试公司内部无线网性能。

正是这种员工自发的创新机制,保证了谷歌随时可以有最新的创新血液。而员工各自为政的创新体系也避免了遭遇大公司式的创新瓶颈。

谷歌的两位创始人也不会忘记发明一些“新奇”的玩意儿来为工作增添些乐趣。有一次,拉里·佩奇自己动手,将装有自己开发的测试程序的笔记本电脑安装在可以遥控的玩具车上

不以利润为出发点

企业都是要赚钱的,谷歌也不例外。事实上,谷歌确实很有钱,也很赚钱,可它同时还有那么多看上去并不赚钱的项目,比如图书馆项目、浏览器项目等。

我们也可以看到,谷歌也在鼓励员工进行一些不以营利为目的的创新。这些看上去不盈利又和主营业务关系不大的创新恰恰是谷歌的高明之处。无论是图书馆还是浏览器,其实都是谷歌大战略的一部分:浏览器占据了网络搜索的上游;图书馆抓住了网络搜索的内容下游。

当然,不以利润考核员工的创新更能激发出员工的创新热情。无数的创新项目中必然会有一个合适的拿来盈利。

谷歌看上去是一个“不靠谱”的公司,而事实上所有这些行为都是为了创造一个更大、更可持续的创新环境。所以,谷歌会比其他类似的公司更有前景。因为,创新已经不是谷歌用来表演或赚钱的工具,创新已经融入到这家公司的血液中,成为谷歌的行为标准。■