人民日报海外版

2017年4月5日 星期三

责编：宋 鹏 邮箱：songpeng@haiwainet.cn

网上中国

随着社交网络的高速发展，以文字、语音为载体的社交应用已不能完全满足用户需求。在全球范围内，以图片、短视频为主要传播形式的社交平台开始崛起，凭借新奇的玩法和较强的感染力，图片视频类社交应用在大量“吸粉”的同时，其商业模式也初见端倪。

图片视频类社交平台究竟有何创新之处？这些社交平台的发展前景如何？

图片视频升级社交体验 花样翻新孕育市场蓝海

社交网络探索新模式

本报记者 **卢泽华**

创新玩法孕育蓝海

3月下旬，苹果对外发布了一款名为Clips的视频分享应用。通过这款软件，用户可以迅速给一段原始视频配上滤镜、贴纸、字幕和音乐，并分享到社交平台上。这款应用能获得年轻用户的关注，原因是其中提供了许多新鲜功能：凭借语音识别技术，用户直接对手机喊话，字幕就会出现在视频画面中；依托人脸识别，软件可以将视频里的人物与通讯录及社交软件中的好友自动匹配，为用户智能推送分享对象。有分析指出，新产品表明苹果希望在视频社交领域打开突破口，向脸书（Facebook）、色拉布（Snapchat）等社交平台发起挑战。

就在苹果发布新应用不久前的3月3日，图片视频类社交应用色拉布在纽交所成功上市，这成为近期全球互联网业界瞩目的“大事件”。色拉布凭借图片社交火遍全球。在软件上，用户发布的照片拥有1到10秒的“生命期”，当被发送至好友后，这些照片会根据预先设定的时间自动销毁。用户还可以向朋友发送短视频，每个接受者只能看一遍，没有重播的功能。依靠“阅后即焚”、创意镜头、“故事”功能、“发现”等创新玩法，色拉布收获了大量青少年用户并受到广告商及媒体的青睐。

分析人士认为，色拉布的成功上市以及全球各种“类色拉布”软件的出现，预示着图片视频类社交平台可能成为互联网领域一片崭新蓝海。

国内布局已具雏形

近日，视频社交类应用“快手”宣布完成新一轮总额3.5亿美元的融资，该轮融资由腾讯领投。作为国内视频社交领域具有较大影响的应用之一，快手最初是一款用来制作、分享GIF动态图片的手机应用。2012年底，快手转型为短视频社区。在快手上，用户可以制作并分享自己的短视频，同时浏览、点赞他人的作品，与其他短视频作者互动。

在社交领域占有绝对优势的腾讯为何选择投资快手？分析认为，腾讯意在弥补自身在短视频社交领域的短板。

事实上，国内各大互联网巨头早已发力图片视频类社交领域。腾讯对旗下的微信、QQ等通讯软件进行多次迭代更新，推出短视频分享等功能。腾讯早在2013年就推出了短视频分享平台微视，试水视频社交领域。阿里巴巴也于2013年9月上线主打图片“阅后即焚”功能的通讯软件——来往。

目前，国内图片视频社交类应用已经具有一定的用户基础。除了宣称在全球超过4亿用户的快手外，美图秀秀、秒拍、Wecut、iFchat等平台也都凭借独特的市场定位、新颖的功能快速抢占图片视频社交市场。比如，修图软件美图秀秀，通过搭建图片分享社区“美拍”等平台，顺利实现从工具类软件向社交平台的转型。根据艾瑞咨询去年发布的一项调查报告，在每天上传至中国主流社交网络的照片中，有约53.5%的照片经过了美图应用的处理。

图为色拉布联合创始人埃文·斯皮格尔（左）和鲍比·墨菲。

真正“落地”尚需时日

相对于目前占主流地位的文字语音类社交平台，图片视频类社交更容易带来新奇玩法。而随着中国网民低龄化趋势日益明显，图片视频类社交平台很可能迎来真正的机遇期。

根据第39次CNNIC报告，截至2016年12月，中国网民10-39岁群体占比73.7%。其中20-29岁年龄段的网民占比最高，达30.3%；10-19岁群体占比为20.2%。对于这些“90后”、“00后”用户群而言，他们更愿意耗费较多精力尝试新奇玩法，构建更具细分性的社交圈子，而文字语音类社交软件对这类需求的满足则显得较为吃力。

同时，5G时代的到来和图片、视频处理技术的进步，使过去受网速、硬件配置等限制的图片视频类社交卸掉脚镣，迈出矫健迅速的步伐。

事实上，国内互联网创业群体已经在积极布局图片视频社交业务。北京琳云信息科技公司创始人蒋承宏表示，图片视频社交软件可能是社交软件领域最后的蓝海，包括琳云科技在内的中小型创业公司，都瞄准了这一领域。

值得注意的是，不论是腾讯的“微视”还是阿里巴巴的“来往”，其实际影响与最初期望值之间，均存在较大落差。尽管目前快手、美图、秒拍等图片视频类社交应用已经具备一定的实力，但目前国内还未出现一款像色布拉这样的现象级产品。

业内人士分析，图片视频类社交平台要想快速发展，商业模式的完善首当其要。比如，可以尝试将平台上的优质内容与演艺产业实现对接，或者结合AR（增强现实）等技术创新产品体验。而成熟模式的实现，可能仍需几年的时间。

云中漫笔

莫让微信家长群变为“奖惩公示墙”

孙丽娜

随着微信、QQ等即时通讯工具的发展，家校沟通从过去的“家访”、“请家长”逐渐演变为通过“微信群”、“QQ群”等交流平台来实现。

老师通过这些交流平台发布重要通知，通报学生的在校情况，家长在微信群里与老师保持联系，同其他家长交流教育心得，这本应是微信家长群的健康运行生态。但是，随着微信家长群的普及，部分老师和家长的行为让微信群的沟通氛围“变了味儿”。

近日，广州日报报道称，禅城一家幼儿园的孩子因为漏做作业，被老师在家长群中“晒照”批评，引起了家长不满。消息一出，关于微信家长群中老师和家长的“微行为”引起了各方讨论。

网友反映，有的老师不仅会在微信群里点名批评孩子、公布成绩和排名，而且很多时候会在群里频繁发布有关优等生的照片、表扬等信息，对学习成绩不好的孩子造成很大压力。除此之外，还有家长吐槽称，微信群里经常出现炫富显摆、拉帮结派等现象。

不管禅城幼儿园老师“晒照”事件和网友的此类吐槽是“个例”还是“普遍现象”，至少有一点可以肯定：部分老师和家长对微信家长群的角色和“微语境”的认知并没有跟上时代。

究其原因，一方面是因为部分老师和家长大多时候把微信家长群等交流平台仅仅当作一个信息公示板和沟通工具，而不是“交流场所”，所以在沟通时，老师和家长并不会将“保护孩子自尊心”、“尊重家长面子”等线下沟通的细节考虑在内；另一方面原因则是：老师和家长的“媒介技术应用素养”有缺失，大家只懂使用最新的媒介技术来辅助家校沟通，却并不了解如何规范自己的媒介行为。久而久之，微信家长群等交流平台就会演变成为家校矛盾激化的地带。

要改变微信家长群的“微语境”，先得改变教师和家长的“微行为”。笔者认为，家长、学校和社会协同努力，共建微信家长群的和谐生态。

首先，在微信家长群建立之初，家长和老师可以协商草拟“群规”，事先“约法三章”。老师在家长群中应该遵循“面向全体，关注个体”的原则，不公开发布学生的成绩、排名等保密信息。必要时，个别孩子的问题尽量与家长“私聊”，给孩子和家长留足“面子”。家长则应积极理解、配合老师的工作，及时回应群信息。同时，不发布跟孩子教育无关的信息，保持微信家长群的“清净整洁”。

此外，学校和社会则应该与时俱进，在利用新的媒介技术健全家校沟通渠道的同时，有意识地加强对老师和家长的媒介素养培训。具体来说，学校和社会机构不仅要定期组织教师和家长群体学习新的媒介沟通技术，还要对其进行媒介心理学、传播学等知识的培训，使教师、家长成为微信家长群等交流平台的健康语境引导者。

只有这样，微信家长群才能成为家校沟通的“绿色园地”，而不是“奖惩公示墙”。

互联网大咖秀

麦克斯·拉夫琴：永远停不下来的创业者

海外网 胡艳明

麦克斯·拉夫琴

麦克斯·拉夫琴有很多成就，其最为人熟知的身份是支付网站贝宝的联合创始人。除此之外，他还参与了很多初创公司的创办过程，其中包括脸书、优兔、领英、印象笔记等著名科技公司。

能拥有这么多的成就，原因在于他是一个热衷创新的人。

毫无疑问，麦克斯·拉夫琴在学生时代就是位技术大神。在尚未完全离开校园的时候，他就与同窗好友皮特·泰尔一起创立公司Confinity，这也是贝宝（PayPal）的前身。

身为贝宝的首席技术官，麦克斯·拉夫琴发明了防信用卡作弊的相关技术，这项技术对电子支付影响深远。除此之外，短信验证码的发明也来源于他的创意。

贝宝通过奖励新注册用户的方法吸引用户，迅速地在短时间里垄断了美国在线支付市场，一跃成为美国最大的在线支付网站。然而，贝宝在发展过程中，与交易网站易趣竞争激烈，“相爱相杀”。2002年贝宝成功上市后，被易趣收购，麦克斯·拉夫琴和另一位创始人也随即离开了贝宝。

虽然贝宝被卖给了易趣，但是原贝宝的技术团队气氛依旧融洽，同行亲切地称他们为“拉夫琴的小伙子们”。“我们都成为了彼此社交生活的一部分。”拉夫琴这样对媒体说。很多新奇的点子在汇聚碰撞中擦出火花，而原贝宝团队也几乎成了硅谷成功率最高的创业投资团队。甚至因为其强大的实力，在硅谷被称作“贝宝黑帮”。

离开贝宝后，麦克斯·拉夫琴本人也未停止创业的步伐。他先后参与创立了滑动（slide）和耶普（yelp）——一家是在线游戏社交网站和一家社区生活服务类点评网站。网站在发展过程中也被科技巨头看好，其中滑动（slide）在2010年被谷歌收购。

麦克斯·拉夫琴拥有对硅谷新鲜事物的敏锐洞察力。他说：“创业者一定要让自己的眼光起码比当下要远一些。你对未来的思考越透彻，就越有可能打造出一家在长远的角度上有价值的公司。”

很多人认为拉夫琴是有“硅谷基因”的人：渴望成功，不惧怕失败。即使失败了，对他来说也只是一次难忘的经历。“他们组建一个团队，有技术、有想法、有资金，所向披靡。”同行这样评价他们。对自由和创业的向往帮助他们一次又一次地取得成功。

麦克斯·拉夫琴也加入过大公司，比如2010年加入谷歌任技术副总裁，2012年加入雅虎董事会，但他并不满足于管理已经成熟的企业，于是相继离职创业。在日新月异的世界面前，这位“不安分”的天才永远也停不下来。

在互联网思维的撬动下，分享经济已经渗透到人们衣食住行的各个领域，成为时下最热门的议题。以出行领域为例，在网约车大热后，摩拜、共享单车的火爆成为分享经济受追捧的又一波代表。博鳌亚洲论坛年会日前举办“分享经济：谁来定义”分论坛，邀请国内多位创业大咖对“什么是分享经济”、“分享经济发展过程中遇到什么问题”以及“怎样发展分享经济”等一系列问题进行了深入讨论。

分享经济成创业热点

海外网 **丁洋涛 姚凯红**

什么是“分享”？

关于分享经济或者共享经济的定义，有人认为，分享经济分享的必须是闲置的资源，是一种不影响存量的增量游戏，其结果应该是“你好、我好、大家好”的帕累托最优。分论坛上，“小猪”创始人、首席执行官陈驰在阐述分享经济的定义时称，分享经济是基于存量基础之上，做资源的重新配置，即便是基于增量，也是通过共享的方式。

“比较经典的定义是将个人闲置的资源、时间分享给需要的人，这个定义是比较狭义的，现在一些分享创业公司的业务都已经超出了这个范畴，有B2C（商对客）的模式，也有个人的闲置资源向小商家配置的趋势，比如Airbnb（爱彼迎）。”

“回家吃饭”创始人、首席执行官唐万里则认为，分享经济或者共享经济有一个很大的特征，就是使用权被多次分享。这是基本上可以达成一致的。“我觉得未来很多的事物、知识都有可能会被拿出来分享、被多次使用，从而提高社会资源的使用效率，这些都是分享经济或者共享经济。”

转转网首席执行官黄炜与唐万里观点一致，称分享经济或者共享经济，本质上是资源使用效率的提高。衡量是否为分享经济，很重要一点就是看它能否提高供需端资源使用效率，让经济模式更有活力。

ofo共享单车创始人戴威则站在消费者的角度阐述了分享经济的意义，称不管是分享经济还是共享经济，都有“享”这个字，最终还是为消费者服务。

遇到什么问题？

分享经济优化配置了闲置资源，提高了物品的使用率，满足了人们的各种需求，同时改善了体验，所以备受社会追捧。然而，这种新的经济模式在发展中也存在一些问题。分论坛上，谈及分享经济在发展中遇到的问题时，嘉宾们一致认为，信任以及共享型企业与政府之间的沟通成为两大难题。

黄炜指出，信任是分享经济、共享经济发展的关键，新的分享经济会建立一套个人到个人的全新信用体系。“如果所有共享型企业都把信任打通，进而从某种程度上把数据打通的话，是一件非常好的事情。”

陈驰说，基于存量或者是增量，用不一样的方式谋发展，是新商业文明的发展模式。在分享经济和共享商业文明下，从人到人的信用体系会重建一次，物质的使用、物质的生产、环境和人的关系、人和人的关系，都会被重构一次。

此外，分享经济目前正处在起步阶段，成长迅速，竞争激烈，尚未形成稳定的格局，而创新引发利益调整，使得共享型企业统筹协调难度加大，这也是分享经济发展中面临的问题。

怎样促进分享？

分享经济本身是新技术革命的产物，是一种新的经济形态、新的资源配置方式和新的发展理念，集中体现了创新的内在要求。

中国信息通信研究院副总工程师何霞认为，分享经济是以互联网为平台，通过大数据、云计算等信息和通信技术为手段所创造的商业模式。它通过对海量数据的处理和分析，实现与多样化需求的高效链接，产生新的经济价值。她同时指出，分享经济竞争是大数据、云计算等技术能力的竞争，有利于带动地方创新创业。

蚂蜂窝联合创始人陈罡在分论坛上也支持把发展分享经济与创新创业结合起来，他还建议政府引导企业更加大胆地创新。

“对于分享经济这种新兴商业模式，政府应该放手让企业更大胆地创新，政府只需做好引导工作，同时多关注分享经济偏负面的外部性问题。而新兴企业要本着‘资源共享、效率最大化’的原则，利用互联网，以更加高效、透明、客观的方式来运营共享平台。”

戴威则呼吁，企业共享经济平台要勇于承担责任，不要往后退缩，要往前走一步主动跟政府沟通。“分享型企业作为分享经济平台的运营者，在同政府交流过程当中，要相信政府。作为企业，不能认为政府制定的规则是在牵制企业发展。其实，政府制定行业规则的初衷就是以创新谋发展、促进步。”