

据《新京报》报道,再过4天,微信(WeChat)将迎来8岁的生日。超过10亿的月活跃用户,让其成为国内社交领域当之无愧的霸主。但社交霸主地位不是生来就有的,自它诞生之日起便遭到诸多对手的挑战,小米科技的米聊,网易的易信,阿里的来往,还有陌陌和飞信。然而,几年下来,微信依旧一家独大,其他的则逐渐消失。微信独大久矣,但不是没有人觊觎它的位置。眼下,就发生了剑拔弩张的紧张时刻。

1月15日,“微信之父”张小龙在广州发表完长达4小时的演讲之后6天,张一鸣的字节跳动、罗永浩的快如科技以及原快播创始人王欣的云歌人工智能,在同一天发布了自己的社交应用程序——多闪、聊天宝和马桶MT。这次三大“门派”仿佛提前商量好的,同一天发布社交产品,耐人寻味。就现状而言,三款社交产品都有自己的杀手锏,它们谁最有可能撼动微信地位,社交“王国”格局如何演变,现在言之尚早。

多闪、马桶MT、聊天宝 “群殴”微信?

张一鸣、王欣、罗永浩同一天推出社交新产品

A 市场涌入

三款社交产品同日齐发

如果有人提问:社交市场有多赚钱?2015年汇丰银行曾发布研究报告称,微信的市场价值估计高达836亿美元。一句话回答:微信占据腾讯一半的市值。一直以来,张一鸣的字节跳动都被视为腾讯最大的潜在竞争对手,其与社交布局有关的一举一动也最受关注。

1月15日,在社交产品发布会前,字节跳动对这一项目的保密,吊足了市场的胃口,以至于发布会前一晚,这一产品的定位和名称都没有流出。发布会当天,会场几近爆满,现场不乏行业分析师、投资人、产业链相关人士。

发布会上,抖音总裁张楠宣布字节跳动推出首款社交产品多闪,定位“短视频+社交”,并将以独立应用程序的形式运营。这意味着字节跳动系踏进了社交领域。

今日头条CEO陈林在现场称:“社交肯定是我们的重点,我在微头条上说自己对社交有想法,这(多闪)只是一个想法,春节后可能还有另一个想法。”这或许暗示字节跳动未来还将在社交领域有大动作。

把“微信之父”张小龙叫作“张大叔”的多闪产品负责人徐璐冉现场称,做多闪的原因有两个:经常想发一条状态前思后想之后放弃了,因为朋友圈变成了工作场,给用户带来了很大的社交压力;由于好友列表的不断增长,总是会错过最关心的人的动态,有了越来越多的点赞之交。她希望多闪可以是“一个无压且有温度的熟人社交产品,帮助用户缓解日益沉重的社交压力,找回日渐疏远的亲密关系”。

她重点介绍了多闪的“随拍”“世界”两个功能。随拍定位是72小时“阅后即焚”,强调时间属性,好友仅在72小时内可以查看。对于“世界”功能,徐璐冉称,是希望用户可以透过别人的眼睛,看到不同圈层的世界。

同一天,王欣的匿名社交产品马桶MT登场亮相。

马桶MT因王欣的身份而备受期待。一方面,这是他在出狱后的回归之作,大批希望“还快播一个会员”的网友对此热烈欢迎;另一方面,骨子里流淌着“产品经理”血液的王欣,希望借此新作再次证明自己。

在王欣眼中,马桶MT只是熟人匿名社交中的一个狭缝,打听消息亦是一个相对低频的场景功能,“机会就在狭缝里,狭缝中往往能够看到更大的一片天地。”在王欣看来,匿名社交是刚需,而且是一个已经被证明有需求的市场,但一直没有见到有产品做得很好,因此他决定下场参赛。

王欣打造的马桶MT,强调的是匿名社交产品,但它有着更加独特的功能:发红包打听消息。具体而言,用户可以在马桶MT上发布“悄悄话”,通过投放红包的形式吸引通讯录上的朋友回答问题。

王欣认为,这一功能是目前市场上并未出现的新玩法,有可能撬动庞大的潜在用户。

除了“悄悄话”,马桶MT的另一个主要功能是发起群聊,但群聊的时限只有一小时,时间结束后聊天记录也随之消失,可理解为是“阅后即焚”的临时聊天群。

如果说马桶MT是王欣东山再起的武器,那么子弹短信的更新可能就是罗永浩的最后一根救命稻草。

去年8月,罗永浩的子弹短信一经推出,便在App Store免费排行榜蹿升到榜首。罗永浩也高调宣布快如科技在短短6天时间内,就得到51家VC(风险投资公司)和7家科技巨头的战略投资部的关注。如今,子弹短信已经跌出App Store免费排行榜前200。

在增加一些新功能后,子弹短信已升级为“聊天宝”。记者通过内测版留意到,聊天宝主打“聊天赚钱”,其模式与头条有一定相似之处,即通过网赚的形式增加用户黏性。此外,聊天宝还有电商业,该业务目前由拼多多提供。



B 微信反应

多闪、马桶MT的域名均无法在微信中打开

在多闪的发布会现场,观众使用微信“扫一扫”功能扫描多闪二维码链接时,页面显示“已停止访问该网页”。记者体验发现,现场使用手机系统自带的扫码功能或其他软件的扫码功能可以正常登录网页,并下载多闪内测版。

记者就此向腾讯方面求证,对方并未以官方口径作出回复。

在多闪之前,马桶MT的下载页面也无法使用微信打开。

聊天宝随后也遇到了同样的情况。

1月14日,王欣在朋友圈表示,马桶MT的域名无法在微信中打开,其后他向记者确认,微信已经屏蔽马桶MT所有域名的分享功能。

有微信内部人士向记者表示,

通过浏览器打开马桶MT的域名,页面显示有诱导分享的宣传,属于违规行为。根据《微信外部链接内容管理规范》,通过利益诱惑(如红包),诱导用户分享、传播外链内容或者微信公众账号文章的,属于诱导分享行为,腾讯有权停止链接内容在微信继续传播、停止对相关域名或IP地址进行的访问,短期封禁相关开放平台账号或应用的分享接口;对于情节恶劣的情况,永久封禁账号、域名、IP地址或分享接口。

记者留意到,目前马桶MT已经将该页面下架,但其链接仍无法在微信内打开。

受访的社交行业分析人士和短视频领域分析人士认为,微信的

强大在于对人性和社交关系研究的深入,从这个层面上讲,短期内张一鸣、罗永浩和王欣对微信都没有挑战能力,他们只是希望通过社交来沉淀原有的流量、名气或者是资源,把原有的优势保持下去。但微信也只满足了通信功能、支付功能等刚需,就细分市场,比如老人社交、年轻人社交等,还是可以起量的。

陈林不希望微信把多闪当对手:“它(微信)是基础设施,我们不做这一部分,我们只是把亲密关系拿出来,像是做一个你的客厅一样。”

王欣亦表示,在即时通信领域里,一家独大的格局不会有什么变化,至少在短期内很难看到有产品能够取代微信。

C 市场调查

超八成受访者表示,愿意尝试新社交应用

“微信里的人已经太多了。”初入职场的女生刘佳说出了不少微信用户的心声,“朋友、同学、家人、工作全在一起,信息太多就会找不到,就不便捷了。”

记者针对120余名对象的调查显示,超过五成被调查者认为“微信让生活进入了生活圈”,近四成用户认为“日常生活太过于依赖微信”并且认为“微信几乎垄断了社交工具”;另外,有超过八成用户期待或愿意尝试新的社交应用。

随着微信用户的成长,每个人的朋友圈都在变得越来越复杂。“因为微信的存在,工作和生活很难分开,让我无时无刻‘被’在线。”1996年出生的叶九妹认为,“不是微信本身有问题,而是微信发展这么多年后,每个人的朋友圈都变得很冗余。使用体验正在变差。”

一直以“克制”为信条的微信,已经开启了商业化的脚步。无论是精准投放的朋友圈广告还是规模已经达到3000万的微商群体,无不在挑拨着微信用户的敏感神

经。“微信的广告投放得太精准了,让人有点不安。”微信用户杨先生说。

根据去年9月份的数据,微信平均日登录用户约7.68亿,其中95后占14%。同时,记者调查显示,年纪越小的用户,对新的社交产品的期待越高。

可以看到,用户期望看到微信以外的新社交应用出现,正如用户杨先生所说:“商家之争,必将受惠于使用者。”

(杨砾 陆一夫 白金蕾 马婧)