

O2O 社交平台的可行性研究

唐一笑

天津工业大学数学科学学院, 天津 300387

摘要: 随着中国城市化进程的加快, 人口的规模和密度都在不断增加, 人们对社交的需求不减, 但是人们在城市中的社会关系却越来越单薄。本文对大学生群体对于社交需求进行了调研, 得出结论: 大学生对社交生活的需求是旺盛的, 但是面临的三个障碍: 时间焦虑、心理障碍和经济困难。存在社交需求意味着社交平台的构建是可行的, 因此提出了 O2O 社交平台的构建想法: 利用互联网科技, 将线下社交的活动信息合理分发到需要的用户的视野中。并与其他品牌联合发起活动以及平台忠实用户激励政策的方式扩大平台的影响力和可持续发展能力。

关键词: 大学生群体; 时间焦虑; O2O 社交平台; 用户激励政策

中图分类号: G206

文献标识码: A

随着中国城市化进程的加快, 人口的规模和密度都在不断增加。然而, 由于城市社会的异质性和人口流动的加速, 城市中人与人之间的社会关系日益异化, 这使得城市在一定意义上成为一个“陌生人的社会”^[1]。人们在城市中的社会关系往往是浅薄的、短暂的、匿名的^[1]。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 45 期《中国互联网络发展统计报告》显示, 截至 2020 年 3 月, 中国互联网用户数量达到 9.04 亿, 比 2018 年底增长 7508 万, 互联网普及率达到 64.5%, 比 2018 年底增长 4.9 个百分点。一半以上的公民生活是网络化的。值得注意的是, 中国网民平均每周上网时间为 29.7 小时, 社交应用的使用率高达 86.9%。除了每天工作 8 小时和睡觉 8 小时外, 每个人每周剩余时间不超过 72 小时, 其中近一半的时间用于上网。

根据马斯洛的需求理论, 每个人都有社会需求, 社交网络已经占据了年轻人的日常生活。在信息时代, 文化交流变得越来越方便, 图片社交、视频社交、状态社交、弹幕社交、匿名社交、阅读社交等社交方式层出不穷, 极大地丰富了人们的社交方式^[2]。而这种在线社交方式的出现也极大地压缩了人们传统的线下社交方式。人们对信息技术的过度依赖引起了许多学者和社会的关注。面对城市生活中社会关系的异化和对网络联系的过度沉迷, 人们迫切需要从物质背后走出来, 重新面对精神交流^[3]。在数字时代, 我们需要把面对面的交流放在首位。因此, 如何创造一种良好的线下传播模式, 为线下传播提供一个方便多样的物质环境是非常重要的。

1 社交需求分析

很多学者都研究过人的丰富需求的层次和结构, 美国学者马斯洛的需求理论在这一领域影响很大。他认为人的基本需求可以分为五类, 表现为从低级到高级的发展水平。见下图, 可见社会需求是人的基本需求之一。满足生理和安全需求后, 社会需求就会成为强大的动力。人们想要友谊和信任, 寻求群体认同, 这是人们的归属感。社会需求是满足其他需求的基础和手段, 所以当社会需求得不到很好的满足时, 就会影响尊重和自我实现需求的实现。

本文对 18-22 岁大学生的社交需求进行调查分析, 采用问卷调查的方法。问卷调查样本量为 327 份。通过问卷调查, 本文总结了大学生对社交生活的需求, 以及大学生在参与线下社交活动时面临的三个障碍: 时间焦虑、心理障碍和经济困难。

问卷于 2020 年 9 月 1 日起至 2020 年 9 月 15 日止通过互联网发放。最后, 共收集问卷 327 份, 有效问卷 321 份。问卷分布在天津、浙江、北京、湖北、广东、湖南、内蒙古、福建、新疆、上海、云南、江苏等 25 个省市。人口统计变量分析如下。



图1 被调查者的性别比例

1.1 线上社交需求

随着信息技术的兴起, 互联网已经渗透到人们的日常生活和社会关系中, 为人们提供了便捷的社交方式和建立联系的机会。在本次调查的样本中, 超过三分之二的受访者有每天上网 3 小时以上的习惯。

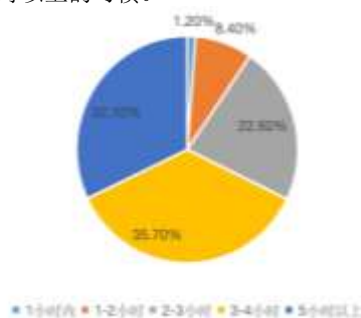


图2 每日平均上网时长

29.50%的受访者每天上网时间的 50%以上使用社交网络, 33.70%的受访者每天上网时间的 30%-50%使用社交网络。我们可以发现, 在线社交网络占据了绝大多数受访者的在线时间。

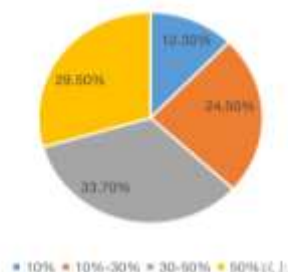


图3 使用社交网络的时间与每天上网时间的占比

在问卷调查中, 只有 3.21%的被调查者只与线下的朋友联系, 73.4%的被调查者表示网上联系是主要的方式。从这两个数据来看, 通过网络社交工具与朋友保持关系已经成为一种主要手段。也就是说, 在现实的社会生活中, 人们越来越不单纯地把网络当作传递和获取信息的工具, 而是作为与人交流的工具。网络已经成为传统人际交往的延伸和替代。在研究者和被调查者的过程中发现, 一方面是由于朋友之间的地理空间障碍, 另一方面, 网络传播为年轻人的人际交往提供了一种成本较低、方便的方式。相关专家也研究认为, 过度使用互联网耗费时间, 使人们远离积极的社会交往, 从而对社会关系和心理健康产生负面影响, 降低了人们对线下社会交往的渴望, 削弱了人们从线下社会生活中获得乐趣的可能性。

1.2 线下社交需求

在本样本的调查数据中, 只有 4.30%的受访者表示不需要线下社交圈, 77.90%的受访者认为需要线下社交圈, 17.8%的受访者持冷漠态度。这三个数据表明, 人们对线下社交的需求远远高于线下社交的实际比例。这也说明线下社交市场

潜力巨大。



图4 线下社交需求调查

为什么会出现线下社会需求却没有实践的现象?从样本数据中可以发现,阻碍线下社会传播的原因由强到弱依次为:第一是“没有时间”,第二是“没有合适的传播场景”,第三是“心理因素”,第四是“经济因素”。被调查者认为他们周围没有合适的社交场景,并不是他们周围没有社交活动,而是他们缺乏能够满足所有需求的社交活动。一般来说,由于缺乏时间、心理因素、经济因素、地点和活动形式等造成的社会障碍,都构成了他们认为周围没有合适的社交场景的心理障碍。

在样本数据中,线下社交的可接受往返时间在30分钟以内,占33.80%。也就是说,最普遍接受的往返时间是15分钟以内。假设用户使用公共交通工具参加活动,也就是说,大多数人接受参加活动的距离是2-3公里。

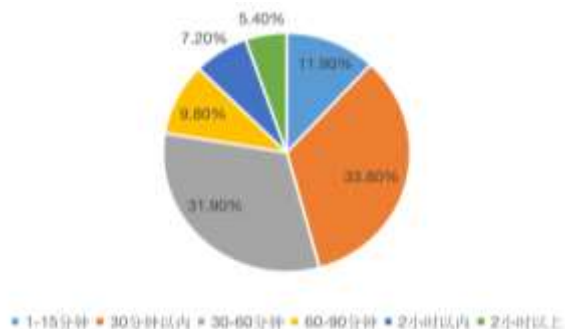


图5 能接受的参加线下社交花费的往返时间

在样本数据中,最能接受的费用是线下社交的费用,其中5-20元是大多数人选择的,占42.10%。只有4.60%的人愿意在网络社交上花费100元以上,这大大证明了大学生选择低成本的网络社交是因为经济压力。

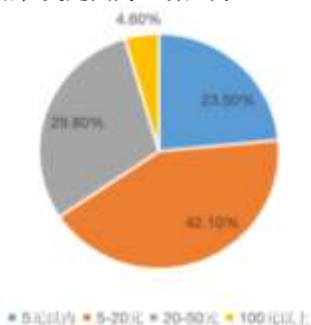


图6 能接受的参加线下社交花费的费用

心理方面的社会压力主要包括害羞、自卑、缺乏社交能力等,受访者往往从理性考虑的角度告诉自己“需要参加更多的活动,认识一些朋友”,但他们的行为受到心理因素的限制,因此很难迈出扩大社会交往范围的第一步。而当参与者被要求参与陌生人的活动时,就更难迈出人际交往的第一步。

2 020 社交平台的模式建构

由上文的分析,我们可以得出现有的线下社交场景和人们日益增长的线下社交需求存在矛盾。由于中国网民的数量已经高达64.5%,从线上引流到线下的方式的可行度愈发增大。“020”也就是“online to offline”,也就是前文所提到的线上引流到线下。

020 社交平台的模式可以大大利用互联网科技,将线下社交的活动信息分发到更多参与者的视野里。在分发线下社交的活动信息前,可以利用微信平台的用户分析功能,获取用户的年龄、地点等数据,发放适合用户年龄段,并且距离用户近的活动。

此外,020 社交平台本身的品牌知名度,直接影响了用户的信任以及参与度,因此在构建品牌形象的过程中可以多多与小有知名度的品牌联合发起活动,这样一方面借用了其他品牌的流量资源,另一方面也在构建自身的品牌影响力。在线下社交活动中,邀请行业的KOL也是一个扩大自身品牌的方式。

用户反馈的收集,也是优化平台自身的好方法,这需要020 社交平台定期处理后台数据以及定期访问忠实用户朋友,邀请忠实用户参与到线下活动的设计和规划中来,让平台 and 用户一起共建一个良好的线下社交空间,对于那些对平台有持续贡献的用户可以采取激励政策,保证活动的可持续发展。

3 技术可行性分析

目前主打线上线下社交结合的有“樊登读书”,该app的其中一个功能就是在线上发布活动信息,然后将线上用户引流到线下。这说明020 社交平台已经存在了,在技术上是可行的。但是“樊登读书”仅聚焦于读书领域的线下社交,这远远不能满足大众的需求,因此020 社交平台未来可期。

参考文献

- [1]阿鲁·萨特·拉切. 分享经济的爆发[M]. 周恂,译. 上海:文汇出版社,2017.
 - [2]罗宾·蔡斯. 共享经济-重构未来的商业模式[M]. 王芮,译. 浙江:浙江人民出版社,2015.
 - [3]雷切尔·博茨曼,路·罗杰斯. 共享经济时代:互联网思维下的协同消费模式[M]. 唐朝文,译. 上海:上海交通大学出版社,2015.
- 作者简介:唐一笑(1999—),女,汉族,浙江宁波人,天津工业大学数学科学学院2017级本科生,应用统计专业,研究方向为数据分析。
- 基金项目:天津市教育委员会2019年大学生创新创业训练计划项目:“小圆桌”心理疗愈平台(项目编号:201910058033)。