

一、社交产品的底层逻辑

属性：①即时通讯 (Instant Messaging)、②媒体 (Media) 与③交友 (Dating)

| 名称 | 分类 | 属性 | 方式 | 重心 | 例子 |
|------|---|---------|--------|---------|---------------------------|
| 社交媒体 | 依靠内容聚集而成的社区 (拥有独立于关系链的广域内容入口。即不依附关系链的个人内容搜索入口) | 媒体+交友 | 一对多广播式 | 内容+圈子 | 抖音、微博、哔哩哔哩、花椒 |
| 社交网络 | 基于社会属性聚集的社交 (依靠个体的社会关系建立) | 即时通讯+交友 | 点对点式 | 易用性+活跃度 | 熟人社交：QQ、微信 陌生人社交：陌陌、吱呀 |

1. **依靠自然属性聚集而成的社区**，人群被爱好、技能、颜值、趣味、性别等共同特质、共同属性所吸引后聚集。如抖音、微博、哔哩哔哩、花椒等。社区注重的是**圈子和内容**，形成圈子，高质量内容的产出，是培养社区氛围、驱动互动关系的关键。
2. **基于社会属性聚集的社交**，依靠个体的社会关系建立。如熟人社交微信、泛熟人社交QQ、职场社交领英、陌生人社交陌陌。社交注重的是**易用性和活跃度**，其中活跃度来自于精准的用户定位。

二、多闪定位

1. 需求：
 - 社交压力--费力维持的人设
 - 庞杂的社交网，多点赞之交
 - 亲密关系分享、深度聊天
 - 记录生活中的点滴

2. 功能与目的：

| 功能 | 目的 | 评价 |
|-------------------------------------|---|---|
| 随拍（72小时消失） | <ul style="list-style-type: none">“随” --> 随心所欲，降低展现自我的压力不必担心被“挖坟” --> 降低社交压力内容以人聚合，不是内容本身对发布者本身是相册 --> 记录生活点滴 | <ul style="list-style-type: none">朋友圈包袱存在于中青年，非全部用户压力来源于人和圈子，与表现形式无关拍摄视频本身带来压力，升高交流的门槛在app store定位一开始是摄影与录像，作为一个记录生活，分享生活点滴的平台挺不错的 |
| 没有公开的评论、点赞 评论直接进入私人聊天 能看到谁看过我 | <ul style="list-style-type: none">发布内容更随心所欲 不被赞数衡量价值 --> 降低社交压力产生更多聊天 --> 增进亲密关系的沟通谁看过我 --> 亲密关系 | <ul style="list-style-type: none">点赞就会进入聊天，反而不敢点赞，点赞是一种低成本的社交亲密关系的设定难带来用户增长 |
| 视频 | <ul style="list-style-type: none">让表达更亲密 | <ul style="list-style-type: none">视频能够跟好的传达表情、场景，但不一定是感受拍摄视频本身带来压力，升高交流的门槛文字已经能够很好的完成信息的传递。生产文字的成本低，速度快，表达准确。用户从文字中获取有价值信息，也是最快的。社交注重的是高效，不论是不是“熟人”、“最亲密”的人，图文依然会是主流再亲密的关系，也需要距离感，需要一点善意的伪装，视频增加了成本 --> 社交冷漠普通用户生产的视频内容质量参差不齐，影响用户体验 |
| 视频红包 | <ul style="list-style-type: none">红包不再冷冰冰 --> 增进亲密关系 | |
| 跳动的红心 | <ul style="list-style-type: none">代替“在吗” --> 增进亲密关系 | |
| 世界 | <ul style="list-style-type: none">你感兴趣的就是世界 | |
| 抖音登录 | | 抖音本身属于依靠自然属性聚集的社区产品，其社交关系是基于内容的弱连接，和亲密社交八竿子打不到一起去，很难想象要如何去沉淀亲密社交关系链。 |

3. 产品战略

- 对抖音存量用户的争夺：引入抖音的高黏度用户作为种子用户，将其核心用户群从其他社交软件中抽离出来，这才是多闪的核心使命。
- 第一次开放账号体系：账号体系是平台构建护城河重要的一步，app可以通过外接大型平台的账号迅速导流（微信、QQ、微博），同时，用户更加离不开平台，平台接受反哺。此时开放账号体系，是为日后头条系账号体系的全面开放铺路。
- 完善头条的商业化变现体系：在好友互动中引入“红包”、“钱包”等功能，并通过绑定银行卡进行变现，2018年头条加速了对金融领域的布局，APP上线“放心借”、“保险”等板块，用户银行卡和头条系深度绑定，也有利于其完善商业版图，减轻对广告变现的依赖。商业化变现体系的完善，为头条在电商、游戏领域的拓张留有了更多想象空间。

四、其他观点

- 可以发现，多闪通过主打降低社交焦虑的方式体现差异化，但也面临着诸如短视频聊天使用频次少，发布动态缺少“正激励”等问题。消除社交焦虑的一个结果就是社交冷漠，消灭“点赞之交”反而提高了用户交流的成本。后续开发团队需要在降低社交焦虑和增强社交参与感之间得到一个良好平衡。
- 在即时通讯之外，我们多了一个通讯录好友近况观察平台：QQ 对应 QQ 空间，微信则对应朋友圈。
- 移动通讯技术进步是抖音崛起的最重要客观原因。
主观原因则是：腾讯常年缺乏社交媒体。
- 事实上腾讯通过「微视」做「短视频媒体」和抖音通过「多闪」做「短视频即时通讯」是一种镜像关系，都是在尝试用自己的主要矛盾来强行孵化次要矛盾。属于简单线性外推