

即时通讯工具现状及发展方向探究

邢亚男

黑龙江职业学院 黑龙江 哈尔滨 150001

摘要: 即时通讯工具相比于其他网络软件而言,应用频率明显更突出,是目前非常流行的互联网通信工具。现如今,即时通讯工具已经逐渐取代电话聊天,渗透到各行各业的发展中,为了充分挖掘与应用即时通讯工具的价值,促进即时通讯行业健康、可持续发展,本文首先概述了现阶段国内常用的即时通讯工具,在此基础上就即时通讯工具现状开展了分析,对即时通讯工具的几个发展方向进行了探讨,以供参考。

关键词: 发展方向;即时通讯;现状;

互联网的快速发展极大改变了世界,新时期各领域发展均顺应互联网趋势实现经济与实力的进一步飞跃,通讯领域也不例外,依托互联网积极发展即时通讯事业,面对现代社会对即时通讯工具不断增长的使用需求,各大互联网公司相继推出各种即时通讯工具,为工作生活创造便利条件,为交流带来了更快速反应的媒介支持,给工作提供切实帮助。目前,国内即时通讯市场竞争越来越激烈,如何从实际出发找到即时通讯工具的正确发展方向,对于即时通讯事业发展具有重要现实意义。

1 现阶段国内常用的即时通讯工具概述

1.1 腾讯微信

微信在目前的即时通讯市场地位堪比霸主,它是 2011 年腾讯公司所推出的一款免费即时通讯工具,给智能终端提供了语音记事本、朋友圈、摇一摇等服务插件,该即时通讯工具支持通过网络跨操作系统平台、跨通信运营商免费(需消耗少量网络流量)快速发送文字、图片、视频、语音短信^[1]。数据显示,截止到 2016 年第二季度,微信这一即时通讯工具覆盖了我国超过 94% 的智能手机,2018 年 2 月,微信已经突破全球用户月活数 10 亿元大关,在发布的 2020 年全球最具价值 500 大品牌榜中,微信名列第 19 位,具有不可小觑的品牌价值。相较于 QQ 而言,微信的优势主要体现在以下几方面:

第 1, 微信具有更为简单的登录方式,用户可通过手机号注册或者 QQ 引入,不需要申请一个微信号,注册过程方便且简单,吸引了大部分微信用户。

第 2, 智能手机的出现以及迅速普及有力推动了微信发展,在没有微信之前的即时通讯工具市场,QQ 占据霸主地位,过去智能手机和 PC 尚未普及,QQ 的主力研发方向为电脑客户端,智能手机出现并流行后,人们上网的行为习惯逐渐从 PC 转移过渡到手机,微信恰逢这时诞生,迅猛占据市场份额。

第 3, 微信的各方面功能更加务实和简单,语音功能的推出深受青睐,用户不用打字便可直接用语音即时通讯,此外,附近的人、小程序等功能持续健全优化,既让用户更愿

意接受和应用微信,也丰富了微信的特色^[2]。

1.2 腾讯 QQ

该即时通讯工具目前已经覆盖了 Linux、Windows Phone、iOS、Android、iPadOS、macOS、QQWindows 等多种主流平台,具有 QQ 邮箱、自定义面板、网络硬盘、共享文件、点对点断点续传文件、视频通话、在线聊天等多种功能,能够连接多种通讯终端,是国内深受人们喜爱和流行的一种即时通信工具^[3]。最近几年,面对即时通信工具市场愈发激烈的竞争压力,腾讯 QQ 不断改进升级以及创新软件功能,2019 年“腾讯 QQ”小程序问世,此后用户可以在微信上接收 QQ 消息,2020 年腾讯 QQ 面对严峻的新冠肺炎疫情形势为助力在线教学顺利开展,PC 版更新“群作业”、“群课堂”等功能深受用户喜爱,助力开展在线教学。腾讯 QQ 即时通讯工具的出现,改变了中国人沟通的方式,这也为腾讯 QQ 在新业务、新功能等方面研究增加爱了客户粘性^[4]。

1.3 微软 MSN

微软 MSN 通过 Internet 连接到 MSN Messenger 服务器给用户提供服务,功能包括即时通讯、设置;联机状态、更改和共享背景、语音对话、使用网络摄像机对话、建立和建入群、发送照片和文件、移动 MSN 等,为了扩大市场,微软原 MSN 团队 2014 年正式对外发声 MSN 中国重新注册公司,将整合各种服务优势,逐步拓展微软旗下 skype、MSN 中文网等业务,2018 年微软重新上线已经关闭的 MSN 中文网(2016 年关闭),官微表示,在不久的将来,MSN 中文网将会有新 Prime 页面。

2 即时通讯工具现状分析

整体上来看,我国即时通讯工具的研发以及应用水平呈现不断上升趋势,更好的为用户提供了多样化、人性化服务,逐渐成为人们生活、学习、工作、休闲娱乐的重要组成部分,但是不可否认,目前我国即时通讯工具还选在一些问题,主要体现在以下几方面。

2.1 即时通信工具缺少联通关系

目前的互联网应用软件市场竞争愈发激烈,即时通信

软件作为其中重要组成部分,想要更好的发展与应用即时通信软件,就要做好软件之间的互联互通。然而,从实际情况来看,各大即时通讯软件尚未达到良好互联互通效果,在此状态下,用户只能选择和安装多种即时通讯软件,计算机空间被大量占用,加剧了资源浪费现象,亟待通过有效途径促进各即时通讯软件实现彼此的互联互通。

2.2 产品过于同质化

从现阶段国内即时通讯软件的使用功能来看,产品过于同质化的问题十分突出。一旦某公司研发并推出深受用户欢迎的一款即时通信软件,则会有很多公司跟风效仿,软件功能大同小异,缺少创新,尽管个别公司从模仿起步经过持续创新获取突破与巨大成就,但是仍旧有一些公司盲目模仿,这种现象十分不利于我国即时通讯市场的健康、可持续发展^[5]。

2.3 未清晰定位用户

过去,国内即时通信工具以休闲与聊天相结合的服务平台为软件用户主要定位,这种传统的定位在我国社会经济持续发展趋势下已经不够清晰与精准。现如今,即时通信工具用户的文化水平、收入、年龄相较于过去发生很多变化,因此对软件提出越来越多样化、个性化、差异化需求,只有及时发现和满足这些需求,才能够清晰完成用户定位,进而保证即时通信工具的进步发展。未清晰定位用户这一问题在我国即时通讯软件中普遍存在,需引起重视,结合软件实际情况明确目标用户突出工具特色,占据更大市场份额。

2.4 空间占据逐渐增大

国内即时通信软件为更好的迎合与满足用户需求,不断增加各种功能,导致软件空间占据量随之逐渐增大,从软件应用市场的安装包大小不难看出,软件身躯的持续膨胀问题普遍存在。

3 即时通讯工具的发展方向

3.1 共建共享,协同发展

即时通讯软件在今后的发展过程中,应走共建共享道路,增进软件的互通,给用户提供更快捷、简单、高效的服务,把握融合互通发展趋势,积极依托先进技术令软件之间呈现良好的开放状态,以达到协同发展整体目标。

3.2 重视差异,坚持创新

即时通讯软件想要市场中立于不败之地,获取核心竞争优势,打造产品特色,就要重视软件之间的差异性,坚持创新,不断用新功能、新服务吸引用户眼球,增加用户粘性,让软件具备越来越多差异性、独特性的服务功能,赢得市场与用户的青睐^[6]。

3.3 更互动性,更社区化

互联网应用中,网络虚拟生活为备受关注的热点方向,用户能够在网上进行与真实生活相似的事情,例如养宠物、买车、买房等网络生活,即时通讯工具被赋予了更互动性、更社区化的内涵,未来将会变成能够更好促进用户互动、生活的综合性平台。

3.4 更加稳定、更加安全

新时期,网络安全不容忽视,各即时通讯软件应提高对网络安全的重视程度,避免即时通讯工具被不法分子钻空子,给用户人身生命以及财产安全带来威胁。为了避免用户引思暴露、系统被病毒入侵、账号被盗等情况发生,着力研发更多安全可靠的防范措施,消除通讯工具的安全漏洞,保证整个软件体系安全性与稳定性。

3.5 融入本地,更社会化

即时通讯工具在用户使用后能够聚集一些人,此后发展方向应逐渐向着一种时尚潮流前进,着力变成一种社会文化现象。此外,顺应即时通讯工具应用范围需要不断延伸,同时个人属性持续加强,积极与本地化应用加强联系,将此方向纳入主要发展趋势,整合本地化资源后协同起来向用户提供更高的价值与更实务服务。

3.6 把握市场,谋求生存

2020年上半年,全球面临新冠肺炎疫情来袭,此期间即时通信行业实现较快发展,即时通信工具成为人们交流的主要渠道,雨有提升了软件用户活跃程度,

在企业即时通信领域,由于各领域、各行业对无接触办公环境提出了强烈需求,因此企业即时通信产品在疫情期间的应用愈加广泛,以极快速度增长市场用户规模,“Knock”、“飞书”、WeLink等企业级即时通信产品陆续对社会大众张开怀抱,面对着愈加激烈的市场竞争,各即时通讯工具更要全面分析市场,把握市场,在竞争中谋求更多生存道路。

4 结束语

综上所述,随着全球经济的发展趋势,当今社会呈现出信息民主化特征,即时通讯工具需把握发展机遇进一步改变人们的生活方式,在此期间不可避免的会遇到和存在一些问题,与传统的商业经济模式冲突,在创新与改进中产生新的商业模式,创造更多利益,在未来,即时通讯工具势必会覆盖更广、开发更便捷、应用更简单、资源调度更灵活、联系更加互通,给世界带来更多新惊喜、新改变。

参考文献:

- [1] 白雪竹,郭青.微信——从即时通讯工具到平台级生态系统[J].现代传播,2014,36(2):130-133.
- [2] 程小燕.即时通讯工具的影响因素分析——以微信为例[J].山西电子技术,2014,47(4):74-75.
- [3] 王艺蒲.即时通讯工具引发的四点担忧[J].科技风,2020,11(15):101.
- [4] 陈曦,陈琴.即时通讯软件在PBL课程在线教学中的应用[J].科教导刊,2020,5(21):43-44.
- [5] 顾吉雯.善用即时通讯工具QQ,构建小学竖笛混合学习模式[J].中国信息技术教育,2015,8(21):143-144.
- [6] 陈若愚,周佳.即时通讯软件的线上群组中用户参与行为及动机研究[J].人类工效学,2019,25(4):1-5,20.