

提升高校校园类 App 服务质量的路径探析

——基于 Easy-life 便民 App 的构想

张春梅 王洁 王琦 杨薛陶 文婷婷

(宜宾学院, 四川 宜宾 644000)

摘要: 校园类 App 是大学生进行大学生活的必备工具。本文基于高校校园类 App 的发展困境, 对大学生创新创业训练计划国家级立项项目 Easy-life 便民 App 的功能进行了分析, 提出了规范高校校园类应用市场的路径, 旨在优化大学生的软件使用体验, 更好地满足学习和生活的需要。

关键词: 高校校园类 App 服务质量; Easy-life 便民 App 构想; 创新创业

科技化时代的到来, 为我们的生活带来了许多便利和机遇, 近年来, 在国家政策、社会环境等多因素的作用下, 校园类 App 迎来了发展的黄金期。在校园类 App 快速发展的同时, 也暴露出了许多问题, 本文从高校校园类 App 的定义谈起, 结合校园 App 的发展困境和 Easy-life App 的功能, 探索高校校园类 App 发展的新局面。

一、高校校园类 App 的内涵界定

如今, 应用软件种类丰富, 办公类、通信类、影音类多种多样, 大学生作为互联网时代的主要参加者, 自然是各有涉猎, 那么, 是不是大学生有所使用的应用软件都是校园类 App 呢? 为了增强信度, 本文的论证将高校校园类 App 定义为: 以提升大学生学习效率或便利日常生活为目的的应用软件。从定义中可以知道, 高校校园类 App 的用户以 18-22 岁的大学生为主, 它们的功能都在某种程度上反映了大学生的生活需求。

二、高校校园类 App 的发展困境

(一) 校园 App 评分持续走低

对于一款 App 来说, 满足用户的定向需求是首要任务。以应用商店中的软件评分做参考, 大部分校园类 App 是没有达到这个要求的, 尤其是许多学校强制性下载的应用软件, 评分更是惨不忍睹。一方面, 强制下载生发了学生的抵触情绪。出于学校发展需要或是教师的教学要求, 学生往往被要求下载各种并非本意而安装的软件。在完成学校要求的任务后, 这些软件最终都难逃被快速卸载的命运。另一方面, 许多开发商过于重视软件的盈利。市场上优质的教育类软件诸如新东方大学考试、得到等, 核心功能都需要用户付费才能体验, 同时, 为了获取更多的收益, 这些软件无一例外会向用户推送大量的广告。多种因素的综合作用导致校园 App 评分普遍偏低。

(二) 用户活跃度、忠诚度不高

如果你在微博广场中询问什么软件记单词的效果比较好, 那么, 你收到的回复极有可能是五花八门的, 比如扇贝单词、不背单词等, 我们难以评说究竟哪一款才是最优的, 因为它们的功能虽然重叠, 但也各有不同。一方面, 量多质同的应用软件极大地分散了客流量。另一方面, 校园类 App 的更新换代很快, 很少有校园类软件在大学生毕业后还能留在他们的手机存储空间。一般情况下, 用户容易先入为主地认定最早接触的某一类别的首款 App, 但随着社交软件和影音软件的快速崛起, 新兴软件和优质软件也更容易被用户接受。在低成本的宣传下, 用户活跃度和忠诚度表露出一些矛盾。

(三) 较低的行业壁垒引起了低质 App 的滥觞

一方面, 许多优质软件工程师被腾讯、字节跳动、百度等顶级高科技公司收入麾下, 一门心思将研发投入到大学市场的开发商少之又少。另一方面, “互联网+”大学生创新创业大赛、“创青春”全国大学生创业大赛等竞赛活动的大肆举办, 掀起了国内

外创新思维的充分涌流, 不过限于专业知识的匮乏, 许多创意只能落地不能开花, 或是营养不良结不出果子, 又或是结出的果子品质欠佳。总而言之, 就是具备软件研发能力的软件工程师不了解大学生的需求, 了解大学生需求的人仅有创造力, 将天马行空的想法付诸于实践的操作能力欠佳。

三、Easy-life 便民 App 的功能简介

Easy-life 是基于满足宜宾学院等具有类似校园环境的高校学生发展需求而设计的便民软件, 它深挖学生需求, 涵盖“云 offer”“回乡的车”“食堂外卖”“美好食光”等功能, 这些功能都与生活息息相关。Easy-life 不以营利为目的, 旨在通过依托学校设施, 整合学校资源, 实现资源的优化配置, 为学生的学习、生活提供便利。

(一) 云 Offer

得到一份好的工作是多数学生的最终诉求。基于许多大学生就业信息来源窄、前期兼职经验与职业目标不相符、职业规划不明确等问题, 此项功能应运而生。“云 offer”这一模块的功能就是有针对性地及时更新各类大赛的活动信息, 以及各大用人单位的招聘信息, 通过前端的筛选和整合, 帮助学生省略一些徘徊和迷茫的时间, 并定期推送时事文章和感悟, 不断提升大学生适应社会的能力。同时, 在线上线下发布圆桌分享会的主题, 有兴趣的同学可以主动报名, 通过每周的分享, 学生相互促进, 减轻对于工作的焦虑感, 并在思维碰撞中开阔大家的视野。

(二) 回乡的车

“回乡的车”这一功能主要针对于目前大学生远距离出游的交通工具仅限于某一单一方式而建立。随着经济和技术的不断发展, 交通工具逐渐成为日常生活中必不可少的工具, 车辆大大拓宽了我们的生活半径。小汽车、大巴车、高铁、火车……可供大学生选择的出游方式多种多样, 不过在实际生活中, 大学生往往是根据自己的需求选择一种出游方式后不再改变。每逢节假日, 学校万能墙上拼车的消息总是风靡一时, 但最终的解决率往往不高。因此, 在“回乡的车”模块中, 录入出租车的信息、引入客车等交通工具的信息, 同时, 该模块提供高校所属城市各个站点地址的详情和车次信息查询的功能。用户既可以在上面自由发布拼车消息, 也能在输入目的地时, 智能推荐出行方案, 让学生们经过大学四年不再仅仅只坐过一种类型的交通工具回家、出游, 而是在更多地选择中体验生活的新鲜感。

(三) 美好食光

随着生活水平的提高, 人们对饮食的追求早就从吃饱转变为如何吃得更方便、如何吃得更好。高校中大多都是以班级和寝室为团体的集体生活, 一起做饭能享受到更多的趣味, 大学里很多学生会萌生出自己做饭的想法。在校外, 日租房会提供简单的厨具用品。一些学生会部门和寝室在聚餐时会选择到日租房去做饭,

“美好食光”功能就是将日租房“搬”进了学校。通过向学校申请场地，将一些空闲空间作为课后休闲、平日做饭的地方。Easy-life 中录入场地信息后，学生可以在软件上清楚地看到场地剩余情况，进而预订房间。

除以上列举的三项功能外，针对食堂的拥挤情况，设计了在 Easy-life 上进行食堂点餐，招募学生送餐的“食堂外卖”服务；针对购买的书籍利用率低、需求量大的问题，构想了线上线下相结合的信息共享平台，通过在线上平台注册，预定图书，学生可就近选择服务站点免费借阅图书，在图书漂流中分享知识与感悟信任，达到延伸图书社会效益的作用；针对每年毕业季大量卖出和买入的需求，Easy-life 提供二手转卖服务；为满足学生扩充自己知识框架与体系的需要，构想了“共享课表”模块，帮助学生快速锁定感兴趣课程的时间、地点及授课教师，既注重兴趣培养，又兼顾造就全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人的任务。

四、浅析提升高校校园类 App 服务质量的路径

总的来看，Easy-life 是一款基于大学生需求而设计的集学习与生活服务于一体的便民 App，作为一款完全免费使用的校园类应用软件，在很大程度上规避了校园 App 在发展过程中面临的竞争劣势。同时，作为着眼于大学生现实需求与发展需求的垂直 App，又能使它更易于赢得学生的青睐。同商业化的 App 相比，它对学生的关切更深，和同类别的校园 App 相比，它的功能又有许多创新之处，经专业团队研发投入市场之后，能够拥有一个较为可观的发展空间。现基于 Easy-life 的创意构想，对高校校园类 App 提升服务质量提出一些解决路径。

(一) 高校应在校园 App 研发领域承担起服务者和奉献者的角色

手机作为一个高度私人化的工具，大学生个人理应享有对它的高度支配权，高校要做的是带领学生研发适于他们使用的优质应用软件，而不是强制要求他们下载不需要的 App。目前市面上接受度较高的校园类软件普遍是由专门的软件开发和教育信息技术公司开发的，兼顾共性而缺乏个性。站在纵向方面把所有高校分门别类，发展真正具有针对性、与学校实际紧密相连，具有学校特色的校园 App 少之又少。这就导致很多软件的功能不能得到学生们的全部应用，要想满足需求，需要下载多个 App，增加了学生的负担。有部分高校依托云计算，开发出了“智慧校园”，但经常由于登陆人数过多而造成网络拥堵，使得师生体验感较差。同时，大学生容易对这些网站产生功能固着，难以提起兴趣主动探索“智慧校园”的其他功能，导致使用频率较低。因此，学校应充分利用好学生这一资源，收集创意、因地制宜地研发具有学校特色，符合学校实际情况，适合学生使用的特色化 App。

(二) 从综合 App 向垂直 App 转型

垂直 App 指将注意力集中在某些特定领域或某种特定需求，提供有关这个领域需求的全部深度信息和相关服务。像 Easy-life 这一高校校园类 App，它的功能全部为大学生所设计，有效性强，用户的黏性会比综合类 App 要高。在市场的挤压下，为延长产品的生命周期，已经出现了应用软件向公众号、小程序转型的趋势，这些公众号和小程序普遍呈现出功能单一、操作简单的特征，能够满足用户的基本需求，与功能单一的小程序相比，内容丰富的 App 往往对喜欢猎奇的大学生更有吸引力。

高校校园类 App 要取得长远发展，不能好高骛远，幻想一口气吃成一个胖子。实际上，Easy-life 在设计之初也没有考虑到垂直 App 功能的相互衔接，没有对功能进行细化的分类，只是对高校学生的需求进行了堆砌。从长远来看，垂直 App 应是高校校园

类应用软件的开发方向，它的发展应该是功能合而为一、高度整合，向某一领域纵深发展的能够实现精细化操作的个性化服务平台。

(三) 规范 App 市场准入制度，提高校园类 App 准入门槛

高校校园类 App 服务质量的提高离不开市场的监管。创新创业大赛的举办营造了人人皆可创新、皆能创业的氛围，各高校为了提高大学生创新和创业的意识能力和促进学校的改革和发展，都强烈号召甚至是强制要求学生参加比赛。比赛主办方和各校的出发点是好的，但在落实以赛促学、以赛促创的过程中总是出现偏差，导致许多学生在参加活动时没有遵循自愿原则。而软件开发则是大学生们较常想到的创新点，这种被逼出来的创意质量往往是不高的，立意同质化、内容同质化的现象较为经常，有些已经存在的软件，经参赛者换一个名字后便完成了他们的“创新”。在进行策划书审核时，各方也没有做到严格要求、考虑实际情况，使得许多完全不成熟的项目也轻松地得到了立项或奖项。

创新虽然是人人可行的，但创新创业大赛管理的松散很大程度上降低了创新创业的门槛。互联网网络的快速发展，使得许多人盯上了应用技术红利这块大蛋糕。过于重视软件盈利、质量不高、功能重叠的软件层出不穷。一方面，互联网巨头擅于迅速复制新兴软件快速入局，扰乱了应用软件发展市场，另一方面，较低的行业门槛引起了同功能软件和低俗软件的滥觞。要实现高校校园类 App 的转型提质，相关部门需要完善市场准入制度，提高其准入门槛，督促市场主体完成对自身产品的整合与升级。

(四) 把握好创新这个第一动力

软件运营要取得成功，就必须抓好创新这个关键点。在大环境下来看，提到外卖软件，我们会想到美团、饿了么；提起短视频软件，我们会想到抖音、快手；谈到音乐播放类软件，QQ 音乐、网易云的名字一下就出现在我们的脑海中。可见，在 App 市场内，呈现出了一种较为稳定的发展态势，但在各个领域内，创新软件刚刚投入市场时，都引起了用户的极力支持。例如“哈喽出行”这一品牌，就抓住了分布广泛的自行车迷这一巨大群体，在短时期内便完成了项目的推广和深耕。

于高校校园类 App 来说，开发团队必须明白自己的软件定位。你所构想的软件是为了用户更好地享受生活，还是仅想从中获利，即使两者可以兼得，在研发之初弄清策划理念也是非常重要的。创新与创意来源于对生活细枝末节的深入思考，即使如今我们的生活已得到了极大的便利，也仍留有一些可供我们拓展的创新方向。Easy-life 也是在对大学生生活的反思中，完成了其自身功能的创新，研发校园类 App 必须要以人为本，纵深创新，才能有效提高产品的核心竞争力。

五、结语

Easy-life App 是集自我提升和休闲娱乐于一体的垂直应用软件，体现了高校校园类 App 的发展需求。立足学生自身发展的需要是校园类 App 的初心和使命，大学生在应用软件的选择上，反映了他们的日常需求，制作 App 需要顺势而为，将更多的心思花在系统的完善升级上。市场的发展势必会推动 App 的转型升级，不过，任凭局势变化，以创新为引领，向垂直 App 转型、加强市场监管等措施始终都是提高高校校园类 App 服务质量的题中应有之义。

参考文献：

[1] 于卓，高宜抒，荣珂. 关于大学生校园生活服务 APP 软件平台设计构想——以“在校园”项目为例[J]. 轻工科技，2021，37(05)：94-95+168.

课题基金：获得宜宾学院国家级大学生创新创业训练计划项目基金支持（项目编号 202010641036）。