



創始人：
錘子科技 CEO
羅永浩，2014年發
布錘子手機

產品定位：
結合電商、信
息流與聊天，獎勵
性社交，子彈短信
升級版

亮點：

- 領錢：用戶通過完善個人資料、聊天、閱讀賺取金幣，兌換現金
- 主張用戶分層：不在意返現的用戶可關閉「返利」按鈕，應用界面僅剩聊天、新聞、圈子三個欄目

潛在問題

資金緊張：用力過猛背後，是錘子科技陷入裁員、資金鏈緊張、拖欠供應商貨款傳聞

現狀

遭封殺：屏蔽微信上分享鏈接，及朋友圈二維碼

對封殺回應：

羅永浩在發布會上表示，今天三款軟件都被微信封殺，為了記住這一天，他專門做了一個網頁（20190115.t.tt），可以下載三款軟件



創始人：
字節跳動 CEO
張一鳴

產品定位：
對標微信朋友圈，是抖音私信功能的升級產品。相當於中國版 Snapchat，緩解社交壓力

亮點：

- 隨拍：類似Instagram的story功能。所有隨拍在72小時後變為私人可見
- 無公開點讚、評論等功能

潛在問題

受制於人：套用微信關係鏈拓展用戶，難得到騰訊方面全部開放

使用習慣弱：可能用戶並無用視頻即時通訊的習慣。年輕人使用群體規模未知

現狀

遭封殺：邀請微信好友鏈接及二維碼下載鏈接在發布會舉行同時被屏蔽

對封殺回應：

今日頭條CEO陳林稱，希望微信不要把多閃當作競爭對手。多閃不是即時通訊，「不是跟微信競爭的，我們做的是一款熟人社交產品」。



網羅萬象

「三英」戰微信 旋被封殺 霸主難撼

騰訊靠社交起家，目前微信月活躍用戶已破10億，但此次三家公司想瓜分社交紅利，定位既有陌生人社交也有熟人社交，來勢洶洶。

「馬桶MT」主打匿名社交；「多閃」主打熟人視頻社交；「聊天寶」作為「子彈短信」升級版，主打獎勵性社交，用戶可聊天賺錢。

但「三英」反手即被封殺。14日晚，「馬桶MT」放開註冊不到一小時就被騰訊封鎖。15日發布會，三個App上線就被微信「已停止訪問該網頁」。

此前，騰訊對類似事件回應，「只對鏈接進行防刷屏設置，並無屏蔽一說。」《微信軟件許可及服務協議》規定，「不得利用微信帳號或本軟件及服務製作、複製、發布、

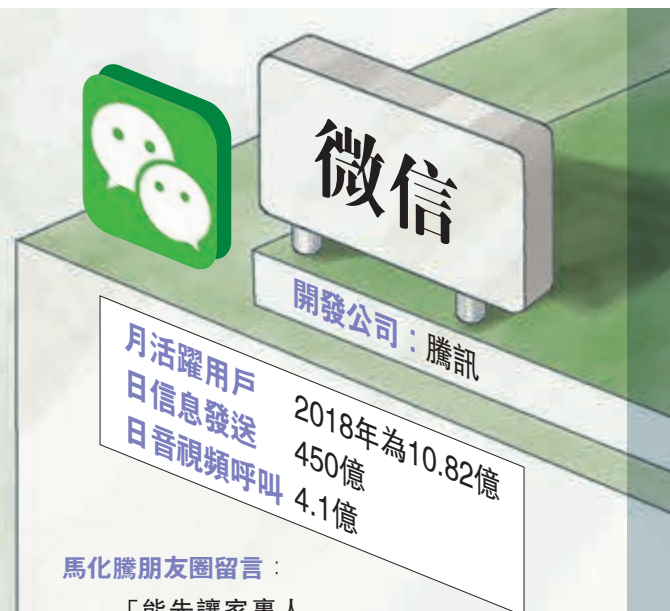
傳播如下干擾微信正常運營。」但干擾的界定，只有微信自己說了算。

「生殺大戲」 網友徒嘆無奈

「吃瓜群眾」聞到火藥味，逾65萬熱搜的「三款App宣戰微信」話題引爆網絡。有網友將事件總結為一出生殺大戲：「三個分別名叫馬桶MT、多閃、聊天寶的傢伙相約去戰一個叫微信的大佬，被大佬一人戰翻在地，全劇終」，調侃之餘，不少網友也對微信獨大局勢無奈。

微信上線第八個年頭，成了人們過度社交的原罪。大家一邊罵微信，一邊仰仗它沉澱的社會關係。社交App頻現催漲人們渴望看到新選擇的情緒。但除了微信，我們還有更好的社交選擇嗎？

（綜合中國基金報、太平洋電腦網、機鋒網、快科技、新浪科技）



馬化騰朋友圈留言：

「能先讓家裏人都用了再說吧。」

隨後補充「負能量匿名東西都是鮮明的反對，沒得說。」

根據微信公眾號36氪的相關文章，他們已求證騰訊方面，留言均為真實



馬化騰

回應封殺三款APP的質疑

●針對騰訊有意「封殺」三款社交APP的質疑，騰訊公開總監張軍於16日回應，沒有哪個領域是誰的專利，要用產品說話

●張軍評價三款產品，「拿堆紅包出來騙用戶下載、留存，也好意思叫產品。」



創始人：

前快播創辦人王欣。2014年因涉嫌傳播淫穢物品牟利被起訴，入獄3年6個月。刑滿釋放後創立雲歌智能

產品定位：

建立人與人之間基於場景需求的短連接，緩解社交壓力

亮點：

- 直接群聊，比較有利於早期用戶間互動
- 所有內容留存一小時，發言風險降低

潛在問題

內容監管：匿名導致軟件內誹謗及色情內容傳播，王欣表示，公司會進行人工干預，並通過人工智能系統過濾有害信息

政策紅線：2017年6月，《中華人民共和國網絡安全法》出台，規定網絡運營者應要求用戶提供真實身份信息

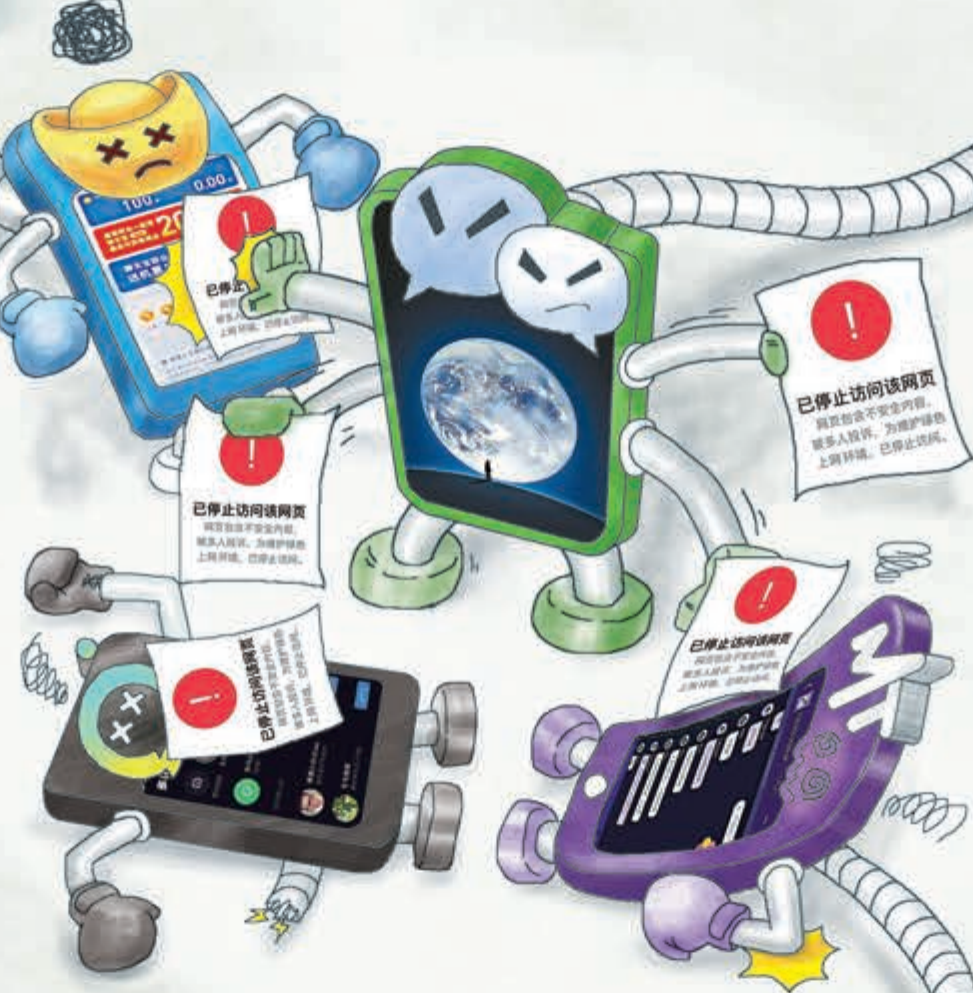
現狀

遭封殺：14日，馬桶MT微信上分享鏈接被封，平台微信充值無法正常使用，隨後在短信渠道也受騰訊大王卡封殺

由於用戶超過服務器負載能力，致無法正常使用，產品從官網暫時下架

對封殺回應：

王欣表示，與微信定位完全不一樣，目前在和微信溝通，今後也會尋求解決辦法



網友吐槽

@ guooooo_guooooo
福建廈門：

「哪天你說了事實但對騰訊不利的消息而被封殺，那將會是何種境地。微信封行為已經演變成霸權災難了，騰訊應該被點名」

@你餓了吧：

「以後難道和朋友說『我們馬桶上聊』『我發馬桶給你』?」

@Kyllin渡_KB：

「多閃挺不錯的，下載體驗了，跟一個網友聊得蠻舒服的，最後下線我們互相留了微信號。」

@FengJingya：

「我的錘子手機居然搜不到聊天寶、子彈短信，打臉的節奏。」



移動互聯時代到來

iPhone4發布 6月

kik應用登陸，37天後，小米發布中國第一款模仿產品——米聊 10月

2011年

1月21日 微信上線

4月 米聊借鑒香港Talkbox，率先推出對講機功能，微信跟進。米聊服務器容量不夠，用戶掉線

7月 米聊退出與微信競爭

2012年

4月19日 朋友圈上線，手機熟人社交圈正式出現

網易和中國電信推出移動即時通訊產品「易信」。短暫熱潮後，用戶熱情淡退 8月

9月 阿里推出熟人社交產品「來往」，但並沒找到對抗突破口

2014年

春節，微信紅包上線，微信支付用戶數量直逼支付寶

社交焦慮引來虎口奪食



微信誕生的八年，亦是內地社交生態翻天覆地的八年。去年微信月活躍用戶超10億，可以說，每個時刻，都有人打開微信，點擊朋友圈查看動態……微信打破時空限制鏈接人際，卻也將我們推入社交焦慮。

第一次見面，掃碼加微信，已成現代社交常態。在職場，領導拉個工作群，通過群組加上每個同事、生意夥伴，從此成為躺在好友列表裏「熟悉的陌生人」，甚至有公司要求員工24小時微信在線，兩小時回覆信息。在學校，老師設立家長群，發布學生家庭作業和課堂表現。彷彿拿起手機，就有無窮

無盡的信息轟炸，微信早已模糊返工和放工界限。人們發朋友圈也不再隨心所欲，社交壓力讓他們不敢表達真實感受。想了解剛認識的新朋友，或者想看看老朋友們最近過得如何，下拉朋友圈卻發現被設為「僅展示最近三天朋友圈」，如同當頭被澆冷水。有情緒或感懷想紓解時，大多年輕人也要經歷思想鬥爭和社交焦慮，選擇是否咬文嚼字維持「人設」。負面情緒經過層層包裝，到朋友圈就成了歲月靜好。

「社焦」帶來的不僅有壓力，還有產品經理的商機。15日，「馬桶MT」、「多閃」、「聊天寶」三個社交APP齊發，結成「挑戰者聯盟」，頗有圍剿微信的氣勢。在中國博客教父方興東為競爭拍手叫好時，三應用在微信傳播渠道被封鎖。且不論「三英」能否成功虎口奪食，至少這驗證針對社交焦慮的創產天地還有機會和紅利等待瓜分。