

# 社交 網絡

Facebook大行其道，  
Twitter令人欲罷不能，  
但未來的社交網絡世界  
又誰領風騷？



短短數年間，網上社交網絡迅速發展，普遍程度直追電郵或網上搜尋器。Facebook自二〇〇四年創辦以來快速成長，在全球各地吸引了超過三億五千萬名用戶，與微網誌服務Twitter雙雙成為過去十年間最受歡迎的社交網站。

如同電郵服務和網絡搜尋的趨勢一樣，用戶現在不再局限於桌面個人電腦，而可透過具備上網功能的流動電話存取網上社交網絡應用程式。IDC亞太區新興科技研究部市場分析師Debbie Swee說：「在大多數亞洲國家，流動電話的普及程度較電腦為高，因而直接推動以流動電話登入社交網站的潮流。」

根據Facebook的統計，目前全球有超過六千五百萬名活躍用戶透過流動設備登入Facebook網站，而透過流動設備使用Facebook的用戶，活躍程度較不使用流動設備的用戶高出近一半。Twitter的流動用戶體驗設計師雷奇斯說，透過流動網站登入Twitter戶口的用戶不計其數。Twitter



# 新星



二〇〇六年成立，至去年底，全球用戶數目據報已超過六千萬。

網上社交市場的發展步伐永不停歇，那社交網絡未來將會出現甚麼局面？我們現正處於發展曲線的哪個階段？社交網絡的用途已不再局限於跟好友和名人保持聯繫，商界也正積極探索如何透過社交網絡應用程式提升推廣效益和增加收入。能夠改善客戶關係管理的應用程式將主導這個趨勢。



最近在牛津大學舉行的一個研討會指出，社交網絡未來的發展關鍵並非在於交友結誼，而在於如何過濾資訊。目前市場上已有足夠的社交網站滿足所有獨特需求，但如何運用流入網站的大量資訊，才是人們剛剛開始探討的一個課題。



LinkedIn創始人霍夫曼畢業於史丹福大學和牛津大學，獲哲學碩士學位。他在該研討會上指出：「我認為社交網絡對人們生活的影響才剛剛開始。」他又提醒與會



人士，流動電話如何由銀行家的通訊工具演變成人們日常生活的一部分。他說：「我認為網上人際關係能豐富個人的生活和工作體驗，也許有人會奇怪誰會需要這些無用的資訊，但事實上有些資訊就像雪糕，儘管缺乏營養，人們還是一樣喜愛。」

無論社交網絡未來的發展方向如何，亞洲的流動用戶肯定會對其前景發揮日益重要的作用。IDC曾於二〇〇九年調查過區內十五至三十五歲的社交網絡用戶，結果顯示流動設備有潛力超越電腦，成為用戶首選的社交網絡連接設備。在中國、印度、韓國和泰國等國家，超過半數受訪用戶已有每星期透過流動設備登入社交網站的習慣。

領先的電訊網絡營運商在其他市場上也積極推動流動社交網絡的發展。和記電訊香港控股有限公司在香港和澳門經營3流動電話網絡，並率先在香港開辦以流動手機登入社交網站的服務。

和記電訊香港控股內容管理主管何偉榮先生說：「二〇〇六年，我們成為首家透過一系列手機提供Windows Live和雅虎訊息服務的營運商，一年後，我們再次引領市場，推出Skype流動服務。」

作為全港規模最大的3G網絡服務供應商，3香港推出全球最先進、專供社交網絡之用的流動電話INQ<sup>1</sup>，推動亞洲流動社交網絡的發展，故被媒體譽為「Facebook手機」。何先生說：「在香港，最受歡迎的社交網絡應用程式是Windows Live訊息服務和Facebook。」

和黃旗下的英國公司INQ Mobile設計多款低成本流動手機，提供一鍵式「永久在線」介面，可隨時接駁網上社交網絡、電郵和訊息等功能。除Facebook和Skype功能外，INQ<sup>1</sup>還內置其他使用簡便的互聯網應用程式，包括購物網站eBay及搜尋器谷歌和雅虎。

為加強推廣流動社交網絡，3香港去年十月推出被媒體譽為「Twitter手機」的輕盈INQ Mini 3G手機，用戶可採用服務供應商的短訊服務，透過互聯網而非網誌系統發送每個最多一百四十字的文本（tweets）和進行回推（re-tweet）。INQ Mobile的創辦人兼首席執行官米肯說，公司正與Twitter合作開發一種流動電話程式，讓用戶永久連接線上服務。



自二〇〇八年推出以來，INQ Mobile已經在全球各地售出超過一百萬具手機。該公司的產品匯聚先進的社交媒體功能，而且價格相宜，有助流動網絡營運商提高大眾市場的數據使用量。米肯說：「我們是推動手機社交網絡的先驅。」他認為，建立INQ品牌的關鍵，在於堅守強項、



根據**Facebook**的統計，  
目前全球有超過六千五百萬  
名活躍用戶透過流動設備  
登入**Facebook**網站



## Twitter二〇〇六年成立， 至去年底全球用戶數目 據報已超過六千萬

不斷求進，這與黑莓製造商加拿大Research In Motion的理念如出一徹。

黑莓無線手機系列率先推出電郵推送服務，贏得市場肯定。推送服務是指提供「永久在線」功能的電郵系統，讓用戶透過服務供應商提供的個人戶口或公司提供的員工戶口收發電郵。



米肯指出，平均有六成五的INQ用戶使用Facebook，當中大部分用戶每天登入一次或以上。約三成用戶經常使用INQ手機收發電郵，而用戶使用Windows Live訊息服務的活躍程度也較其他3G手機用戶高出三至四倍。

INQ的手機讓用戶輕易連接社交網絡，而且成本低廉，其帶來的龐大數據使用量，可提升營運商的利潤和平均用戶收入，並可降低手機補貼和網絡負載成本。米肯表示：「我們已徹底打破高級智能手機的壟斷，讓所有人都能輕鬆享用到精彩的流動互聯網功能。」

然而，網上社交網絡應用程式發展至今，已經超出作為通訊工具的功能範疇。電訊網絡營運商可開發社交媒體程式的強大功能，支援自動化商業應用，例如客戶關係管理系統，同時取得企業界更高的數據使用量。米肯說：「這個市場將出現很多創新發展，企業界很快便可享有更加切合本地需要的特定社交網絡功能。」

去年十一月，雲計算服務供應商Salesforce.com在美國推出高科技行業首個安全企業協作平台「Salesforce Chatter」。該平台將於今年投入商業運作，為企業的客戶關係管理系統用戶服務，協助用戶設置熟悉的社交媒體概況、狀態更新、新聞資料、群組關係和連接；用戶可透過桌面電腦或流動電話使用該服務。

在本地市場方面，何先生指3香港正準備向中小企積極推廣INQ的社交網絡工具。他說：「因此，我們對全新INQ Chat 3G的發展潛力十分樂觀。」

INQ Chat 3G上月推出，以配合消費者和營運商對QWERTY式鍵盤INQ設備的需求。該手機配備二點四吋熒幕、三百二十萬像素自動對焦攝影機、內置全球定位系統支援服務，以及主動式通訊錄以顯示用戶聯絡人在辦公室、家中和社交網絡的活動狀態。

該手機還包括由INQ開發的全新電郵客戶端軟件，整合免費的Gmail手機電郵功能，節省一般由營運商承擔或轉嫁消費者的電郵推送費用。此外，該新型號還配備Facebook、Skype、Twitter和各種訊息應用程式。

何先生預期，香港人對社交媒體的接受程度將逐步提高，連本地政界人士和教育機構也像年輕潮人一樣，愈來愈喜歡透過線上社交網絡交流意見、聯絡世界各地友好，以及進行他們有興趣的活動。 

下圖：  
INQ Mobile已經在全球各地售出超過一百萬具手機。

