

MSN海外“退休” 中国市场颓势难掩

戴宇

曾在全球风靡一时的网络即时通讯工具MSN将停用?

前不久,美国微软公司宣布,将于3月15日正式关闭旗下网络通讯软件MSN。除中国内地之外,MSN的1亿多用户将被整合到Skype的网络服务中去。尽管微软称在中国市场,MSN产品将不会进行整合,MSN服务也不会受到影响,请用户继续放心使用,但据了解,自MSN即将关闭的消息传出后,至今已有数千家中国企业选择停用MSN,转投其他企业级国内即时通讯产品,而且这一现象正在持续发酵。

“被遗忘”的MSN

MSN(全称:Microsoft Service Network,即:微软网络服务)由美国微软公司在1995年8月推出,1999年因加入了免费即时通讯(Messenger)应用功能后开始广受全球网民欢迎,开通的前6天便吸引了70万用户。通过该应用,用户可以与亲人、朋友、工作伙伴在网上进行文字聊天、语音对话、视频会议等即时交流,还可以通过网络即时传送一些文字或图片文件。

在2005年MSN(中国)公司正式成立之前,MSN的即时通讯业务就已经通过代理的方式在中国开展数年,但因为政策因素,MSN门户网站、无线增值等业务推广一直受到限制。最终,微软通过与上海联和投资公司共同出资成立了上海美斯恩网络通讯技术有限公司,来共同运营MSN在中国地区的业务。

作为中国较早一批注册使用MSN的用户,在北京某IT公司工作的“70后”张女士在2002年左右就在同事的推荐下注册了一个

MSN账号,据她回忆:“当时,国内网民使用最多的即时通讯工具就是MSN和腾讯QQ,但由于QQ上各色人群都有,感觉比较乱。而MSN由于功能设置上限制了陌生人添加‘好友’的干扰,感觉比较安全一些,使用的人群也多为外企人士,素质相对高一些。”因此,MSN曾一度被贴上了“白领”的标签,多被用于企业人士的工作沟通。

然而,自一年多前,张女士发现,周围使用MSN的熟人和朋友越来越少,甚至一些外企的工作伙伴也更热衷于使用QQ进行沟通和资料传输。她的MSN上露脸的“好友”越来越少。之后,由于MSN与苹果MAC操作系统的兼容问题太多,换了苹果笔记本电脑后的张女士也甚少使用MSN了。

同样,由于不满MSN的落后体验,作为MSN多年的老用户,在互联网行业工作多年的彦先生自前年开始几乎就已经放弃了使用MSN。“近几年来,MSN的用户体验以及本土化方面确实不尽如人意,不仅容易中毒、垃圾邮件多,而且应用功能也有限,各种终端的兼容性差。”彦先生说,由于这两年甚少使用,自己连MSN的登录账号都差不多快忘了。而且,据他介绍,目前很多企业开发了内部的即时通讯软件,“工作沟通基本都使用公司的软件,其他交流则多用QQ。”

多年的老用户已然如此,对于那些更热衷于使用“微信”“陌陌”等新兴移动互联网工具的“80后”“90后”年轻人来说,对MSN的热情就更有限了,很多人闻听了其即将关闭的消息后,反应平平,多数表示从未用过MSN。

MSN这个曾几乎能与腾讯QQ相抗衡的应用软件,在瞬息万变的网络市场大潮面前,已处于边缘化的境地。

致命的本土化短板

然而,个人用户的陆续放弃,还只是MSN“被遗忘”的全景一幕,企业用户“成群式”的放弃对MSN来说影响更大。

据业内人士透露,自微软发布即将关闭中国内地以外其他国家和地区MSN业务的消息后,北京一家外企部门负责人发邮件,要求员工停止使用MSN,原因是公司总部所处海外,MSN即将停用,中国区再使用MSN也毫无意义。

类似这样的驻中国的外企公司还有很多。有互联网专业机构调查,近两月来,中国已有有数千家企业停用MSN,且随着MSN“退休日”的临近,这一数量还在增长,中国的MSN即使存在,也已然失势。与此同时,最新数据显示,2012年9月,MSN在我国的日均覆盖人数仅为685万,网民到达率只有2.5%,远远落后于腾讯QQ。而在2010年,MSN日均覆盖人数达1529万。这意味着两年时间,MSN中国的客户流失近千万。

曾经被视为高端即时通讯工具的MSN用户为何流失得如此之快?

“近年来,MSN账号被盗、MSN客服反馈缓慢、垃圾邮件多等问题屡遭网民抱怨,投诉事件也时有发生。”业内人士分析,进入中国之初,微软就没有在这款产品上大规模投入。而在其全球架构中,MSN中国也难以根据本土用户需求改进产品和服务,最

终出现这样的局面不难预料。据了解,用户的MSN账户一旦中毒或者被盗,申请客服的支持解决需要经历繁琐的程序(而且MSN目前不提供电话客服服务),因此,不少用户由于对这种缺乏互动的沟通方式缺乏耐心,干脆选择放弃使用MSN。

当然,MSN的这种运营模式与微软的全球战略实施也不无关系。据悉,微软一般都是总部开发出某款产品之后,进入世界各国推广运营,除了语言不同之外,功能方面在全球各地基本都是同样的标准,很少针对某个区域单独开发一个功能应用。这样的战略安排,虽然使得微软不需要在世界各地都维持庞大的研发团队,但这也导致MSN一直缺乏本土化的特色。

“QQ有很实用的‘离线文件传输’‘截图’等功能,深受中国网民欢迎。而MSN一直没有跟进,显得功能单一。”彦先生说。反观当年被视为“杂、乱”的竞争对手QQ,目前其日均覆盖人数已达1.9亿人,稳居行业榜首,连它的“小兄弟”,基于移动网语音通讯业务的微信也在近日迎来了第3亿个用户。易传媒高级产品总监何沛对此感言:“MSN面对QQ的竞争,反应太慢了。中国的互联网市场,往往不是‘大鱼’吃‘小鱼’,而是‘快鱼’吃‘慢鱼’。”

更替品“Skype”难现新气象

事实上,用户对于MSN的日渐冷淡,以及针对微软即将关闭MSN一事的后续各种影响,微软并非没有察觉。1月15日,MSN中国再次发表声明,重申中国内地用户使用MSN服务将不会受到任何影响,请用户放心使用。

网络音频

李开复(创新工场董事长)
纸质书消亡是伪命题,被边缘化才是要点

随着平板电脑和电子书的流行,已经有越来越多的人在唱衰传统的纸质书籍,甚至认为后者即将消亡。对此,李开复近日在微博上表示,单纯地去讨论纸质书的消亡是没有意义的,问题的重点在于其被边缘化。

他首先肯定了电子书的强大实力,认为美国亚马逊的电子书业务在2012年中就已经超过了传统纸质书,对于庞大的上网人群而言,“这个趋势是不可逆转的”。同时,“上网人群只会跟着手机平板快速成长,不可能回过头来重新拿起书本进行阅读。李开复进而表示,对于目前很多人探讨的所谓‘纸质书是否会彻底消亡’这样的命题实际上是“没有意义”的,问题的重点在于“纸质书将被边缘化”,“而且会很快发生”。

蒋子龙(作家)
网络文学不可小瞧 需防泥沙俱下

作家蒋子龙近日表示,在中国文坛,能够支撑和代表当代文学力量、品质与希望的,还是传统文学,但网络文学已成气候不可小瞧,只是目前网络文学有些泥沙俱下,需要防止走弯路。

蒋子龙表示,现在的中国文坛,网络文学、影视文学和传统文学可谓三足鼎立,但不可忽视的是传统文学正在被边缘化。年逾七旬的蒋子龙特意提及网络文学,称看过很多网络文学作品,称其“万马奔腾、烟尘滚滚”,不可小瞧。

不过他同时认为,与之前相比,网络文学最初的生气和锐力正在减弱,稍显浮躁、粗糙,有点模式化、泡沫化、泥沙俱下的味道,网络文学需要自省正视,否则会走弯路。

莫言摘得诺贝尔文学奖,在蒋子龙看来,无疑是给传统文学打了一剂强心针。“莫言到瑞典皇家学院演讲,讲的是故事、人物和亲情,这些都是传统文学的要素。莫言获奖催生的‘莫言热’,有助于恢复传统文学的正常温度,恢复大家对传统文学的正常认识,因为在能够支撑和代表当代文学力量、品质与希望的,还是传统文学。”

李学凌(多玩游戏网CEO)
“草根”用户是中国互联网的主要付费人群

对中国的互联网创业者来说,如果你建议他们直接向用户收费,他们会以为你是害了他们。毕竟,中国网民不喜欢付费,已被视为常识。但是,常识也经常出错。李学凌近日在接受媒体采访时就认为,正是直接向“草根”用户收费的模式,造就了腾讯和淘宝如今的规模。

真正在互联网上花钱的人,到底是高富帅,还是草根?李学凌的看法是:“很多‘高富帅’在互联网上基本不花钱。”在李学凌看来,“草根”用户才是中国互联网最核心的用户,任何一个真正成功的公司,必须抓住“草根”用户。没做到这一点的话,基本上还飘在天上。而且,他还有具体的举证。他说,中国现有的大公司,都紧紧抓住了“草根”用户需求,比如淘宝,可以让每一个二、三线城市卖家都能够活下去,腾讯更是从骨子里就是“草根”公司。(周志军 整理)

“云知道”组合做客腾讯书院

本报讯 1月12日,由腾讯文化频道、广西师大出版社理想国、北大光华管理学院联合主办的第四期“腾讯书院”文化沙龙在北京大学举办,凤凰卫视主持人梁文道、学者熊培云以及知名作家许志远组成的“云知道”组合到场,与众多大学生朋友就如何在互联网时代保持理性、客观的网络发言以及不同时代的知识分子对历史发展的影响等话题进行了交流和探讨。

梁文道认为,互联网时代,以微博为主的社会沟通平台成为主流,但由于很多人在这样的平台上不能用客观、理性的言语来交流,因此,常常会使得一些事件的讨论违背原意,“严肃的讨论没办法进行,各种文化观念的交锋变成了庸俗化的结果。”他认为,无论是在网络上还是现实中,真正的知识分子都要讲究讨

论的严肃品质问题,尤其是公共知识分子,“要承担这种身份赋予你的责任和压力,思想要讲品质,思想的讨论和发掘应该有严格的方法来要求,讨论的态度也应认真而严肃。”对此,熊培云也表示,作为国家的精英群体之一,知识分子在公共领域的言论也应保持谦卑的心,在他看来,“如果大家只是辩论和表达自己的观点没有问题,有异见视角也不是坏事。不好是通过话语暴力来把自己的观点强加于人。这让很多公共领域中的言论变得没有意义。”

“腾讯书院”是腾讯网文化频道联合腾讯微博、腾讯教育频道打造的大型公益讲座。每期邀请清华人界知名学者、艺术家,针对公共话题、艺术新知等方面进行探讨和发问。(木岩)

电话订票打不到,网络订票摸不着头儿,日夜排队也未必能买到……这是农民工兄弟们在通讯、网络技术发达的今天买张回家火车票的真实写照。近日,25岁的天津小伙儿姚亮召集近80名志愿者组团通过网络和电话为农民工兄弟“抢”回家的火车票。

“要求订票的农民工年龄大多在40岁以上,对网络订票知之甚少。现在一天有200多个电话要求订票。”姚亮说,“动动手指,打电话,能为农民工订上一张难买的回家火车票是我们的心愿。”姚亮和志愿者们用行动传递着一种正能量。图为1月16日,姚亮(右)和志愿者田英泽在网上为农民工订票。新华社记者 岳月伟 摄

探索收费模式

腾讯视频“淘金”好莱坞

本报讯 腾讯公司近日发布消息称,旗下腾讯视频已与美国华纳兄弟、环球、米拉麦克斯、狮门等好莱坞知名电影公司达成合作协议,在腾讯“好莱坞影院”中推出一档全新在线视频业务——“好莱坞VIP”,用户开通“好莱坞VIP”后,将有机会在腾讯视频平台上抢先看到最新的好莱坞影片。

此前,业内在关于“互联网行业今年的十大猜测”中有一条即指向视频网站,认为视频网站将在今年迎来盈利。而腾讯视频的这一举措被视为在探索视频网站收费模式上迈出了的一大步。据了解,目前腾讯“好莱坞影院”为用户提供了两种消费方式,一种是支付20元的固定月费成为“好莱坞VIP”会员,就可以反复观看上百部影片;另一种是每次支付5元欣赏一部最新电影。所有影片均

拥有1080p的高清画质、中文字幕或配音,并且不含任何网站广告或影片自带广告,用户可从多终端自由观看。

目前,腾讯好莱坞影院已有数百部正版电影资源,并以每周5至10部的速度不断增加,部分好莱坞大片在美国影院上线4个月后会就在腾讯视频上映,一些最新电影的发布时间与美国影院上线时间仅隔两周。业内人士分析称,此举将进一步推动中国数字内容发行市场的变革,“在一个极具挑战的家庭娱乐产业市场中开展这项业务是一个创举。”华纳兄弟家庭娱乐集团总裁凯文·特苏哈拉认为,“双方的这种合作在中国互联网市场上具有开创性,我们期待与腾讯视频的深化合作,以进一步扩大好莱坞在中国市场的影片发行。”(周志军)

汉王书城推出安卓客户端

本报讯 在近日举办的2013北京图书订货会上,汉王科技不仅展示了“黄金屋”“E920”等主打电子书产品,同时,为电子书提供数字内容服务的资源平台——汉王书城还正式推出了安卓客户端。这意味着汉王书城将对服务对象进一步开放,今后,无论是安卓手机用户,还是汉王电子书用户,均可从汉王书城上下载自己喜欢的数字图书内容。

随着智能终端的迅速普及,移动互联网产业已进入高速增长期,基于安卓平台的热门应用不断涌现,并逐渐影响到了数字出版产业,手机阅读成为数字化阅读的主要方式之一。据汉王书城有关负责人介绍,此次汉王科技推出

的汉王书城安卓客户端,也是汉王科技数字阅读业务在移动互联网方向的一次尝试。用户在手机上安装该客户端后,可以免费阅读汉王书城全场图书的部分章节,直至选到最喜欢的图书进行单本或批量购买,并可使用同一账号在汉王书城官网、汉王电子书城平台、安卓手机端任意切换。

与应用市场上众多主推原创文学概念的手机阅读应用不同的是,汉王书城客户端依托汉王书城海量的正版资源,能为手机阅读用户带来更多的精品阅读资源。据悉,目前汉王书城针对iPad客户端、iPhone客户端以及Windows Phone客户端的应用均在积极开发中。(周志军)



2012年,从持续不断的网络反腐到气氛热烈的“网络问政”,从北京暴雨中的微博救援到网民齐赞“八项规定”,借助于各类新老媒介和表达渠道,人们介入各类热点事件的速度更快,参与公共事务的热情攀升,影响公共决策的能力渐强。

在民意洪流中是否有你的“微言细语”?这些微力量又将如何影响着社会的进步与发展?民意如何更多地从网上走到网下,用机制维护表达自由,释放“正能量”?

大众麦克风时代: 表达欲高涨

在江苏南京一家高校工作的小陈是名副其实的“微博控”,已有三年“微龄”的他,每日频繁刷屏,随时写上几句,已经成为一种直至关心到最喜欢的图书进行单本或批量购买,并可使用同一账号在汉王书城官网、汉王电子书城平台、安卓手机端任意切换。

来自中国互联网络信息中心的数据显示,过去的一年,中国网民数量接近6亿,其中微博用户超过3亿。很多网民像小陈一样,每天通过微博、论坛等多种渠道,获取信息、议论时事、针砭社会、点评政府。移动互联网和微博等新技术、新媒体的出现,让“人人都是

通讯社,个个都有麦克风”的时代悄然到来,公众的话语权实现了空前普及,表达欲高涨。

网络民意对公共政策的影响、对民生事业的促进也意义深远。去年7月,北京遭遇了61年来最大的一场降雨。灾害袭来时,人们通过微博守望相助;灾害结束后,一场关于城市公共安全的大讨论随即展开,推动城市公共安全应急管理制度更加完善。

“在大众麦克风时代,网络舆论场风云激荡,围绕热点话题和热点事件,各类意见汇集后很容易形成强大的舆论压力,影响已生命的足迹,二是希望能有表达自己观点的机会,哪怕没有任何影响,我也要说出自己的内心话。”小陈说。

打破传统话语格局: 喜中亦有忧

广州社情民意研究中心成立于上世纪80年代,是国内最早专门从事民意调查的机构之一。刚成立时每年的民调项目只有十几

个,近几年则直线攀升,仅去年就有100多个民意调查课题。“我们的调查对象是‘沉默的大多数’,刚开始时大家都不太敢说,近几年参与度提升很快,表达更大胆,建议更深入。”王文俊说。

上海交大传媒经济与管理研究中心主任谢耘耕教授曾专门研究过中央的网络表达与公共管理,他分析认为,热衷表达是公民意识觉醒的标志,日益活跃的民意表达不仅改变了公民参政议政参与的理念,提高了公民政治参与的能力,而且对于完善政府公共管理、促进民主政治进步具有积极意义。

不过,不尽如人意之处也依然存在。一些民意表达中出现的“碎片化”“情绪化”等现象也令人担忧。中国网络传播协会副会长、复旦大学新闻学院副院长李双龙说,以近期火热的网络反腐为例,一方面应当肯定网络反腐的积极意义;但也必须看到,网络反腐中不少是靠“猎奇”和“泄恨”博人眼球,缺乏应有的责

任和担当,有的甚至存在虚假和夸大。

“在互联网的虚拟世界中,网络民意往往泥沙俱下,甚至在巨大的商业利益驱使下被人操控。”中国人民大学舆论研究所研究员李彪认为,“网络民意只是部分民意的体现,不能代表全部民意。”

宽容表达加强自律: 释放“正能量”

“知屋漏者在宇下,知政失者在草野”。有关专家认为,面对公众日益高涨的表达热潮,首先要做的是宽容民意,方能听到真民意。此外,还需在民意表达的制度化、开放性、多渠道上下功夫。

华东政法大学教授童之伟表示,2012年中国老百姓的言论自由和参与管理国家事务的权利得到了更好的保障。“一些牢骚性、批评性、探讨性的言论,大家都能够比较顺畅地言说,令人欣慰。这说明,党和政府以及社会公众正在贴近民意、尊重民意的方向上一起使劲儿。但要进一

步广开民意发声渠道,还需加强制度建设和落实。”

童之伟等人认为,首先要重视民意表达,积极搭建网络问政、网络问计和各类民意调查的平台,收集社情民意,推动现实工作。去年全国政务微博突飞猛进,特别是十八大期间“国务院公报”正式上线,显示出从中央到地方的信息公开,重视获取民意的积极姿态。在新媒体时代,这一做法应该加以推广和完善。

相关专家还指出,在“人人都有麦克风”的时代,每个网民也需要责任和担当,理性表达方能还民意以真实。公民和一些民意调查机构应加强自律,在参与社会事务的讨论和意见表达时,应多些客观独立思考和建设性意见,少些盲目跟风的“哄客”行为。此外,相关部门还应完善针对网络性、虚拟世界的法律法规,严厉打击恶意诽谤或者“炮制民意谋利益”的网络不端行为,净化网络环境,真正释放民意的“正能量”。(据新华网)