



链滴

# 张小龙的微信公开课

作者: [matthewhan](#)

原文链接: <https://ld246.com/article/1579155088165>

来源网站: 链滴

许可协议: [署名-相同方式共享 4.0 国际 \(CC BY-SA 4.0\)](#)



## 公开课的内容

张小龙的演讲内容个人概括（怎么感觉像和领导开会记笔记一样。。。）

1. 微信是人们花时间最多的信息传递工具/平台，看到的听到的都是远方的信息，宽广度早已远远超过以往任何一个时代，也是微信一直要解决的一个问题。也引发了一些隐私问题，比如广告服务推送倡导同行一起重视。
2. 信息获取的被动。互联网让信息唾手可得。目前大多数人都是被动获取信息，人们也倾向于这种模式，不愿意主动地获取信息。微信完全是基于推送的模式。
3. 社会关系的扩大的和复杂，各种同学、同事群、朋友圈的关联，微信之前限定好友上限 5000，目已经有 100 万人已经接近 5000 个好友，促使要扩大好友数目。附近的人刚上线时，感到不安。不确定是好是坏、带来的影响难以控制。
4. 信息传播的快速。事件传播的速度爆炸，并且事件的影响力和传播速度和事件本身的夸张型、趣味

、新鲜性有强关联性。技术手段无法衡量内容的质量标准，需要更多的参与者帮助平台作出仲裁。

5. 信息选择的困难。看到的内容总是局部。在「看一看」中实践了社交推荐，效果还不错。

6. 信息的多样性。人人皆可创作的年代，希望更多的「小号」也有自己的生存空间。

7. 搜索的困难。与 Web 互联网相比，移动互联网的各个 app 之间更加割裂，信息难以打通。做「小程序」的便是一个梦想：希望通过搜索能进入到每一个「小程序」内部，海量的小程序可以支撑起尾部的搜索需求。「小程序」目前是团队一直需要不断改进的领域。

8. 微信的起步阶段基于移动端来做，而非 PC，PC 只是辅助。因为这样做的好处是，产品可以更好地及到每一个人都能用。但是有 2 个小小的失误：

- 公众平台很长时间都只有 PC Web 版，限制了内容创作者的范围。

- 公众平台的原始想法是取代短信，成为一种基于连接品牌和订户的群发工具，内容应该是多元丰富的，但是不小心做成了文章为主的载体，是的其他的短内容的形式没有呈现出来，而形成短内容缺失。

9. 朋友圈之所以默认是发照片视频的，是因为当时的认识是，让十几亿人发文字是不容易的，但是发片是每个人都可以做到的。

10. 新版本的小预告：微信的发力方向是指是短内容为主，近期可能会与大家见面；由于春节到来，包上也有了新的创造，希望你能够发挥创造力。

## 个人的看法

很多人不懂为什么有了 QQ，为什么还会诞生出微信，感觉两者完全是重合冗余的。很多曾经将 QQ 为主力信息交流工具的人来说，可能微信放在今天在他们眼里依然不算是一个「好用」的产品：

- 朋友圈只能看共同好友的评论
- 群聊不保存到通讯录可能会再也找不到了
- 文件传输、协作能力很弱，没有 QQ 强大
- QQ 空间的保留的那份感动...

看起来好像就是微信的内容丰富度不如 QQ 及其衍生品，但事实上果真如此吗？仅是一个「公众号」开辟出了一种新的模式，它的诞生是在 4G 普及、移动互联网爆发的前两年，虽然之初具有一定门槛复杂度，但是给了很多有想法、想表达的人一个渠道，所拓展出来的业务繁荣程度是令人难以想象的包括后面的「小程序」，在公开课中张小龙也叙述到移动互联网的背景下，微信作为载体的「小程序」之间的信息数据交流的会更加无碍且高效，海量数据更好地用于服务用户。

## 公开课中思考

- **第一点：** 服务商利用隐私虽然会带来更高效、更精准的服务，但就像一把双刃剑同时也会带来隐私露、垃圾营销等问题。而如今网系统、各种人脸智能化识别、数据流通的当代社会，个人的隐私空已经压缩到了最小。解决这一类问题，其实和一个「度」有关。需要保证海量数据哪一部分数据只能谁利用，哪一部分只能生产在什么领域，是一个需要多领域一起长期摸索的过程。

- **第二点：** 尤其是在移动互联网的今天，虽然互联网上的信息唾手可得，但是有相当一部分流量是被获取的，供应商根据你的浏览记录、兴趣点、标签、行为操作等等属性来编织一张属于你的用户画像为了尽可能的保证你在他们的服务上多「逗留」一会儿，为你推送的内容往往是算法 + 人气/热度精选的。有些人说这是一种不好的模式，因为它不但局限你的思维，让你无法从其他的切入点切入，且还会恶性循环，需要我们自身打破这种被动获取的方式，尽可能地主动地搜寻探索我们感兴趣的领。我无法完全赞同这种观点，首先未免小看或者说不了解该推送算法。这类算法应用不仅仅是简单的会推送给用户感兴趣的东西，它背后的处理逻辑是极其复杂且繁琐的，这种类似人工智能的应用会不

试探你，不停的修正、重构一个真正的你，即使你在 YouTube、Bilibili 这些视频网站上只看 **游戏** 视频，**suggest to you**也绝不会蠢到单纯的以为你只是一个狂热到生命中有 **游戏** 的玩家。人们都应该有自己独立思考的能力和主观能动性，不轻易的被煽动和相信，理性中夹杂着辩证的思维去分析事物，会让这个世界更美好：)

- **第三点：**「附近的人」刚上线时，张小龙有着隐隐的不安，觉得打破了和附近的人的界限，可能会发一系列的问题。当然可能有些人已经尝试或成功把这一功能当做约\*来用。扩大 5000 个好友数目定同样也会让张小龙感到担忧，说实话我比较好奇这个的上限 **5000** 数字到底是如何定下来的，好友目的增长会带来哪些不可控的影响？好友位的增多提高了不法分子的效率，一个账号的能力得到了提，节省了多账号的成本；「对不起，好友满了，加不了了。」变得难以说出口了（笑

- **第四点：**人们往往只会对“魔幻”、“耸人听闻”、“搞笑”的新闻产生更大的兴趣，所以捏造虚、标题党等内容屡见不鲜。技术手段本身不具备像人对艺术的感知、评判能力，它的评判是模式化、准化的。按照一定的算法加上抽象模板去打分。所以微信本身对内容的质量的把控是离不开众多参与的，这也正是目前人工智能的一个很大的窘境——没那么智能，却想要干“人”都需要学习一段时间能做的活。

- **第五点：**微信尝试了利用好友之间的互相推荐来扩大你的选择范围，自从打开了「看一看」功能后看到小红点我也习惯性的会点开看看最近大家都看了什么。其实和把文章分享到朋友圈是相类似的，是这个过程显得更简便更随意，少了那么一点「刻意感」，会让人更容易去分享。

- **第七点：**张小龙说移动互联网各个 App 更加割裂。其实我觉得和第一点隐私问题相似，虽然 App 之间是相互割裂，但是每当你在微信上交流过数码产品，浏览器浏览、搜索过什么内容，电商网站便向你推荐相关产品。但微信这边不满足于与其他应用交流数据，而是想自己做成一个全能的平台，利小程序掌握所有的数据，来支撑长尾的搜索需求，野心蓬勃。

- **第八点：**微信最初便是以移动端作为出发点，PC 端仅仅只是作为替补，这点确实很妙，微信项目诞生到推出，也是智能手机的发展史，马化腾也说过当时处境其实不算太明朗。微信利用手机通讯录社交属性，实用的懒人专属语音功能，加上手机的随身携带不离身的特质，让微信很好地发展普及起

马化腾：确实是有 3 个团队报名。当时解决了一个很大的问题，从 PC 到移动怎么打？当年诺基亚从一年市场份额 70%、80% 规模一下子掉下来，安卓、苹果这类智能手机迅速替代了传统功能机，互联网企业反应过来的才能活下来，没反应过来就死掉了。我们是最早拿到这张船票的，没上船的再也过来了，这是最大的一个危机。

另外，从这次视频中明显可以看出「短内容」是个高频词汇，应该是微信接下来要布局和发力的重点如今好像很多内容都从大而全转变成了精而短，是人们都变懒了吗？还是当今工作负担较大，大家时都不多？个人觉得有以下几点：

- **创作者的门槛：**长内容的创作是需要花费大量时间、精力的，并且很有可能远远低于预期收益例如哔哩哔哩的纪录片、科普视频，甚至是鬼畜视频，一旦收益不好便会大大打击创作者的积极性。低门槛很早就成为了趋势，不但可以扩大创作者的人群，还可以使得内容生产的可持续性。

- **获取者的精力：**会议、吃饭、通勤、等待的过程中有太多碎片化的时间。一旦你无所事事时，头抬头把玩手机早已经是一种常见的生活习惯。这个时间点，精简的短内容一定是更好的表达方式，于长内容不会有那种“割裂感”。用户往往会把长内容的优先级放到最后或者是有时间之后，总是简单的会先消化掉。这就造成了长内容的劣势。

- **传播速率不同，**阅读这部分内容效率显然高很多。Facebook 就是 Facebook，Twitter 就是 Twitter。新浪微博之初也考虑过成为一种 Facebook，最后还是以 140 个**字数**作为特色的内容产品，避了和博客/论坛/资讯门户正面竞争。短内容也会让 feed 流一气呵成，让微博、抖音用户产生一种一刷不累的错觉。

## 公开课视频

<http://player.bilibili.com/player.html?aid=82658881&ci>

=141426489&page=1" scrolling="no" border="0" frameborder="no" framespacing="0" allow  
fullscreen="true"> </iframe>