新媒体研究

 移动APP新媒体创新现状与发展分析分析

# ◎周俊成

(汉口学院，湖北 武汉 430000）

**摘 要：**随着互联网和移动终端的进化普及，不断创新成为新媒体发展的驱动力。新媒体时代为了满足各行业用户多元化的需求，各类移动APP井喷式的涌入应用市场，为各行业用户提供更加丰富的信息化服务，融入人们的工作和生活当中。本文从移动APP的类型、创新水平、影响力、技术水平等几方面探究我国移动 APP 的发展现状，分析当下移动APP 优势及其不足，并从个性化服务设计、完善功能设计、创新技术应用、丰富用户体验，四个方面探索移动APP的创新发展策略。

**关键词：**移动APP；新媒体；创新现状；发展分析

**中图分类号：**G206 **文献标识码：**A **文章编号：**2096-3866(2020)23-00061-02

据统计如今我国移动应用市场中移动 APP 的平均生命周期大约只有 10 个月左右，不可否认虽然移动应用市场发展日新月异，是科技工作人员创新创业的焦点，但是能发展成为“长寿”应用的只是屈指可数的一部分，可见要发展一款成熟优秀的移动 APP 作品是很艰难的。移动互联网项目发展活力来源于创新，不只是单纯的创意或者技术创新，需要整合各方资源形成创新发展模式，从创意构想到技术创新再到服务项目形成独具特色的发展模式。全民移动互联网时代，以移动 APP 为代表的新媒体发展将面临更加复杂的局面和艰巨的挑战。

一、移动APP新媒体创新的意义

新媒体的“新”主要是其信息来源、传播方式、内容编辑及传播媒介都是建立在网络信息技术基础上，传播迅速便捷，受众范围更广，突破了传统媒体单一性传播的局面。移动 APP 就是移动客户端为手机、可移动电脑等移动设备，提供上网服务而开发的应用程序和软件。由此可见创新为移动应用发展提供源源不断地驱动力，也关系到整个新媒体行业的发展。移动新媒体创新水平和创新价值不仅是为了满足用户的现实需求，也是时代发展的必然产。

首先，移动 APP 新媒体的创新发展，有利于形成快速扩张，优胜劣汰的竞争局面。新媒体的发展特点决定只有不断创新才能为用户提供更加人性化、智能化的服务，再加上移动应用市场技术更新快、用户需求呈现多元化，所以造成移动应用产品更替快，竞争激烈的局面。在这样的环境中求生存，只能不断地在技术、创意、设备、服务模式等方面推陈出新，提供创新服务，才能在赢得用户青睐。新媒体自诞生以来，以创新谋生存已成为行业规则，实践证明只要停止创新就有面临淘汰的险境。其次，现阶段在我国使用移动终端的客户已经远远超越传统的 PC, 网络用户，平板电脑、手机等移动设备因为不受时间地点的限制，已经成为上网的主导产品，这就表明移动应用市场拥有广泛的用户，市场空间巨大。移动新媒体发展过程中要贴近用户、理解用户需求，提

升创造力才能获得生存空间。最后，创新发展已经成为国家发展的战略需求，因此创新理论的研究已经逐渐成体系化发展，这样有利于更加细化和深入研究。因此现阶段移动 APP 新媒体的创新研究呈现出标准化、科学化、严谨性的发展特征，创新水平和创新价值也大大提高 [2]。

二、移动APP新媒体创新现状研究

从 2019 年移动 APP 分析报告可以看出移动新媒体带来的经济效益增长迅速，已经发展成为数字经济的核心。依靠移动 APP 创新指标的理论依据，从研究对象类型、创新水平、影响力、技术水平等方面分析，作者选取 2019 年媒体品质靠前的几大类应用服务如资讯类、视频类、社交类、综合电商类、移动支付类、教育类等，分析其中最热门、最具代表性的移动 App 产品进行创新能力分析，探寻创新价值和创新方向的发展导向。首先排名靠前的社交类和视频类移动 APP 在 2019 年流量增幅较大，无论下载量，还是流量微信、微博依旧居于社交应用榜首。主要是这两款应用软件发展较早，并经过不断地完善，已经形成比较成熟的运行体系。无论功能、影响力还是技术水平作为一款成熟的应用产品都是稳中向上的发展特点。抖音作为异军突起的一支，拓展了社交应用的发展赛道。它既具有社交性特点，也具有娱乐性特点，将短视频社交推进全民是时代。抖音的创新创意表现主要有以下几点：第一从技术上看，全屏高清的播放模式给用户视觉体验造成冲击，身临其境的观赏体验在同类应用中感觉是最完美的。第二，抖音特效滤镜满足了用户的好奇心，增加了娱乐性。第三，依靠移动大数据技术，将个性化服务充分发展起来，满足了不同领域，不同层次用户的应用需求。第四创意构想来看，抖音形成了独具特色的音乐分享模式，成功的将抖音音乐做成一个品牌。所以从抖音的成功路径来看，技术、创意、商业运作是移动 APP 成功运行的基础。

其次，我们分析一下资讯类移动 APP 的创新发展案例， 从排名我们发现传统的聚合型资讯类移动 APP 排名都比较

收稿日期：2020-8-5

作者简介：周俊成 (1993—），女，硕士，助教，主要从事新媒体研究。

第 4 卷 总第 107期 61

传播力研究 RESEARCH ON TRANSMISSION COMPETENCE

靠后，今日头条突破重围成为这类应用的代表。分析主要原因是今日头条母公司很好的将人工智能技术应用到创新领域。人工智能不仅实现了与用户和信息之间的链接，并借此思路创造了智能化的信息内容创造工具，能及时有效的发布信息，大大提升了工作效率。利用大数据技术为用户提供个性化的服务，满足用户不同的需求。应用开放，共享的平台构建思维，用户既是信息的接受者，也可以是发布者，用户真正成为此款应用主体，打破了传统的资讯类应用平台的构建思维所以深受用户喜爱。由此我们也可以看出传统的移动资讯 APP 需要创新，否则客户的流失将会更加严重。

再次，支付类移动 APP 新媒体的创新现状，第三方移动支付应用服务在我国已经形成比较成熟的运行模式。以支付宝和微信支付为代表的第三方支付业务已经深度融入人们日常生活中，但也需要不断地完善，为用户提供更加安心的服务。从这两款应用的发展史中我们看到移动支付应用的发展不仅要和网络和电子商务平台合作，也要不断扩大移动支付应用的范围，发展和公共事业的合作，使移动第三方支付应用覆盖更广。还可以尝试推进金融业务的创新发展，如网上借贷、保险、投资等业务，但我们也要认识到任何金融都有风险。因此开展创新业务的同时要把交易安全问题放在首位。为了保证用户账户安全，支付宝成立了网络安全公司， 保证网络支付的安全性。

最后，我们分析购物类移动应用的创新现状。从用户体验角度来讲，审美体验、搭配体验、分享传播、平台特色、购物安全等都是用户的刚性需求。所以这类移动应用除了技术上的不断创新完善，更需要研究网上消费者的心理特点， 挖掘细节创新内容。这一点我们从拼多多的发展历程中就能更好的解读。拼多多在淘宝和京东清理低端商家的时候，决定为关注商品本质，不关注品牌效应的用户提供服务，建立起优质低端商家和低端需求用户的连接通道。无论是推出的时机，还是平台运营理念都刚好形成市场上的互补，所以在竞争激烈的网上购物应用领域中生存下来。

从上面我们分析的几个发展比较好的移动应用 APP 的成功经验来看，我们的创新思维需要不断延伸，从创意、技术、功能、再到细节每一处创新都可能带来全新的变化。虽然如今各领域的移动应用多如牛毛，但只要满足用户的应用需求和情感需求就能寻找到发展出路。

三、移动APP新媒体创新发展的策略

( 一）狠抓功能性和实用性，从生活细节中寻找创意。

虚拟空间的服务要和现实生活产生联系，无论是实用的功能性联系还是情感上的联系，只有抓住用户的需求才能赢得市场。所以站在用户的角度，从日常的衣、食、住、行、玩、用等生活细节中寻找创意，挖掘那些还没有被开发的应用需求。比如星巴克推出的一 Early Bird( 早起鸟 )，其实是一款叫醒服务应用，是将网络应用和实体服务捆绑的形式，

这个 APP 不仅能设定时间提醒起床，如果在规定的时间到星巴克消费还能享受折扣，所以对于本来就有需要的用户来说是一项及贴心，又实惠的服务应用，所以这款应用是客户与商家的粘合度更高，是让双方受益的应用创意。

( 二）推进个性化的服务内容或应用产品

任何一种商品只要能定位准确，独具特色就能寻找到适合自己的客户群。移动 APP 的发展趋势就是推进个性化定制。每一款应用产品的开发都要严格的审核产品定位、运营模式、市场空间、用户需求以及用户体验等各方面内容，有针对性的将产品特色做到极致就能提升竞争优势。例如抖音开辟了社交新领域，使陌生人的视频社交变得自如，这种个性定位使它既绕开了微信和 QQ 这类主流社交应用的发展定位，也比陌陌和漂流瓶这类应用定位更加清晰准确。

( 三）创新应用技术，把现代化技术融入应用设计中

网络技术的发展永无止境，新科技被有效利用不仅能提升工作效率，也能提升用户体验的好感度。网络信息技术的发展和各项移动应用的出现衍生出了我们现在使用法人新媒体，但随着科技的进步未来还会有更新形式取代今天的新媒体。因此只有敢于把新科技融入到应用创作中，才能有更广阔的发展前景。例如人工智能技术、大数据技术、全息技术等很多科技产品融入的应用开发后都带来了意想不到的体验效果。

( 四）以用户体验为导向注重媒体品质开发

只有高品质的服务内容和呈现形式，才能为用户带来良好的应用体验。那么服务内容方面有创意、内容完善的原创产品还是比较吸引用户的稀有产品。因此注重原创开发和保护，为原创内容提供更合适的发展平台，制定奖励机制保证开发者的正当权益，那么必将会有更多的好创意、好内容问世。再者信息的呈现形式为了更加生动形象，需要融入先进的科技手段，如 VR/AR 图像、高解析音频、原画质视频等，这样既有了丰富、适宜的内容又高质量的呈现形式，那么用户的体验感觉自然会更好。

四、结语

总之，互联网时代移动应用普及到生活各个领域，所以移动 APP 的发展面临巨大的机遇和激烈的挑战。关注用户的日常生活和所思所想，将创新与实际生活相结合，才能提升移动 APP 的应用价值和创新水平。

参考文献:

[1]钟瑛,李秋华,伍刚.移动APP新媒体创新现状与发展研究[J].传媒,2017(11).

[2]钟瑛,伍刚,李秋华. 中国移动APP新媒体创新发展报告[C]. 中国电子学会有线电视综合信息技术分会、中国新闻技术工作者联合会多媒体专业委员会、国家新闻出版广电总局科技委员会战略专业委员会.第25届中国数字 广播电视与网络发展年会暨第16届全国互联网与音视频广播发展研讨会论文集.中国电子学会有线电视综合信息技术分会、中国新闻技术工作者 联合会多媒体专业委员会、国家新闻出版广电总局科技委员会战略专业委员会:国家新闻出版广电总局科学技术委员会秘书处,2017.

62 传播力研究 2020年23期