



基于 LBS 的移动社交传播模式及应用研究

邵 晓

(南京大学新闻传播学院 江苏 南京 210093)



摘 要：在移动互联网时代，移动起来的用户带来了位置信息的需求，围绕附着于空间位置上的信息资源进行开发，无疑具有很大的价值。移动位置服务的商业化运作(LBS—Location Based Service)正是在这种背景下发展起来的。本文对基于 LBS 的移动社交传播模式进行分析，并尝试探索其商业利用价值。

关键词：位置服务 移动社交 LBS 结构洞 注意力经济

一、引言

根据互联网信息中心的发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》^[1]，截至 2010 年 6 月底，手机网民用户达到 2.77 亿，移动互联网颇具规模。随着移动通信技术的不断发展，互联网可借助各种移动通信网络，突破地域的限制实现对空间的全方位覆盖，互联网由此具备了“移动”的特征，人类将步入移动互联网时代。在移动互联网时代，移动起来的用户带来了位置信息的需求，围绕附着于空间位置上的信息资源进行开发，无疑具有很大的价值。移动位置服务(LBS—Location Based Service)的商业化运作正是在这种背景下发展起来的，而基于 LBS 的 Foursquare 移动社交网站的兴起更使人们看到了其中蕴含的巨大商机。本文对基于 LBS 的移动社交传播模式进行分析，并尝试探索其商业利用价值。

二、移动位置服务(LBS)简述

(一)移动位置服务定义

移动位置服务又叫做移动定位服务，它是指移动网络通过特定的定位技术来获取移动终端用户的位置信息(经纬度坐标)，在电子地图平台的支持下，为终端用户提供相应服务的一种增值业务。^[2]

(二)移动位置服务的应用

移动位置服务的具体应用可大致分为：触发服务、信息服务、跟踪服务、援助服务等四大类，具体应用示例见图 1。^[3]

三、基于位置的互动传播概述

本文所探讨的主要内容是基于 LBS 技术和理念的移动社交传播模式，区别于手机对传统社交网络的访问，

可将其简称为 LBSNS (Location Based Social Networking Service)。

(一)技术条件

1.用户终端。用户终端可以是手机、PDA、笔记本电脑、车载终端,用户终端通过定位平台交互完成定位操作,通过登录网络信息平台获取信息发布、获取服务。

2.移动定位平台。移动定位平台是集成各类定位技术的中心,通过各种定位技术实现对用户终端的定位。

3.互联网信息平台。信息平台为用户提供个人信息存放、用户数据的挖掘及位置信息搜索、匹配等服务。

触发服务	信息服务	跟踪服务	援助服务
基于位置的付费 自动广告 特殊公告 移动商务的安全 通行费和账单	移动黄页 交通报告 天气预报 导航信息 无线Interest 旅游服务 约会和游戏 后勤保障管理	商业链管理 寻找朋友、宠物等 资产跟踪 公共安全、调度 部门人员安全	紧急事件 路边援助 卫生和医疗相关的 位置标记信息 增强业务应用

图1 基于位置的服务示例

(二)LBSNS 传播过程

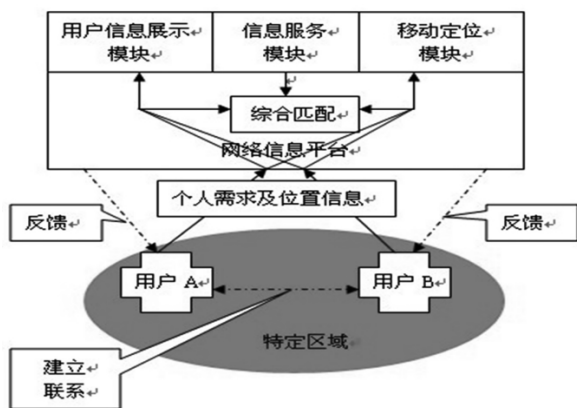


图2 LBS 移动社交传播过程示意图

如图2所示:

1.用户将信息上传到互联网信息平台中的“用户信息展示模块”,进行信息的管理与发布,可以根据需要决定信息开放的程度和内容,类似各种 SNS 网站和电子商务网站提供的服务。

2.当用户(图中所示 A 和 B)需要开始基于特定位置的互动时,首先向网络信息平台开放允许定位搜索功能(如 Foursquare 的 Check in),向平台开放自己的地理位置信息,并允许别人对其进行定位。同时,设定详细搜索条件(如符合自己需求的信息)和搜索区域(如,周围 50 米范围)进行定向搜索。

3.网络信息平台利用其“移动定位模块”对用户进行定位,并对用户指定区域进行定位搜索,同时通过“信息服务模块”向用户提供所在地区的相关服务信息(如周围酒店、餐

饮、交通信息等)及其他用户信息。用户根据反馈结果决定是否通过网络平台建立联系,或者直接进行面对面的交流。

(三)LBSNS 商业应用的理论基础

1.机会成本理论

根据经济学的机会成本理论,机会成本是“为了得到某种东西而必须放弃的东西”^[4],而在这一互动模式中,由于互动参与者的活动可以采用手机等易于携带的移动终端,可以不必事先花费成本选择对象、选择信息,只在处于特定区域时,才建立联系进行交流。参与者可以在日常活动的同时,顺便获取一次交流的机会,增加了行动的附加值却不必付出任何额外成本。互动参与者的机会成本大大降低。

2.社会网络的“弱联系理论”与“结构洞”理论

经济社会学者格兰诺维特提出“弱联系理论”。他指出,在人们的社会关系网络中,存在着两种连结即,弱联系与强联系。弱联系更可能扮演不同团体间的“桥”。这种起桥梁作用的“弱联系”的存在可以增加其所在团体成员与外界互动的机会,从而使得资源与信息传播渠道之多样化。他因此认为群体间的“弱联系”拥有丰富的社会资本。

巴特则在格兰诺维特的“弱联系”理论基础上,从社会关系网络的结构着眼,提出了“结构洞理论”(structural hole theory)。他指出,在两个团体之间,由于缺乏起“桥梁”作用的连结,因此社会网络中会形成一个个“洞”。这些“洞”是由于某些社会网络的结构缺陷形成的,所以称为“结构洞”。他认为,若能寻找出这些结构洞,并予以填补,便能有效地创造社会资本,进而掌握更多的商业契机。^[5]

LBSNS 的服务核心就在于,抓住偶然的与陌生人交流的机会,增加行动的附加值。陌生人之间在特定场合的偶然互动,双方之间的社会关系无疑属于弱联系,在两个团体之间建立起了联系的“桥梁”。通过互动的参与,用户获得了填补“结构洞”的信息资源,无疑会更有效地创造社会资本,掌握更多的商业契机。

3.注意力经济理论

美国经济学家迈克尔·戈德海伯于 1997 年在美国著名的《Hot Wired》上发表了《注意力购买者》。文章指出在互联网时代信息非但不是稀缺资源,相反是过剩的。相对于过剩的信息,只有人们的注意力才是稀缺的资源。戈德海伯进而指出目前正在崛起中的以网络为基础的新经济从本质上讲就是注意力经济,在这种经济状态中最重要的资源既不是传统意义上的货币资本,也不是信息本身,而是注意力。^[6]在传播手段日益丰富、信息呈爆炸式增长的今天,受众注意力真正成为稀缺资源,面对着越来越个性化、细分化的受众,如何吸引其注意力,是信息服务提供者越来越难以解决的难题。对于受众来说,如何分配自己的注意力,提高信息获取的效率也成为亟待解决的问题。而 LBSNS 在海量信息纷繁芜杂的情势下,提供基于空间位置或者地理位置的相对固定的和真实的信息,可以提供精准的信息,无疑是具有很大的针对性,使受众可以方便地获取有效信息,提供信息获取和使用的效率。



四、LBSNS 商业应用赢利模式分析

(一)收费会员服务

这一模式针对企业、商业用户。通过向这部分集团用户收取会员费,为其开放移动社交平台。让企业的信息发布在平台上,对企业的网点和相关部门(如销售、采购)员工进行定位操作,为其提供匹配的供销信息。当其他需求相关用户接近企业网点和员工后,建立双方联系,辅助创造商业机会。

(二)广告模式

对于日常消费用户,LBSNS 平台为其提供免费服务,并基于其位置及需求信息进行精准的广告传播,向广告主收取广告费用。例如,A 计划去甲地旅游,在车站搜寻是否有同去甲地愿意结伴的“驴友”。他通过手机登陆移动 LBSNS 平台,发布自己前往甲地旅游的信息,并启动定位功能,定位范围设定为方圆 500 米(一般车站大小)。平台将搜索结果反馈给 A,可能在车站有 B、C、D 等若干用户有相同意愿,他们可以建立联系,结伴同行。在提供用户信息的同时,平台可以搭载推送有关目的地的酒店、旅行社、交通等广告信息。而这些广告信息则是由广告主付费发布在平台上的。

(三)流量分析、市场调研报告等增值服务

当拥有一定规模的用户后,由于获得了社交网络用户的活动范围、在某个位置的活动频度、特定时刻的需求情况等数据,LBSNS 平台就可以提供流量分析、市场调研报告等调查分析的增值服务。如,可以对一段时期内每个周末出现在南京新街口的用户的需求和行动路线进行分析,这样的数据分析无疑对商家的经营活动具有很大的参考价值。

五、LBSNS 移动社交传播商业前景

(一)促进因素

工信部发布的 2010 年 10 月通信业运行状况统计报告显示,2010 年 1 至 10 月,全国移动电话用户累计净增 9483.0 万户,达到 84204.4 万户。^[7]从现有技术条件上讲,每一个手机终端都能够实现移动定位的功能,这给 LBS 业务提供了庞大的用户基础和业务环境。近年来,尤其是随着高速宽带的普及,建设无线城市热潮席卷全球。据报道,伦敦、芝加哥、巴黎、首尔、新加坡、中国台北等城市的无线城市技术已投入使用数年。从 2008 年起,我国也在各方争议中迎来了无线城市建设热潮。北京围绕奥运的无线城市一期建设已于 3 月底完成;上海提出要在 2010 年建成无线城市;天津、武汉、杭州、深圳相继确立了无线城市计划,并开始付诸实施。^[8]这就使得基于无线局域网技术的移动定位获得了基础设施上的支持,进一步扩展了用户基础。

(二)风险因素及规避方法

1.隐私暴露的隐患

基于特定位置的人际互动所赖以存在的一个前提就是使用者允许对自己进行定位。而个人位置隐私无疑是个人隐私中最为重要的内容。未经授权的定位、位置公开、强制性的商业侵犯、不合理的使用都会损害用户的切身利益。运营存在出于牟取非法利益泄露个人位置隐私的可能,网络平台也存在被黑客攻击而泄露个人位置数据的可能性。

在这种风险的规避上,一方面,随着国家个人信息保护法律制度的健全,可以防止运营商泄露个人隐私的行为,网络安全技术的也发展将大大增加网络平台安全防御能力。另一方面,LBS 本身也可以采取一定的技术手段进行规避。主要可以采取的办法是,后台以实名注册,前台呈现虚拟用户名。这样做可以保证用户信息不会暴露在其他用户面前,同时又保证了一旦用户使用平台进行违法、犯罪活动,可以追究责任。

2.诚信缺失的危机

如同在基于传统互联网的网络交易中一样,信用在基于特定位置的人际互动中也发挥至关重要的作用。如果参与者故意发布虚假信息,难免会给其他人的利益带来损害。这一风险的控制根本在于国家信用体制的健全,在此未能很好实现之前,一些电子商务服务网站的做法可以引入到移动社交网络服务中来,如像阿里巴巴那样建立自己的信用评价体系。

六、结语

总的来说,移动社交网络服务属于 LBS 的一个特殊种类,是一种提供基于位置的互动传播信息服务的新型传播技术工具。如果说以百度和 GOOGLE 为代表的搜索引擎是互联网海洋中的港口的话,移动社交网络服务将能够为移动互联网时代飘荡在信息汪洋中的人们提供指引和导航。在为人类创造价值的同时,它本身也将成为移动互联网时代新的“金矿”。

参考文献:

- [1]第 26 次中国互联网络发展状况调查统计报告[EB/OL]. (2010- 07- 15)[2010- 11- 10].<http://research.cnnic.cn/html/1279171593d2348.html>.
- [2]李海燕,张岩.移动通信网络的移动台定位技术及应用[J].邮电设计技术,2006(3):27- 34.
- [3]万晓榆,等.小灵通技术与业务[M].北京:人民邮电出版社,2005:154.
- [4]曼昆.经济学原理(上册)[M].梁小民,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2001:6.
- [5]转引自邓建国. Web2.0 时代的互联网使用行为与网民社会资本之关系考察[D].厦门大学,2007.
- [6]转引自潘红玲.注意力经济[J].企业管理,2000(11):53- 54.
- [7]2010 年 10 月通信业运行状况、电话用户分省情况[EB/OL]. (2010- 11- 24) [2010- 11- 26] <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/13504675.html>.
- [8]刘林森.在移动互联网中掘金[J].信息化博览,2009(2):50- 52.

作者简介:

邵晓 南京大学新闻传播学院硕士研究生,巢湖学院教师。