

1 年度“晒”单 刷爆朋友圈

“你的小心脏还好吗?”“你打败了多少人?”“原来我那么有钱”“我的朋友圈里有那么多隐形富豪”……继发布了全民账单后,2018年1月3日,支付宝又公布了个人年度账单。一时间,微信朋友圈被个人账单“霸屏”。今年的支付宝个人账单与往年不同,不再是简单的数据罗列,而是通过生活场景为用户展示消费数据,账单最后还推出了2018年预测关键词,“温暖”“自由”“远方”“范儿”“才华”等等带有“个人标签”性质的截图,成为支付宝用户晒图的亮点,据悉,这是支付宝首次启用关键词。

个人账单第一部分是显示网购的总支出,各个品类的占比,以及代表类型和消费的金额。第二部分显示的是生活缴费,包括电话费、流量费、挂号等功能费用统计。“每次出发,都是为了更好的回来。”账单第三部分是用户使用支付宝支付交通费的次数,包括飞机、火车、打车等等。值得注意的是,今年支付宝个人账单上显示了全新的出行方式——低碳又潇洒的共享单车。第四部分是线下支付的次数,主要覆盖小商户、餐厅、电影院等等。“你的每一次移动支付,都在让上海市变得更便利、更美好。”第五部分显示的是在支付后获得奖励金的次数,第六、第七、第八部分则是芝麻信用的状态、贡献爱心和减少碳排放的情况。

当然了,全年总消费的情况包括线上消费、线下消费、手机充值、生活缴费的饼图,以及转账、信用、爱心、环保的具体数据,最终展现在你的眼前,用户就可以充满期待地预测自己的2018年了,生成年度关键词,并且支持保存到相册中。

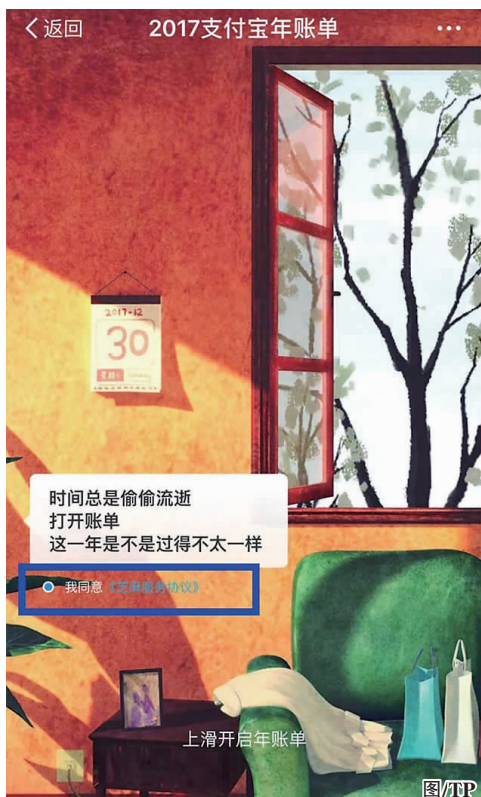
无独有偶,2017年12月27日,知识平台“知乎”上线了主题为“知识新变量”的年度盘点。作为过去一年的总结,那些影响世界的大事以及它们在知乎平台留下的思想碰撞和声光剪影,都被知乎以“2017大事记”视频、精选事件和精选话题的形式记录下来。

“美联航强制乘客下机”“韩国总统朴槿惠被罢免”“WePhone创始人自杀”“共享单车大战”“章莹颖美国遇害案”“好莱坞性侵丑闻”“江歌案宣判”等事件的发生,知乎是见证者也是聆听者。

知乎记录了用户对这些事件的每一次发声。用户以自己的知识、经验和见解,消解了事件的距离感,让更多的人从不同角度探寻事件的中心。譬如,在江歌案宣判的相关讨论中,在日留学生第一时间分享了庭审实录和现场照片,主持人、调查记者对法庭现场细节进行抽丝剥茧的论述,律师从日本司法体系的角度解读量刑等真实细节。

2018年1月2日清晨,网易云音乐发布“2017网易云音乐‘陪你温暖同行’年度歌单”,感谢用户一年以来的支持与陪伴。软件根据这一年的时间里,用户所听的歌曲频次、时间、风格、热门词汇等形成具有明显特色的个人听歌报告。

一时间,人们在自己的微信朋友圈里纷纷晒出了自己过去一年花了多少钱、花在哪里、问了什么问题、回答了多少提问,听了多少歌、听了哪些歌……写完了职场的年度总结后,手机里的应用软件也纷纷为人们的休闲时间做起了年度总结。



『晒』年度总结 小心泄你隐私



焦点关注

2017年已经成为过去时,除了自我回忆这一年发生的大小事件以外,手机里常备的各种应用软件也为人们过去的一年开启独特回忆,那些你不记得的事,软件都给你找出来了。

见习记者 陈丽娜

2 情怀的套路正中人心

很明显,这些热门营销事件的背后都走了情怀套路。而论情怀,毫无疑问,网易云音乐赢了这场“年度总结大赛”。

支付宝个人账单的最后,蚂蚁智能助理预测2018年度关键词,“自由”“当家”“能干”“潮”“才华”“范儿”等等带有“个人标签”性质的热词,一个关键词,加上一句美好温馨的话语,让用户的好感度瞬间爆棚。据悉,这个关键词是根据用户的消费数据与特征,综合了个人的行为偏好所产生的。

“喜欢在晚上听歌”“离开、世界、孤独是很多人2017年听到最多的歌词”“在某一天把某一首歌反复听了上百次”“在某一天睡得很晚,凌晨两三点钟还在听歌”……

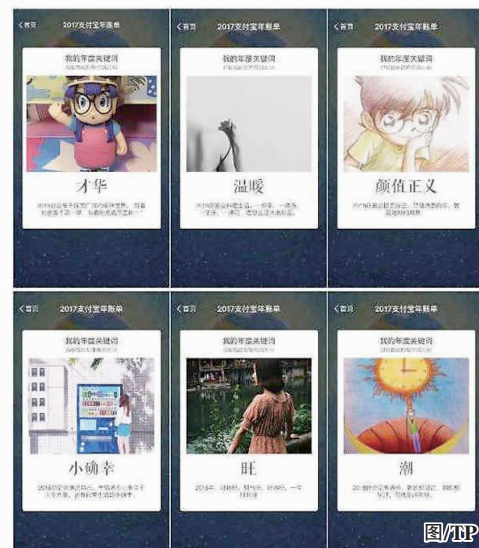
网易云的年度歌单给人们送来了温暖,它记得你每一个难忘的曾经,记得你在音乐里寻找了多少共鸣,它甚至记录了你在几点几分的陪伴,让你与过去的自己撞了个满怀。

“8月20日那天,我听歌到凌晨4点,但已经记不清那天到底经历了什么?”

“6月9日那天,我把《北京东路的日子》听了83次。那天我高考完……”“今年排行前十的歌全是民谣,鬼知道我有多孤独。”

生活最迷人的地方就在于它的转瞬即逝,在于它的一去不返,虽然人们明知道年度歌单只是一种营销的手段,但它确实是有温度的,帮助用户唤醒回忆,让矫情的人有一个出口,让生活不顺意的人有一个出口,让人们清晰的认识到自己的现状。

在这个焦虑的社会,情绪通过互联网更容易传递。互联网公司抓住这个规律,通过推介一个共同的话题让人们积极互动,利用人群的情怀,通过展示不一样的自己进行营销。朋友圈也不是发给自己看的,都是发给别人看的,还可以分组。可以特别推介。发出来自己好的、坏的一面都是一种自我表达。在朋友圈发点不一样的,向他人展现出独一无二的自己,体现自己的个性,营造一个更好的个人形象,引起他人注意和重视,反过来影响现实生活的社交生活,发朋友圈早已成了一种社交方式。



3 账单背后透露数据安全隐患

应用软件商推出的用户个性化年度账单成了不少人茶余饭后谈论的话题,但这原本只是一场“全民自我秀”,却有较真人士发现支付宝中的“授权漏洞”,质疑支付宝故意缩小字体不让用户留意授权内容。

随后,蚂蚁金服旗下的芝麻信用对此做出回应,称这个做法“肯定是错了”。据其解释,本来是希望让用户知道,只有在自己同意的情况下,支付宝年度账单才可以展示他的信用免押内容,“初衷没错但用了非常XX的方式,愚蠢至极”。

这是消费者熟悉的套路。作为一个用户数亿的平台级移动支付应用,个性化年度账单本来是人人乐见的服务。但是,个性化年度账单背后,隐含着缩小字体的各类授权“勾选”事项,这确实很难

让一般人注意到。如果不是有较真的人,或许一场全民狂欢就变成了全民默认“勾选”授权的异化商业行为。支付宝默认“勾选”事项,是希望拿到用户的更多消费数据。

我们正处于一个海量信息的大数据时代,以前做产品、做业务需要先大量调研分析,现在直接可以通过大数据云分析。也许在不久的将来,将会出现数据市场,或者说是公开的数据交易市场,这与现在存在的用户信息交易买卖不同。持有数据的商业机构将占有绝对的优势,这种优势与传统的政府税务、统计部门相比,能够更快、更精准的促进社会各方面的改革发展。

从个人隐私的角度来说,无论是知乎搜索分析、网易云音乐收听分析,还

是支付宝消费统计,这些年度报告都是在用户不知情的情况下,“偷偷的”拿用户数据去做整体分析,多少会涉及到用户的个人隐私。如果在某出行软件中根据用户在某段时间内出行情况进行分析,用户虽然可以知道自己的行动轨迹,但该出行软件官方后台工作人员是否又会获得用户的数据呢?即便你我都是普通人,行程如何对于他人来说毫无价值,但被别人知道了还是会有“被监控”的心理感觉。

移动应用想给用户做年度总结是件好事,其目的是为了用户体验以及娱乐。但在娱乐过后仔细想想,年度总结“漏洞”太多。如何人性化又有安全性的去做年度总结,还需要社会多方共同研究。