

国际 科技 即时

推特小蓝鸟时代终结，马斯克梦想中的“X”更像微信 | Whatsnew

面临Threads夹击的马斯克，选择单枪匹马抹掉在文化词典中占据逾15年的Twitter小蓝鸟品牌形象。



2023年7月23日，Elon Musk 和 Twitter 商标。摄：Jaap Arriens/NurPhoto via Getty Images

端传媒记者 刘颖妍 发自新加坡 | 2023-07-25

即时

Twitter（推特）的小蓝鸟即将成为过去。用户发的也不再是Tweet（推文）而是“x’s”——马斯克（Elon Musk）宣布，Twitter将更名为 X。

这位亿万富豪自去年入主Twitter后，变动频繁，周日（7月23日）他在Twitter发文：“我们很快会告别Twitter品牌，且逐渐更换掉所有的小鸟。”其后，他正式贴出显示新“X”商标的标，及以用灯光打上新商标的Twitter总部大楼外观。马斯克本人的头像也已率先换上“X”商标。

现在进入Twitter网站，可见加载页面及左方列表的商标已换成“X”，网站域名及手机应用程序名称仍未变更，惟实际输入“X.com”网址后，也已导向Twitter页面。

事实上，这个“X”不仅仅是更换品牌商标，也不只是品牌重塑，而是马斯克一个更大的目标——他多次以中国的“微信”（国际版称为Wechat）作类比，表示想建立一个包罗一切的“everything app”。

彭博社援引一份4月在对Twitter的诉讼上作为证据向法院提交的文件，当中显示，Twitter早已被并入一家名为“X Corp.”的公司。

早在去年10月开始收购Twitter时，马斯克已发文指“[买下Twitter是为了驱动X。](#)”“我认为推特有助于将进程加速三到五年。”（延伸阅读：[《解雇管理层、大裁员、实名认证收费？收购Twitter后马斯克做了什么？》](#)）

而这个计划的灵感，来自于中国的社交媒体巨头、应用程序“微信”。去年5月，马斯克参与由4名硅谷创业家创立的All-in Podcast的[All-in Summit](#) 对谈，提到对微信的赞赏，“在中国，你就靠微信生活了，”他指，“它无所不能——有点像Twitter，再加上 PayPal和一大堆东西，集成在一个界面中。这是一款出色的应用程序，而在中国外，我们暂时没有类似的。”

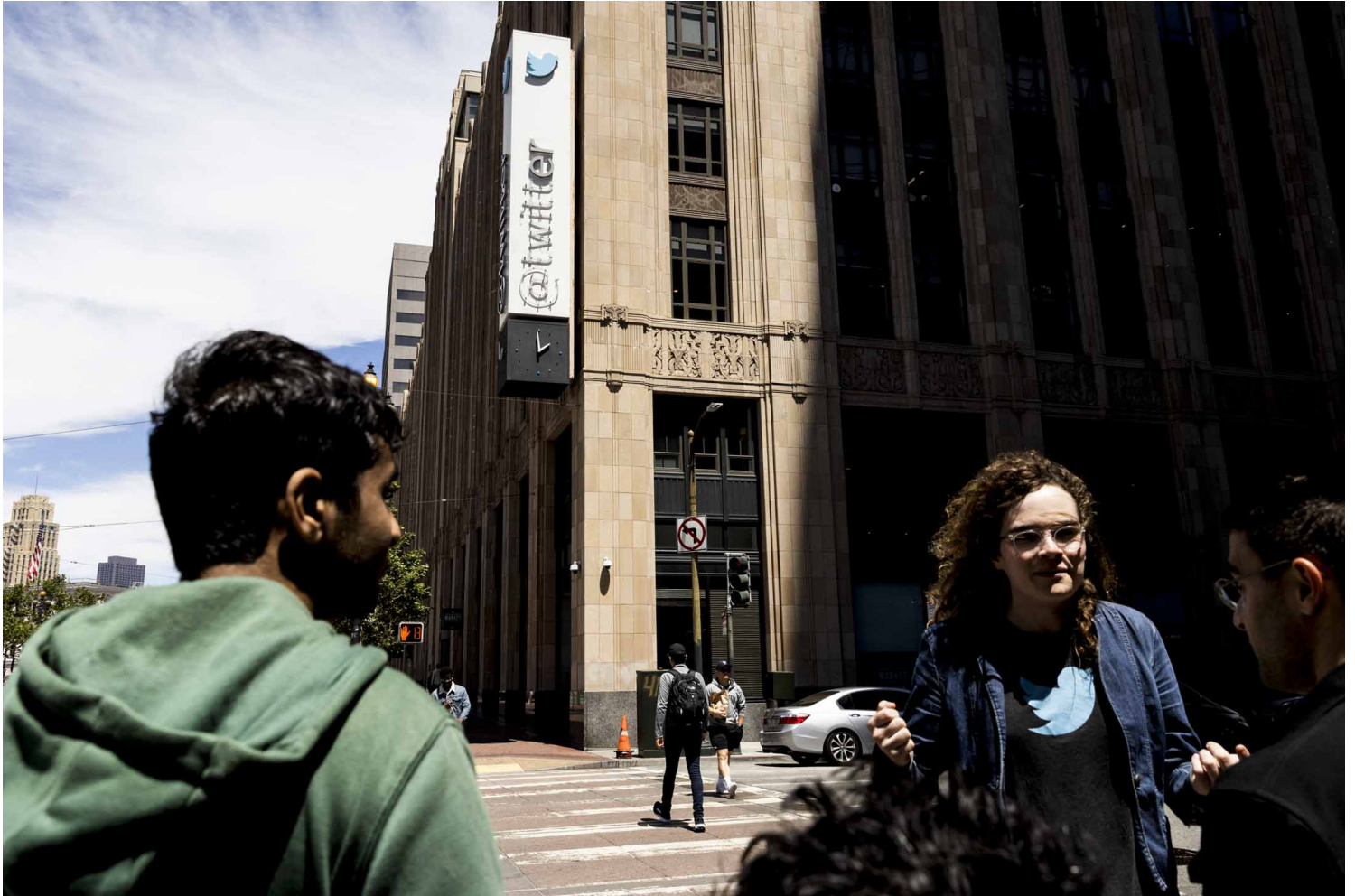
微信提供近乎全方位服务，包括文字和影片聊天、照片及文件共享、乘车服务、外卖订餐和网上支付等等。甚至，大量政府公共服务和社会管理——包括防疫程式“健康码”，也由微信提供。（延伸阅读：[《健康码一周年：被保护的和被囚禁的》](#)）

换言之，“X”极有可能会涵盖支付功能，包含点对点交易和签帐金融卡。事实上，X.com本身就是马斯克所创立的线上金融服务和电子邮件支付公司，于2002年被现在的第三方支付服务商Paypal收购，他后来再于2017年买回这个网域名。

马斯克团队亦正陆续在美国各州申请支付许可证，似乎是在为引入支付工具作准备，而目前亚利桑那州、密歇根州、密苏里州以及新罕布什尔州已批准Twitter获得许可证。至于一直推广“狗狗币”的马斯克会否进一步引入加密货币支付，则是另一焦点讨论。

Twitter新任行政总裁Linda Yaccarino也表示，“X”是一个由人工智慧技术驱动的全方位互动平台，将结合

音乐、影片、讯息和支付功能，创建一个供大家分享创意、商品、服务和机会的全球平台，并以无法想像的方式连接每一位用户，而现在，才刚刚处于想像的起点。”



2023年7月24日，美国加州旧金山 Twitter 总部的部分商标被拆除。摄：Benjamin Fanjoy/Bloomberg via Getty Images

马斯克收购Twitter后将之私有化，预计重组后才再上市，暂未能从股价波动窥看市场反应。不过，部份媒体已表明并不看好Twitter这波改动。（延伸阅读：[《被马斯克玩坏的Twitter，还能活多久？》](#)）

科技行业媒体《Techcrunch》称此举“摧毁自己品牌”；[《卫报》](#)援引一名分析师指，Twitter的竞争前景并不明朗，正面对广告流失以及对手Meta（Facebook母公司）推出的新平台Threads夹击，财务亏损，现时进行品牌重塑的风险很高。分析公司Forrester的研究总监Mike Proulx亦指出，马斯克在竞争当下，单枪匹马抹掉在文化词典中占据逾15年的品牌名称，是一个极其危险的举动。

路透社同样访问到Mike Proulx，他补充说明，此举将进一步让Twitter最初的、曾经非常忠诚的用户群远离，“你也可以说他将会摆脱一个标志性品牌，但对曾经的Twitter来说，这是新的一天。”

Twitter变更品牌后会否再激发一波用户出走潮仍有待观察，不过，其不少竞争对手已小有斩获。如开源分

布式社交网站Mastodon的创始人Eugen Rochko指，它们的每月活跃用户数量一直稳步攀升，目前已达到210万，而Twitter的失误往往导致一批用户的“迁移”，如在马斯克收购Twitter成功后，Mastodon活跃用户一度达到250万，在此之前每月约仅有30万。

不过另一竞争对手、Meta的Threads却已从高峰下滑。Threads 于7月6日上线，5天后用户数一度冲到1.05亿，但却后劲不继，根据市场调查机构Sensor Tower统计，Threads 每日活跃使用者数量已下滑至1,300万人；数据分析公司SimilarWeb亦指出，用户每日平均花费在Threads的时间由19分钟下滑至仅4分钟。

当然，Twitter和Threads，或者说Meta的争斗远不只于此。早在Threads上架当日，网络上已有声音指，其功能及介面与Twitter十分相似，马斯克更发推文（或者现在要称为发X's）讽刺，“竞争可以，作弊不行”，更有外媒传出，Twitter方面已委任律师寄信，称Threads严重抄袭Twitter，警告或将采取法律行动。

Instagram行政总裁Adam Mosseri周二（18日）于Threads发文，指平台将更严格采取流量限制等措施，有机会影响部分活跃用户，希望他们届时能向平台通报。而马斯克随即在Twitter发文嘲讽，“学人精，笑死。”

而让网民更为“期待”的是，马斯克与Meta行政总裁扎克伯格（Mark Zuckerberg）早前隔空相约线下“铁笼”打架，引起热议，更显得Twitter和Threads的“火药味”浓烈，社群网络就此出现无数梗图（Meme）。

事实上，自马斯克在去年接手Twitter后，就面对各种争议。如“蓝勾勾”验证制度更改为必须每月支付8美元，成为Twitter Blue用户后，才能获得，让不少用户，尤其是新闻媒体感到不满，认为有失公平。七月初，马斯克更一度试图为Twitter用户增加每日阅读上限，结果无疾而终。

加上马斯克大规模裁减人手，以及他的许多“出位”行为与言论，如曾将Twitter标志改为狗狗币，都让用户认为Twitter逐渐丧失了其原本的核心价值与特色，造成一波“出走潮”。（延伸阅读：[《公有化推特？另类社群媒体的理想与现实》](#)）