

# TikTok 推純文字發帖新功能挑戰 Twitter

香港文匯報訊 Twitter在易主後四面楚歌，競爭者紛紛對它發出挑戰。以影音內容為主的TikTok，24日宣布開放使用者以純文字發帖文，成為另一個挑戰Twitter社交媒體主導地位的科技巨擘。

法新社報道，在TikTok上，以純文字發帖文的作法與Instagram (Ig) 十分類似，而Facebook母公司Meta本月初也推出被稱為「文字版Ig」的Threads，向Twitter發出挑戰。與Threads一樣，TikTok也靠着龐

大的用戶而獲益，根據專業網站Business of Apps估計，TikTok每月活躍使用人數約14億。

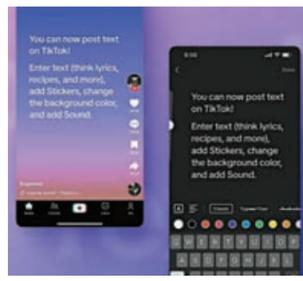
## 更具視覺效果

但與Meta不同的是，TikTok選擇將新推出的純文字發文功能，加到其原本的應用程式中，而非如Meta般推出Threads那樣的新產品。純文字版TikTok會比Twitter或Threads發文更具視覺效果，原因是用戶可

為帖文增添彩色背景、音樂和貼圖。

TikTok表示，新的發文方式將擴大「TikTok上所有人在內容創作上的極限」，並開創出在內文和圖片說明上的「創造力」。

先前除了Threads外，Mastodon、Bluesky和Substack Notes等較小的平台，也成為Twitter的潛在競爭對手。馬斯克上週表示，Twitter的廣告收入下滑了約50%，這讓Twitter的挑戰者看到一些機會。



◆TikTok 帖文可增添彩色背景、音樂和貼圖。網上圖片

# Twitter 換名 棄用 標誌



## 馬斯克冀打造萬能應用程式 分析指欠缺關鍵元素

◆紐約Twitter總部開始「拆招牌」，一名穿上「藍鳥」標誌衣服的女子到場見證。路透社

香港文匯報訊 全球首富馬斯克收購社交媒體

Twitter後，24日正式以一款黑底白色線條的「X」，取代Twitter傳統的「藍鳥」標誌。馬斯克更會將Twitter品牌正式重新命名為X，希望以類似微信的形式，將其包裝成包羅萬有的「X應用程式」。不過分析指馬斯克收購Twitter以來仍未轉虧為盈，資金和人手都有巨大缺口，現時變更傳統標誌，更讓不少用戶大失所望。如何完善資金鏈、避免核心用戶群體流向其他社媒，將成為馬斯克的巨大挑戰。

馬斯克對「X」情有獨鍾，該標誌幾乎出現在他名下所有企業，他早年參與創辦的網上銀行「X.com」，日後就與其他公司合併為支付平台Paypal。馬斯克的太空探索公司SpaceX及最新成立的人工智能(AI)公司「X.AI」亦是如此。如今馬斯克已將Twitter官方實體名稱改為「X Corp」，早前買回的域名「X.com」也已導向至「Twitter.com」。

### 涵蓋音頻視像信息銀行功能

打造一款萬能程式是馬斯克的構想，他去年就提到，在中國廣泛應用的微信功能齊全，從傳遞消息、支付賬單到電召的士服務都涵蓋其中。馬斯克早前直言，他希望Twitter成為「創建X程式的加速器」，Twitter行政總裁亞卡里諾在標誌更新後也稱，新程式將成為涵蓋音頻、視像、信息和銀行功能的產品。

### 欠缺時間金錢人手三大元素

不過獨立諮詢公司Forrester研究總監普魯克斯解釋，打造一款「萬能程式」的基礎，是充足的時間、金錢和人手，「然而馬斯克接手後，Twitter負債高達130億美元，大批員工都被裁撤，意味公司已不再擁有這三樣關鍵元素。」

### 入主後動作多多被批殺死Twitter

《衛報》指出，廣告收入是Twitter原本的主要收入來源，然而馬斯克入主後，平台審核標準頻繁變更，對廣告商的吸引力大不如前，馬斯克亦承認平台廣告收入較收購前下滑50%。若要徹底改革商業模式，首先要實現盈利，擁有穩定的現金流，如今即使馬斯克拋售大量名下車企Tesla的股票為Twitter「輸血」，短期內也難以扭虧為盈。美國有線新聞網絡(CNN)還提醒，馬斯克入主後頻繁變更內容審核標準，推出需付費認證的「藍鳥」，又一度限制用戶每日瀏覽帖文數目等做法，已引來不少Twitter忠實用戶不滿。社媒上也不時見用戶抱怨Twitter虛假信息增多、使用體驗欠佳。如今撤換熟悉的「藍鳥」標誌，更讓許多用戶的印象分大減，「他的做法如同殺死Twitter，再為它套上名為『X』的空殼。」

英國數碼營銷機構Accuracast總經理迪維查認為，廣告商應審慎觀望Twitter的轉型，「馬斯克改變標誌不會馬上讓廣告商回流，但或會有人看好一個貌似合理的萬能應用程式前景。我們還是不建議廣告商立即加碼投資，但我們會密切關注其後續進展。」



◆馬斯克的賬戶換上新標誌。美聯社

馬斯克希望以類似微信的形式，將Twitter包裝成包羅萬有的「X應用程式」。資料圖片

香港文匯報訊 馬斯克撤下

Twitter的經典「藍鳥」標誌，勢拖累公司市值。彭博通訊社引述金融分析師估算，馬斯克此舉恐讓公司市值蒸發40億美元，縮水至約200億美元，與「藍鳥」和Twitter名稱相關的品牌形象、流行用語甚至現代文化等「軟實力」更或一併消失。

### 衍生「Tweet」「Retweet」等詞彙

品牌機構Fazer創辦人埃爾文解釋，Twitter是全球最著名的社媒品牌之一，「藍鳥」標誌與競爭對手Meta旗下兩家社媒Facebook (Fb) 和Instagram (Ig) 的標誌一樣深入民心，是全球許多網站和企業列明其聯繫方式必用的貼圖之一。美國田納西州范德比爾特大學金融學教授懷特也稱，「Twitter的流行已衍生出『Tweet』和『Retweet』等新造詞彙，可以通俗易懂地解釋名人或政客如何與公眾溝通。」大型科企更名並不罕見，Fb母公司Meta和Google母公司Alphabet都透過更名，區別公司與旗下知名品牌，但不會直接變更已深入民心的品牌形象。品牌諮詢公司Metaforce創辦人亞當森認為，「不論從商業營收還是品牌宣傳來看，撤換藍鳥標誌都不合理。」

## 市值蒸發恐逾40億美元 賠上流行文化等軟實力

## 改商標風險大 美服裝品牌Gap堅持6日「跪低」

香港文匯報訊 知名品牌的經典標誌深入民心，想要變更並非易事。《衛報》指出，不少知名公司都曾在變更標誌上失手，遭用戶強烈反對，營銷成績也大不如前。如今馬斯克撤換Twitter備受歡迎的經典「藍鳥」標誌，不排除有重蹈覆轍的風險。

美國連鎖服裝品牌Gap就曾經歷一次「出開跪低」的標誌變更。2010年，公司推出新款標誌，將消費者熟悉的正方形藍底搭配白色大楷字母，改為黑色小楷字母配上右上角一枚藍色小方塊。

然而新標誌一面世就收到一面倒負評，大批顧客直言標誌毫無特色，Gap最終僅堅持6天就轉軀，同意保留原版標誌。

英國皇家郵政(Royal Mail)的皇冠形象在全英家喻戶曉，不過在2000年，皇家郵政為表明「改革決心」，特地用托運(Consign)和徽章(Insignia)兩個詞彙拼接，更名為「Consignia」。然而非英語母語人士多數對這兩個詞彙並不熟悉，英國民眾也質疑新名稱不但沒有意義，更不利公司推廣海外業務，新名稱使用16個月後便徹底載入歷史。

## X圖樣商標超熱門 被控侵權風險100%

香港文匯報訊 馬斯克準備

將Twitter更名為X，但與X相關的圖樣有不少已被Meta、微軟等科企搶先一步登記，因此Twitter更名註冊時恐遇上麻煩。路透社報道，由於X被廣泛使用在各種商標上，Twitter更名為X後，料將遭遇許多法律上的挑戰，未來也可能遇上必須捍衛自家品牌名稱的問

題。商標律師格本說，「Twitter百分之百會碰上因此投告的情況。」他表示就他粗略估算，美國各行各業中，有近900個活躍商標與X有關。

自2003年起，微軟就擁有與其遊戲系統Xbox通訊有關的X註冊商標，而Twitter的新競爭對手Threads母公司Meta自2019年起，也擁有聯邦級別的商標註冊，是個藍白色的X字母。

### 部分X相關標誌品牌

#### 《X檔案》(The X-Files)

這部1990年代聞名全球的美國科幻電視劇於1993年開播，2002年結束，1998年和2008年還分別有同名電影上映，票房成績不俗。

#### 《變種特攻》(X-Men)

該系列電影以漫威漫畫虛構的超級英雄團體《變種特攻》為藍本，其主角之一「X教授」的形象備受影迷歡迎。

#### 微軟Xbox

微軟名下游戲機Xbox是最知名的「X產品」，坐擁包括《使命召喚》和《俠盜獵車手》等知名系列遊戲，其品牌近年不斷壯大，陸續推出Xbox X等衍生品品牌產品。

#### ITV X

英國的ITV廣播公司串流媒體服務名稱，正在其原有名稱後添加一個X，該免費平台去年12月正式更名為ITV X。

#### 《Madame X》

美國著名女歌星麥當娜的第14張專輯，於2019年發行，麥當娜同年在北美和歐洲舉行與專輯同名的「X夫人全球巡迴演唱會」。

#### 盧森堡旅遊局

盧森堡旅遊局的標誌中也有一個「X」，代表該國希望提供多元旅遊體驗，包括徒步旅行、水上運動和參觀古蹟等。