



交友軟體中 你是使用者還是商品？

簡梵軒 文

2018/05/27

你也曾在網路交友嗎？自網路興盛，交友不再需要面對面，只要連上網，就能將觸手伸至世界各地。這樣方便的發明，因應了現代人普遍快步調的生活，也提供了更有隱私的途徑，讓人們避免初次結識就得以真身示人的尷尬和風險，而是循序漸進地探索，一步一步認識對方，即使中途發現不合，亦可颯爽的切斷關係，而不會陷入現實人際關係的窘境。

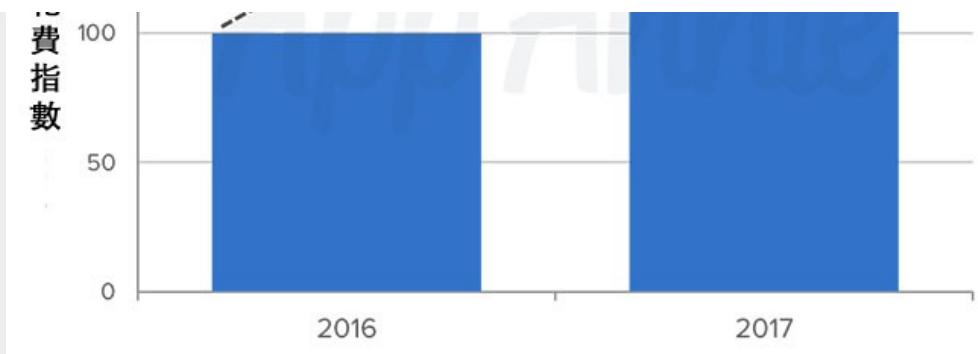
然而，隱私受到保障的同時，代表其他風險存在的可能，儘管擁有這樣的兩面性，網路交友者依然為數眾多，排除只追求性伴侶的族群，循此途徑尋找真愛的亦不在少數。近幾年智慧型手機的普及，交友軟體的誕生更大大促進網路交友的風潮與市場，究竟人們為什麼使用交友軟體呢？它又將對人們的交友模式造成哪些影響？人們使用交友軟體又代表著什麼？

交友軟體興起 帶起無限商機

自網路與智慧型手機這對「無敵拍檔」出現，大幅拓寬交友的管道，認識新朋友、甚至結交伴侶都不再受到空間的限制，部分人或因生活圈固定、周遭無理想對象，或無多餘時間社交，交友軟體成為他們最方便的選擇。

同時，因使用者眾多，交友軟體背後形成了龐大的商機，根據行動程式分析機構App Annie的統計，2017年全球消費者於iOS系統與Google Play前五名交友軟體的總花費，相較2016年成長了將近一倍；而屏除遊戲收益，行動程式使用者於知名交友軟體Tinder的消費金額僅次於網路串流影片供應商Netflix，穩居第二名。





App Annie的統計顯示，2017年全球消費者於iOS與Google Play前五大交友軟體的花費比2016提高近一倍。（圖片來源／簡梵軒重製）

資料來源：[App Annie](#)。

在台灣，交友軟體同樣蓬勃發展，這點可從應用程式商店上琳瑯滿目的選擇看出端倪，從一般配對軟體到直播、匿名聊天、語音對談等服務一應俱全，證明台灣交友軟體市場競爭激烈且需求廣大，以致不斷推陳出新，瞄準不同的客群商機，一絲都不放過。

交友軟體 本身即商品

在早期，交友軟體的前身——交友網站的形式偏向部落格，使用者在網站上撰寫文章，分享心情，然而隨智慧型手機的出現，螢幕尺寸縮小連帶影響長篇文章的生存，交友軟體進而轉成如社群網站般以圖片為主、短篇文字為輔的版面模式，功能愈趨單一與直接：如何有效開啟兩人認識的開端。

於今日，交友軟體扮演的角色多半注重於「線上交友」，而「線下交流」的部分則有待雙方進一步經營，透過這樣的形式，交友軟體本身已形成一個注重效率的工具，貼合人們使用智慧型手機的習慣——隨時隨地且方便即時，且其選擇多樣的特性成為支撐此模式的一大主因——適合就繼續發展，不適合就換下一個，反正新對象大排長龍，多的是備案。

因應市場需求，交友軟體走向多元化，如針對不同年齡層、追求穩定交往的想婚群，或主打匿名聊天及只聽得見彼此聲音的特殊交友方式，滿足不同族群找尋新伴侶的條件。隨市場競爭愈趨激烈，業者往往更能激盪出新的產品，從推演人際、愛情的模式和喜好下手，成功將無形的情感互動化為賺取大把銀子的管道，並解決人們對此服務的迫切需要。



APP名稱	Beetalk	iPair	WooTalk	Paktor	JustDating	SweetRing	Goodnight
特色	在台灣號稱交友軟體始祖，使用人數眾多，擁有行動論壇、搜尋鄰近朋友、揪團等功能。	除有興趣配對、聊天等一般常見配備之外，亦有直播功能。	僅有匿名聊天功能，且離開聊天室後便再也不會碰上同一人。	主打配對功能，且採雙向匿名制，在彼此皆想認識對方後才能開始交談。	主打約會功能，較偏向追求速食愛情的族群使用。	瞄準想婚族，進行以結婚為前提的交友配對。	僅限晚上十點至凌晨四點使用，並只以語音通話與對方交流。

目前台灣較知名的交友軟體一覽表，功能非常多樣化，乃針對不同族群所設計。（圖片來源／簡梵軒製）

參考資

料：[Beetalk](#)、[iPair](#)、[WooTalk](#)、[Paktor](#)、[JustDating](#)、[SweetRing](#)、[Goodnight](#)。

櫥窗購物與行銷 當使用者也成為商品

有趣的是，交友軟體本身是項服務與工具，而當人們使用交友軟體時，尋找適合對象的過程有如瀏覽商店街的櫥窗，同時自己亦成為商品之一，被他人所物色。在他人的凝視下，外觀的展演顯得格外重要，而個人照片作為視覺主體，成為決定勝負的關鍵，針對這點，網路上因此出現許多相關教學，指導使用者如何拍攝、選擇具吸引力的照片。此外，自我介紹欄位也有許多「眉角」，撰寫個人信息有如撰寫廣告文案，寫對了則有源源不絕的邀約，寫錯了則門可羅雀，成為滯銷貨。



網路上有關交友軟體自我介紹的教學文為數眾多，可以窺探自我介紹作為「個人文宣」的重要性。（圖片來源／Google搜尋截圖）

換句話說，交友軟體內的世界亦有如充滿競爭的市場，每個使用者都得精通自我行銷技巧，才可以成功引來他人的注意，並取得前往愛情路上的門票。

個人價值的快速審判 蒙蔽真實的可能

不過，交友軟體快速審視個人魅力與價值的機制，也可能帶來不良的影響，畢竟人並非平板的存在，每個人都由獨特的故事與經歷塑造而成，僅靠外表第一印象與簡短幾句話便決定是否與之結交，事實上是非常草率且倉促的，不僅「誤判」的機率高，更可能落入各種騙局。在快步調與講求效率的生活型態下產生的愛情工具，極可能是把雙面刃，一方面提供無限、多樣的選擇，一方面則耽誤許多真正的機會，它更新了人類交友的模式，但也犧牲了一些戀愛應有的樂趣。

因應時代而生的交友軟體，不可否認的帶給人們嶄新的社交手法，然而其優缺點兼具的兩面性，也提醒人們，即使手中握有新工具，嘗試新方法展現自我的同時，亦不忘應保有的交友初衷。在資訊量爆炸、真假混雜的網路世界中，如何維持清澈的視野而不被偏見或騙局所困，亦是使用交友軟體不能忽視的要點。

隨著時間的推演和科技的進步，交友軟體是否能不斷保有其存在的必要？人們又是否會改變現今習慣的交友模式呢？社會變遷總是如此快速，這個答案或許在不久的將來便會揭曉。

□ 回到【當愛受「商」】專題



記者 簡梵軒



編輯 林明慧