

# 社交媒体助力大学生互联网创业企业孵化研究

聂秀 于明江

临沂大学

**摘要:**网络时代,社交媒体平台已成为公众获取信息、发布信息的主要途径。大学生作为当下社会中的网络原住民群体,在社交媒体平台上的活跃程度逐年递升。而从当前我国大学生互联网创业的现状来看,大学生自身具备较强的创新创业意识、较高的文化素养和较强的社会实践能力,因此可以说是互联网创业的最优人选。本文旨在分析社交媒体与大学生互联网创业的内在联系,探讨社交媒体孵化大学生互联网创业企业的可能性,并从多个角度分析社交媒体对大学生互联网创业的助力关系。

**关键词:**社交媒体;大学生互联网创业

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.08.125

随着时代的发展,社交媒体已经展现为以互联网线上媒介为主,线下官方与非官方媒体为辅的主要形式,在目前信息时代,线上社交平台受到了越来越大的关注,把握时代的潮流与历史的方向,看清楚当代舆论与人流发展的方向,以社交媒体为平台的互联网创业已经成了青年创业的主流,迸发了无穷的活力。在目前自媒体百花齐放的时代,利用社交媒体进行互联网创业成为无限可能,社交媒体如同线下产业孵化器一般,对互联网创业的孵化成了新的领域,也为原有企业提供了更加多样的营销渠道,为企业全方位发展提供了有效的扶持和服务,为企业迅速成长创造了有利环境。

## 一、关于社交媒体的概念分析与内涵鉴定

### 1. 社交媒体的内涵

社交媒体是人们利用线上社交平台,分享彼此意见、见解、经验和观点的工具和平台。

### 2. 社交媒体的特点

社交媒体的特点是拥有大量网民用户,自发的创造、提供、传播新闻资讯的平台。主要是人数众多、自发的传播。

社交媒体的产生依赖的是WEB2.0的发展,源于网络技术发展赋予网民的交流、分享、传播的主动权。相应的网络技术支撑、多种多样的交互式互动平台,都源于对网民强烈自我表达与社交互动需求的深刻把握。社交媒体正是基于群众基础和技术支持才得以全面迅速发展。

展。

### 3. 社交媒体的种类

社交媒体主要包括社交网络,微博客,社交书签,社交分享,博客论坛,社交新闻等。

## 二、社交媒体在互联网创业过程中的孵化功能

### 1. 帮助大学生创业式就业

近些年来,大学生的就业难问题已经成为社会各界高度关注的热点问题之一,随着各大高校不断扩招,毕业生规模逐年递增,在就业岗位增幅低于毕业生增幅的情况下,大学毕业生的就业压力也逐年递增。如何拓展新的就业渠道,创造更多的新就业岗位,支持他们利用自身资源优势实现自主创业不失为一条良好路径,网络创业成为大学毕业生的首选。

社交媒体具有交互性强、信息传播快等一系列特点,社交媒体自身的资源优势与大学生网络原住民资源优势相结合,将社交媒体中蕴含的大量信息资源,与大学生视野思路开阔的资源结合,激发出各式各样的创新思路、创业范畴,促使大学生互联网创业成功,实现自就业的同时,也可以为社会创造新的就业岗位。

### 2. 帮助开发客户资源

据调查显示,社交媒体可以帮助互联网创业企业获得更多客户和订单。与一般线下企业相比,大学生互联网创业者在借助社交媒体开发年轻客户资源时具有更大机遇,营销沟通效果更好。大学生网络创业者利用社交

媒体进行的网络营销模式，有针对同一代人量身定做的产品与服务，且多采取薄利多销的促销手段，更能有效吸引青年消费群体购买提供的产品与服务。

### 3. 帮助实现一站式服务

现代消费正朝着一站式满意的方向发展。企业需要提供一站式满意消费服务，以获得更高流量和留住更多客户，使企业获得持续高速发展。消费者也不愿为维权而耗费过多精力、时间和金钱，偏向于一站式安心消费。

利用现代社交媒体的监督功能，大学生在创业时能够更好地将不同环节集合起来，提供能够符合消费者一站式满意消费的优质服务。

## 三、社交媒体孵化互联网创业的成功案

### 1. DocTalks

DocTalks是一家自由主持的自媒体，他们在社交媒体上以科普、健康等为主要内容，努力推广健康的生活方式。DocTalks在自媒体领域的成功主要在于他们对自媒体的理解和创新，他们将传统的健康科普元素与社交媒体的元素相结合，成功地推广了自己的品牌和理念。

### 2. Facebook

2003年，互联网实现了由Web1.0单纯通过网络浏览器浏览html网页模式向内容更丰富、联系性更强、工具性更强的Web2.0互联网模式的发展，这使得网民的主动权大大提升。Facebook适时推出了以“互联网+社交网络”为典型的社交网络，强调以人为本的思想，顺应了时代的趋势。另外，这个时候相应的科技已经成熟。数码相机的出现使得上传图片、音频、视频等变得方便可行。

### 3. 小红书

小红书运用社交媒体对受众群体精准定位，在内容选题方面，用相关的关键词裂变选题，紧跟时代热点。同时，腾讯新媒体的深度介入，为小红书带来了更多的流量支持，也为其提供了数据与智能技术、互联网基础

设施及金融科技等多个领域的技术矩阵支持。腾讯作为一个平台型公司，其通过技术的垂直布局，不管是在移动支付、大数据、互联网金融等各个领域都有着深厚的积累和能力。而小红书则通过年轻化、多元化等策略吸引年轻人，两者之间相辅相成，互利共赢，未来小红书的发展前景也因此更加乐观。

### 4. Keep

Keep运用社交媒体是用户和用户、用户和数据、用户和品牌之间产生了更多连接。Keep打破了时间、空间及资金对运动的约束，让用户在碎片化时间可以进行健身及社交分享的需求。在Keep的3.0版本中，商城功能的上线，标志着Keep从健身工具向运动平台的转型。Keep通过品牌化让用户觉得运动是一件很酷的事情，很大程度上购买Keep的运动装备其实就是在消费Keep的品牌价值：自律、有追求、年轻、时尚、个性等。

## 四、社交媒体孵化大学生互联网创业的助力机制

社交媒体能够助力互联网创业者成功创业，给创业者带来一系列的好处，但是要实现这些好处，就必须要求社交媒体具有一个完善的助力能力。

1. 大数据后台服务体系，助力创业者成功创业。社交媒体平台拥有强大的信息收集功能，企业可以通过社交媒体平台，收集消费者的各种反馈信息。这些信息将成为企业改进产品质量和服务的重要依据。但是如果没有一个有效的大数据后台服务体系，就无法对这些反馈信息进行整理和分析，从而找出问题所在。因此，社交媒体平台需要具备大数据后台热爱服务能力，对用户反馈的信息进行过滤和分析，以找出问题所在并及时解决。这需要企业通过社交媒体平台与消费者建立联系，不断收集消费者反馈信息，然后将其整理和分析。只有这样才能保证企业能够及时了解到市场环境的变化和消费者需求的变化，进而进行优化生产和服务。

2. 互动监督体系，助力用户提升购买体验。在目前市面上所出现的社交媒体创业中，网络自习室这一项目

深受学生党的喜爱，这一服务内容为考研党提供互交平台，以相互监督、相互鼓励为卖点，为学生打造异地、共勉、一致的监督交流平台。这就是社交媒体的助力用户提升购买体验而存在着多种形式的表现。一是利用软件条约与规则，主要方式是利用用户的帐号成立协约与机制，充分的对用户的使用行为进行规范与要求。同时进行权利与义务的规范管理，以此达到规范的力度，主要表现为一些正规的平台，以主流社交媒体的帐号管理为主；二是以销售买断性产品为主的平台，这里社交媒体也通过付费的形式让用户参与，在付费参与的过程中，用户由于前期投入的沉没成本，会助力用户不断使用平台产品增加购买体验，这种平台对用户使用的监督与助力，在社交媒体上是默认的潜规则，以不外显的形式推动着用户提升购买体验的扩散；三是新型的用户开发式与买断式助力相融合。网络自习室这一项目就是通过消费者、社交媒体与企业三方协议，以销售买断性产品付费参与，增强了前期的沉没成本，大大提升社交媒体的监督助力机制。

3. 大数据后台服务体系与互动监督体系的联动，助力企业与消费者双赢

在社交媒体中，用户可以对平台上发布的信息进行评论、转发，平台可以根据用户评论的内容和时间对信息进行分类管理。这种模式既保留了助力用户提升使用体验的作用，又助力企业实现信息的公开与传播。目前国内出现了一些社交媒体与企业联合搭建平台，企业将自身需求、产品服务等信息在社交媒体上发布，用户可以通过社交媒体对企业产品服务使用体验进行评价。这种模式既可以减少企业营销成本，又能促进产品服务质量的提升。

社交媒体与企业、用户之间是一种相辅相成、互相促进的关系，当我们利用好这种关系时，可以实现三方共赢。

## 五、社交媒体与大学生互联网创业的深度融合

在全面进入小康社会的大背景之下，人们对生活质量要求越来越高，对产品的选择也越来越挑剔，尤其是对于一些高端产品而言，为了能够满足人们对于产品质量和外观的要求，企业必须要依托社交媒体与大学生互联网创业的社会潮流，助力大学生互联网成功创业的同时，建立更加全面的营销体系，让产品知名度与市场占有率插上大学生互联网创业的翅膀，在激烈的市场竞争中实现快速可持续发展。

互联网时代下，创业营销模式也发生了巨大的改变，传统的创业营销模式已经无法满足当下青年发展所需。青年创业者需要转变创业理念与创业场域，积极利用社交媒体的新营销功能与青年一代的网络原住民资源，将现代化的创业营销理念，融入社交媒体创业营销场域中，提高创业成功率。

### 参考文献

- [1] 臧蓉蓉. 利用社交媒体提高大学生创业能力探索[J]. 继续教育研究, 2021, No. 268 (12): 53-56.
- [2] 牟腊春. 社交媒体在大学生创业中的作用研究[J]. 经济师, 2020, No. 379 (09): 153-154.
- [3] 张凌. 现代社交媒体在大学生创业中的作用研究[J]. 无线互联科技, 2017, No. 109 (09): 132-133.
- [4] 王晓笛, 张军璞. 论大学生创业中社交媒体的有效应用[J]. 中国报业, 2017, No. 419 (10): 80-81.
- [5] 齐雨桐, 齐强. 基于社交电商的大学生创业实践模式及平台搭建研究[J]. 就业与保障, 2021, No. 271 (05): 81-82.
- [6] 郝滢滢, 耿子健. 新媒体视域下大学生创业孵化机制构建路径[J]. 科技创业月刊, 2021, 34 (02): 117-118.
- [7] 袁心怡, 沈锴. 新媒体环境下大学生创业途径探索[J]. 大众文艺, 2020, No. 488 (14): 213-214.
- [8] 陈静, 陈美. 手机社交媒体对大学生生活的影响探究, 新媒体研究 (J) 2015年10期