

对主流App链接互联互通的测试报告

互联互通会议（第三次）引题

二零二一年 十月

一、测试说明：平台选择

- 测试应用选择原则：以9月9日工信部行政指导会参会企业为基础，聚焦高频使用场景，围绕电商、短视频、长视频、信息资讯四大领域选取12款测试应用。
- 即时通信平台选择：选取了国内即时通信领域典型代表微信、QQ^注两大平台。

测试平台类型及名称



注：微信测试版本为8.0.15版，QQ测试版本为8.8.33版

一、测试说明：测试维度（1/2）

主流互联网平台链接分享方式主要包括两种形式“复制链接分享”与“一键直达分享”。两种分享方式在操作流程与内容展示方面均有明显差异。

- 复制链接分享：用户通过复制粘贴链接的方式在即时通信平台进行内容分享，展示形式多为“链接+X”。
- 一键直达分享：用户通过点击分享图标自动跳转至即时通信平台进行内容分享，展示形式多为“图文卡片”。

国内互联网平台间常见内容分享方式



一、测试说明：测试维度（2/2）

- **工信部“三条合规标准”主要面向网址链接互联互通。** 9月9日工信部在“屏蔽网址链接问题行政指导会”针对即时通信软件提出了三条合规标准，要求限期内各平台需按照标准解除链接屏蔽。经过研读，我们认为复制链接分享方式与三条合规标准吻合程度较高，即主要针对“网址链接”的互联互通提出要求 and 规范。
- **以“三条合规标准”为基础，设计测试内容与维度。** 聚焦一对一场景，围绕“复制链接分享”和“一键直达分享”两种方式，对链接分享与打开的方式进行测试。

工信部即时通信链接互通三条合规标准



测试内容及维度



二、链接互联互通测试结论（1/2）

- 测试应用与即时通信平台初步实现了一对一场景链接互通：截至10月12日，12款主流互联网应用均能通过复制链接的方式在即时通信平台一对一场景中进行链接分享，其中11款（快手除外）应用链接可以在即时通信平台内直接打开，快手需要下载客户端方能打开链接，我们认为属于市场引流行为，而非链接屏蔽。值得注意的是微信针对所有外链设置了跳转提示。
- 整改期限内，平台间链接互通未能完全执行到位：通过对淘宝与微信、QQ链接互联互通进程追溯，发现在整改节点后的9月18日，微信与QQ在苹果终端可打开淘宝链接，安卓终端中仅QQ可以打开淘宝链接，微信仍然处于封禁状态。

链接互联互通测试结果

未互通说明

快手在即时通信平台分享链接，若已安装客户端则可直接打开，若未安装则需下载客户端方能打开。我们认为快手这一行为属于市场引流，而非链接屏蔽。

12款

测试应用数量

11款

链接基本互通应用数量

提示

<https://mobile.yangkeduo.com/goods2.h...>

该网页可能不是由微信提供，微信无法确保内容的安全性，如果要继续访问，请注意保护好个人信息。

继续访问

返回

微信对外链设置跳转提示

淘宝与即时通信平台链接互通变化进程

淘宝链接能否打开

终端系统	即时通信平台	行政指导会前	限期要求 测试时间：9月18日	最新进展 测试时间10月12日
苹果	QQ	✗	✓	✓
	微信	✗	✓	✓
安卓	QQ	✗	✓	✓
	微信	✗	✗	✓

说明：9月18日测试结果源自“驱动之家”

二、链接互联互通测试结论（2/2）

- **用户分享同类产品或者服务的网址链接展示不统一**：虽复制链接分享与打开在一对一场景下已基本实现互通，测试中我们发现，测试12款应用在即时通信平台链接展示形式各有不同。主要包括“链接”、“介绍+链接”、“乱码+链接+介绍”三种形式，与工信部“三条合规标准”存在差距。
- **腾讯对不同平台链接展示存在歧视**：腾讯生态中应用分享链接展示形式相对统一，为纯链接形式展现。

分享链接在即时通信平台展示情况

展示形式	链接	介绍+链接	乱码+链接+介绍
典型应用	 京东  拼多多  优酷  腾讯视频	 爱奇艺  哔哩哔哩  快手  今日头条  Baidu新闻	 淘宝  抖音
示例	http://m.v.qq.com/play/play.html?vid=t0040e7lg5x&playtime=00:07&url_from=share&second_share=0&share_from=copy	【奋斗百年路启航新征程·中国共产党人的精神谱系】伟大抗疫精神新时代不朽的精神丰碑 https://c.m.163.com/news/a/GM2AE3NG000189FH.html?spss=newsapp	1.0微CmrjXst7VVq啊 https://m.tb.cn/h.fV0caot?sm=be7c23 【美国直邮】免妈kitchenaid 5QT 6QT专业厨师机ka搅拌机和面

链接展存在问题

1	网址链接展示形式不统一
2	链接展示有歧视：腾讯生态中应用主要展示形式为“链接”
3	较“三条合规标准”要求有差距：三条标准要求“对于用户分享同类产品或服务的网址链接展现和访问形式应保持一致”

三、“一键直达分享”测试结论

绝大部分应用已实现与即时通信平台进行一键直达分享，少数应用仍需要复制链接进行内容分享。

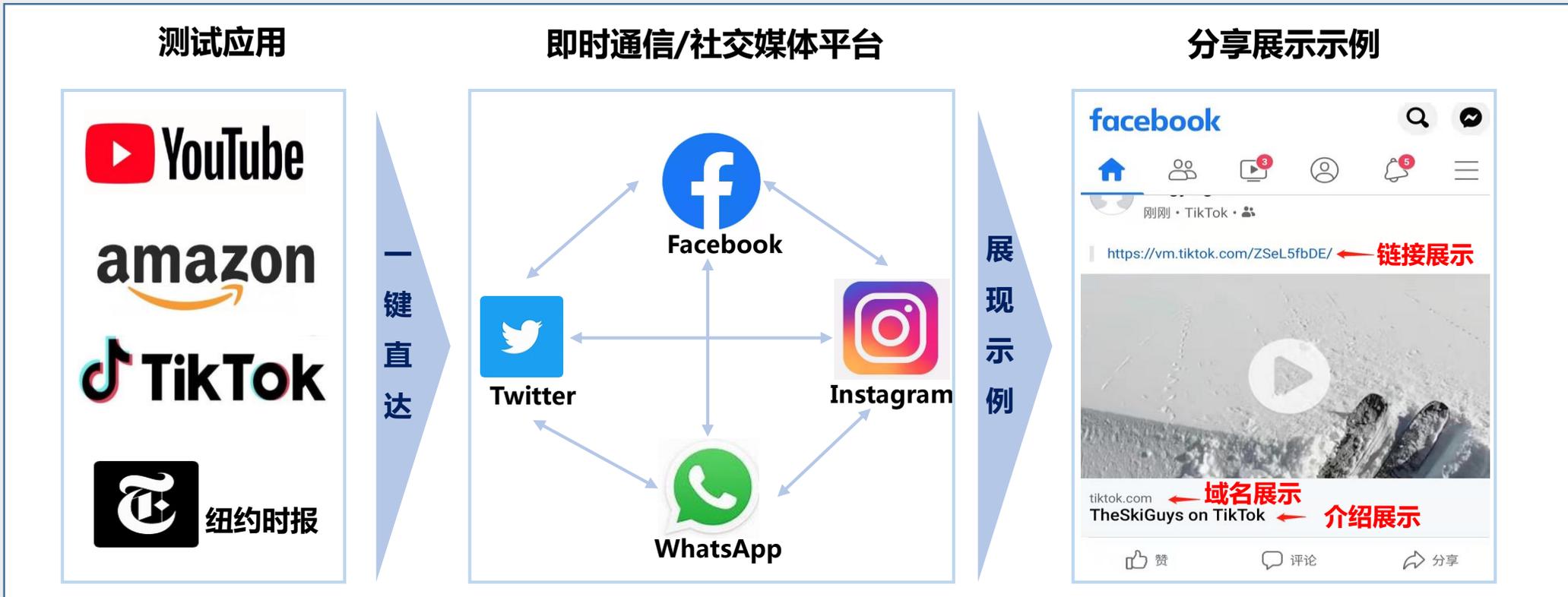
“直达式分享”测试结果

应用名称	微信（一对一场景）	QQ（一对一场景）
淘宝	✗	✗
抖音	✗	✗
拼多多	✓	✓
快手	✓	✓
京东	✓	✓
爱奇艺	✓	✓
优酷	✓	✓
腾讯视频	✓	✓
哔哩哔哩	✓	✓
百度新闻	✓	✓
今日头条	✓	✓
网易新闻	✓	✓

四、国际主流平台互联互通测试（1/2）

- 国际主流平台支持“复制链接分享”和“一键直达分享”两种方式进行内容分享：通过对国际主流应用在即时通信平台/社交媒体平台上进行内容分享测试，发现国外平台支持“复制链接分享”及“一键直达分享”两种方式。没有限制用户转发、屏蔽分享链接等行为，各类服务商均可以在即时通信平台/社交平台上自由分享转发。

国外主流应用一键直达分享示例



四、国际主流平台互联互通测试（2/2）

- ❑ **复制链接分享展示不统一**：将主流应用以复制链接的方式分享至Facebook，发现分享内容主要展现方式包括“链接”、“介绍+链接”两种，视频类应用主要以“链接”方式展现，电商及资讯应用主要以“介绍+链接”方式展现。
- ❑ **一键直达分享展示相对统一，图文卡片展示是常见方式**：除YouTube在Twitter内容分享为链接展示外，其他一键直达分享内容展示均为图文展示。

“复制链接分享” 展示方式

以Facebook平台展示为例



The screenshot shows four Facebook posts arranged in a 2x2 grid, illustrating how links are shared. The top-left post is from YouTube with the URL <https://youtu.be/UE17kztkQlw>. The top-right post is from TikTok with the URL <https://vm.tiktok.com/ZSeLnC5Yv/>. The bottom-left post is from the New York Times with the headline "Consumer Prices Jump Again, Presenting a Dilemma for Washington" and the URL <https://nyti.ms/3azRsd0>. The bottom-right post is from Amazon with the headline "Introducing Kindle Paperwhite Signature Edition (32 GB) – With a 6.8” display, wireless charging, and auto-adjusting front light" and the URL https://www.amazon.ca/dp/B08N2QK2TG/ref=cm_sw_r_apan_glc_i_6KGSVGA2A5Q13CM5H6VK. Logos for YouTube, TikTok, and Amazon are shown on the sides of the grid.

“一键直达分享” 内容展示方式

测试应用	Facebook	Twitter
 YouTube	图文展示	链接展示
 amazon	图文展示	图文展示
 TikTok	图文展示	图文展示
	图文展示	图文展示

五、主流应用国内外版本链接互通评析

- 抖音与微信境内外互通规则明显不一致，国内规则更消极：抖音与微信海外版（Tik Tok与WeChat）可通过“复制链接”与“一键直达”两条路径进行内容分享。反观国内版，在国家部委的专项整治行动下，近期才初步实现复制链接互通，而一键直达式互通依然面临很多障碍。

抖音与微信国内外版本链接互通情况



六、思考与建议

万物互联是互联网行业发展的初衷，链接互通是互联网行业回归行业本质第一步。在工信部“有形的手”推动下，各类应用与即时通信平台基本实现了“一对一场景下复制链接形式互通”。但对标工信部管理要求和国际平台链接互联互通情况，我们认为目前仍面临有诸多挑战，基于本次测试有以下问题值得关注，需借助行业力量进一步推动完善。

问题与思考

- 分享链接展示方式不规范、不统一，较工信部管理要求仍有差距。
- 目前平台间仅实现链接基本互通，主流应用间尚无法进行一键直达分享，较国际互通水平仍有差距
- 本土企业同类应用海内外互通规则存在明显差异，国内规则更为消极

优化建议

- 以影响最小化原则即“信息资源影响最小”和“用户影响最小”，推动行业标准建立，规范链接分享展示。
- 借助解除链接屏蔽契机，对标国际现状，推动平台间一键互联，实现平台间连接互通的便捷化。
- 以海内外链接互通“无歧视”原则，推动相同应用国内外版本链接互通无差别统一。





THANKS