

直播鼻祖变形记：剥离虎牙BIGO挑大梁

营收环比大降

8月13日，欢聚发布了2020年二季度财报，营收58.4亿元，同比增长36.3%；美国通用会计准则下净利润4.9亿元，同比增长38.3%。

尽管欢聚鲜有提及虎牙，但剥离虎牙确实影响了欢聚2020年二季度财报，营收环比减少13.1亿元，换算成百分比是环比下滑18.3%。

虎牙原是YY的游戏直播业务，后在2016年成立独立公司。2018年5月，虎牙在纽约证券交易所上市，成为中国游戏直播第一股，并在上市前夕获得腾讯投资。

2020年4月，腾讯全资子公司增持虎牙2.6亿美元，成虎牙最大股东。2020年二季度，虎牙业绩并入腾讯，不再出现在欢聚的财报中。8月10日，在腾讯提出的斗鱼、虎牙合并建议书中，腾讯计划作价8.1亿美元，收购欢聚所持虎牙的3000万股B类普通股，这让虎牙和腾讯更加亲密，却与欢聚的关系越来越远。

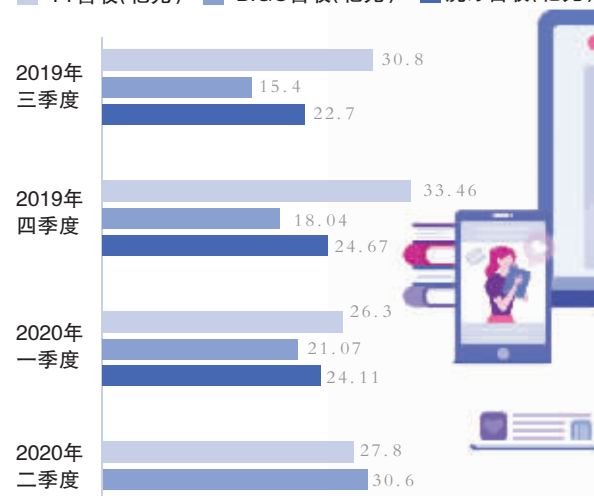
腾讯前一日披露的2020年二季度财报，专门提到了虎牙并表的影响：社交网络营收267.14亿元，同比增长29%，主要由数字内容服务包括虎牙自2020年4月起并表、直播服务的贡献、音乐服务会员数增长以及游戏虚拟道具销售收入所推动。

在欢聚时代财报的营收数据中，却并没有强调虎牙，仅指出：直播营收同比增长40.1%至56.1亿元，主要是由于BIGO直播收入持续增长。其他营收同比下降18%至2.3亿元，主要由于YY其他营收减少。”

不过在腾讯拿下虎牙前，欢聚和虎牙的联动也不多。欢聚相关人士告诉北京商报记者，“我们没有业务上的合作”。至于欢聚时代目前持有的虎牙股份比例，以及转让股份后的持股比例，截至记者发稿，该人士暂未透露。

恰逢虎牙被剥离，海外局势扑朔迷离，运营着老牌直播平台YY，且整个集团九成用户均来自海外的欢聚格外被市场关注。根据欢聚8月13日发布的2020年二季度财报，其营收环比下降18.3%至58.4亿元。本来由YY、虎牙、BIGO支撑的欢聚，如今营收主要靠老产品YY和面向海外市场的BIGO贡献。二季度YY营收环比微增5.7%至27.8亿元，但依然不及2019年4个季度的成绩，BIGO营收则首次超过YY，营收占比第一次过半。从营收额和增幅看，BIGO将成为欢聚的下一个引擎，不过海外市场的风险，也让欢聚的未来充满不确定性。

YY营收(亿元) BIGO营收(亿元) 虎牙营收(亿元)



近4个季度YY、BIGO、虎牙营收一览

YY、BIGO一退一进

在剥离虎牙之前，YY、虎牙、BIGO是支撑欢聚营收的三条产品线。剥离虎牙后的2020年二季度，欢聚财报中只剩下YY和BIGO的营收数据：YY营收27.8亿元，BIGO营收30.6亿元。

巧合的是，YY和BIGO的营收额和占比也在悄然生变，二季度BIGO营收占比首次超过一半，达到52.3%，YY占比47.6%。

从营收占比的绝对值看，YY的47.6%要

高于2020年一季度的36.8%。不过比达咨询分析师李锦清提醒：“一季度36.8%的营收占比是虎牙并表在欢聚时的比例，二季度YY营收占比升到47.6%，是因为欢聚的总营收减少了，也就是说分母小了”。

如果将2020年一季度欢聚财报中虎牙营收的24.1亿元减去，YY与BIGO的营收占比分别是52.2%和47.8%。

照此计算，YY在2020年二季度营收环比微增5.7%，但是对欢聚的贡献比例其实是下降的，BIGO则成了对欢聚贡献最大的产品。

这样的走势早有迹可循。2019年一季度，

BIGO被并入欢聚财报，从那时起，BIGO的营收一路从3.96亿元一路涨至30.6亿元，不断缩短与YY营收的差距，并在2020年二季度反超。

相反，曾经的营收主力YY的增长几近停滞。对比2019年至今6个季度的业绩，YY在2019年四季度营收最高，有33.5亿元；2019年一至三季度分别是27.5亿元、30.5亿元、30.8亿元。到了2020年，YY营收已经连续两个季度未攀上30亿元大关。

来自QuestMobile发布的《中国移动互联网2020半年大报告》数据，YY与快手、抖音等头部直播平台，以及已经剥离的虎牙，在月

活规模上也有较大差距。2020年6月，YY MAU(月活用户)1918万、虎牙MAU 2862万、快手MAU 4.3亿、抖音MAU 5.1亿。

出海有“危”更有“机”

欢聚在财报中强调的是全球月活用户，2020年二季度欢聚全球移动月活4.57亿，海外用户占比91%。以产品划分，BIGO live移动端月活跃用户2940万，同比增长41.3%；Likee移动端月活跃用户1.503亿，同比增长86.2%；Hago移动端月活跃用户3170万，同比增长25.3%。

欢聚相关负责人向北京商报记者透露，“中东、日韩澳、欧洲、北美这4个地区是直播产品BIGO live的营收主阵地，BIGO的收入目前主要来自于BIGO live，短视频产品Likee主要还在积累用户规模的阶段。”

在上述海外App中，欢聚仅披露了BIGO的营收额和营收结构，在2020年二季度的30.6亿元营收中，BIGO的直播业务营收29.5亿元，其他营收1.2亿元。

目前出海局势复杂，前有印度下架数十款中国App，后有美国施压TikTok，一部分业内人士对欢聚的海外策略可持续性持怀疑态度。

欢聚董事长兼CEO李学凌在发布财报后表示，尽管全球市场出现了一些波动，但公司将坚持全球化的战略大方向不动摇，在全球拓展更多市场。

在文渊智库创始人王超看来：“现在海外市场的确充满了风险，但欢聚海外化已成定局，没有回头路可走了。中国企业在印度市场的问题相对可控，而且印度市场虽然用户众多，但用户付费意愿和能力不强，导致ARPU(每用户平均收入)比较低，面临的问题还比较初级”。

北京商报记者 魏蔚



上海凯赛生物技术股份有限公司首次公开发行股票 在科创板成功上市

股票简称：凯赛生物

股票代码：688065

发行价格：133.45元/股

发行数量：4166.82万股

保荐机构（主承销商）：



投资者关系顾问：



广告