

出海互联网企业“内外兼修”

有人欢喜有人忧

在海外闷头挣钱的中国互联网公司，因为海外局势和疫情等原因，正被一次次置于舆论中心，已上市企业的业绩则成了最直接的晴雨表。

2020年二季度欢聚营收同比增长36.3%至58.4亿元；净利润4.94亿元，同比增长38.3%。剥离虎牙后，BIGO营收占比首次超过一半，达到52.3%，成为欢聚新的营收支柱。

对比营收和净利润，欢聚较猎豹移动和触宝的优势明显，不过营收额最小的触宝却是营收增幅最高的一家。2020年二季度触宝营收1.26亿美元（约8.72亿元），同比增长236%；净利润454万美元（约3142万元），同比扭亏。

猎豹移动的亮点在净利润。受益于处置了所持有的字节跳动股份，猎豹移动在2020年二季度净利润2.44亿元，远高于去年同期8250万元的净利润，但营收同比下降59.4%至3.94亿元。

这三家公司中，受海外不确定因素影响最大的是猎豹移动。2018年底和2020年2月，Facebook和谷歌分别与猎豹移动中止了广告变现合作，从2020年一季度开始，猎豹移动的广告开始明显受挫。

猎豹移动CEO傅盛承认，公司仍面临着巨大的外部挑战。“在海外，猎豹移动还是没有恢复与Facebook以及谷歌的合作，这导致其很难获取新用户以及变现流量。海外收入仍在下滑。在国内，从年初开始，疫情影响整个线上广告行业，导致eCPM（每一千次展示可以获得的广告收入）下跌。

这不是一个新人笑旧人哭的故事，只不过这三家公司已经上市，有可以量化比较的业绩，所以得到了更多的业界关注，其实在出海的中国互联网公司中，更多的是一些游戏类企业，在国内知名度并不高。

根据App Annie发布的2020年7月中国厂商出海收入排行榜，前十名的企业几乎清一色是游戏公司，扩大到榜单前三十，绝大多数也都是游戏出海企业，在这波印度、美国的施压风波中，游戏公司却不是靶心。

文渊智库创始人王超向北京商报记者解释：很多游戏公司总部在海外，本地化也做得不错。美国这次施压的中国互联网公司中，不涉及游戏公司，我认为原因是不涉及安全问题。印度封禁的App中虽然有游戏公司，但印度市场对这类企业的营收影响不多”。

8月20日，北京商报记者在触宝官网发现，2020年下半年至今，触宝发布了超过10个有关海外业务的招聘信息。虽然触宝相关人士并未向北京商报记者透露所涉及的海外具体产品，但这家老牌出海企业释放的信号很明显：海外市场，我们不放弃。其实这也是大部分出海的中国互联网企业的态度，比如欢聚CEO李学凌直言将在全球扩展更多市场，猎豹移动在阿拉伯国家的积极布局。

从业绩上看，复杂的海外局势和疫情让中国出海企业承压。2020年二季度，猎豹移动营收没能恢复增长；触宝虽维持了营收增长却严重依赖广告；欢聚的海外直播产品BIGO营收持续增长，但还未盈利。“危”“机”并存的当下，出海的中国互联网企业也在国内规划未来，猎豹移动推出机器人等AI产品，触宝上线的网络文学App挤进行业前三。对它们而言，“两条腿走路”成为默契选择。



长期关注中国出海企业的丁子瞰（化名）告诉北京商报记者：还有一个原因是游戏产业的合作方式相对复杂，在联运、发行、研发方面有很多交织的环节。中国游戏公司出品的产品，也可能是美国游戏发行公司在本地发行，相反也一样，所以很难界定”。

换姿势继续攻海外

未受波及不代表不用未雨绸缪。在与出海的中小创业者沟通中，北京商报记者了解到，很多创业者正在做“云迁移”，为的是符合当地法律法规监管要求。

从政策层面规避风险，只是技术性操

作，其实中国出海企业在市场选择、业务调整上也一直有想法。

欢聚CEO金秉表示，考虑到当下的各种地缘政治风险，欢聚在不同的市场上采取了不同的策略，与各市场当地政府合作，强化当地的运营，更好地适应当地的环境。由于印度政府颁布了中国App禁令，短视频产品Likee在印度市场三季度每月活跃用户数量将会受到影响。

欢聚的策略是，从2020年初开始，Likee开始将焦点从印度转移到其他市场，欢聚也有计划地削减了印度市场的销售和营销支出，将资金用于其他投资回报率更高的地区。尽管公司的印度用户会受到影响，但是在Likee整体发展策略和商业化进

展上，影响可以忽略不计。”金秉坦言。

触宝创始人兼董事长张瞰在与北京商报记者沟通时也明确表示：海外市场可能短期内会有一些不利的因素，但中国互联网公司在海外其实是有相当的竞争力的。”在二季度，触宝已经形成以网文小说为核心，并协同游戏等其他泛娱乐业务同步发展的全球化、泛娱乐内容生态。不过张瞰并未透露国外的具体产品。

从官网的招聘信息看，触宝对海外市场已有新的准备。据不完全统计，2020年下半年至今，触宝在官网发布了超过10个有关海外业务的招聘信息，涉及休闲游戏等，包括3D游戏动作、海外渠道高级广告投放优化师、海外小说商务经理等。

近日，猎豹移动商务副总裁童宁也告诉北京商报记者：我们在沙特的布局非常积极，很看好这个市场”。

抓红利国内寻机会

童宁提到的布局和市场指的是猎豹移动的机器人业务，这是目前猎豹移动重点投入的一个板块。

猎豹移动营收来自于三部分：移动工具业务、移动娱乐和AI业务。从营收占比看，发家业务移动工具的贡献仍然最大，但猎豹移动对以机器人为代表的AI业务介绍得更多，这也是猎豹移动在国内业务的重点。截至2020年二季度，猎豹移动在商场部署的营销机器人约大屏增至7000台，覆盖32座城市、887家商场。截至2020年7月，猎豹移动旗下猎户星空智能服务机器人在全国落地超1.1万台。

“猎豹移动在投资和转型上的眼光还是不错的，做机器人产品是想抓住新基建风口，踩风口对出海企业来说风险性小一些，一般企业会选择和自己原业务能协同的，可以复制输出海外的赛道或产品。”比达咨询分析师李锦清表示。

触宝的选择是网络文学，推出了独立App“疯读小说”。根据苹果应用商店信息，疯读小说于2019年11月上架，是一款免费网络文学应用。来自QuestMobile发布的《中国移动互联网2020上半年大报告》数据显示，2020年6月，疯读小说月活用户2488.18万，排在番茄小说和七猫之后，已经跻身免费网络文学App前三名。

张瞰告诉北京商报记者：触宝2020年二季度扭亏，主要受益于疯读小说在国内的快速成长。疯读小说DAU（日活用户）的增长速度超过预期，也带动了游戏业务的增长，这两个板块的协同增长，是触宝财务增长最主要的驱动力”。他还透露：海外市场我们已经在同步进行，触宝的出海战略不会做任何调整，网文是很基础的用户需求，在全世界范围内都是一样的”。

欢聚的国内策略看起来天马行空，但也是紧跟风口。6月，欢聚以1亿美元领投了生活服务企业同程生活C轮融资，发家业务YY也一直为欢聚贡献着营收，并且是盈利主力”。

“现在出海企业都开始‘两条腿走路’，以前是推出产品在海外冲冲冲，现在对本地化要求更高了，速度会慢下来，需要把财务、法务合规性做好，那在增长上就只能多想办法。”丁子瞰说。

北京商报记者 魏蔚 图片来源：BIGO官网

· 抛砖引玉 ·

短视频还没找到核心壁垒

张绪旺

卖货火爆、“吃播”刹车……一正一反，让短视频的矛盾体暴露无疑：流量效应忽上忽下，还没找到竞争的核心壁垒。

从2019年开始，短视频一直是互联网最火的产业风口。尽管出现了抖音、快手等领跑者，也不乏直播带货这样的现象级趋势。但作为趋势性的新内容和媒介手段，短视频经历了秀场（娱乐）、游戏、带货等多股浪潮，看起来百花齐放，却始终缺乏坚实的竞争壁垒。

打击短视频乱象的新一轮矛头指向“吃播”，更凸显了短视频流量思维积重难返之下的“囚徒困境”。

作为各个平台重要的内容类型之一，“吃播”在过去拥有相当体量的受众群，也给短视频平台带来不菲的流量收益。在良性模式下，“吃播”带着美食、生活、健康等标签；而在流量诱导下，不少“吃播”走向了另一种极端，打上的是铺张浪费、哗众取宠等标签。

新奇没有错，满足受众对美好和新鲜的追求，但“吃播”过头了，就变成了猎奇、刻奇。这就是流量思维在价值面前占了上风，最终犯了错。

退一万步讲，抛开价值观。从内容层面看，“吃播”泛滥，就是“美食博主”的同质化、平庸化甚至低俗化。

因此，从“美食博主”到“吃播”，不单是字眼转换，这种流量驱动的规模化异变，值得短视频平台警醒。

举一反三，一哄而上发生在短视频平台的风潮，可不只是“吃播”。不夸张地讲，几乎每一类现象级模式，都是“你也有我，唯恐落后”。

早期的移动短视频从PC直播升级而来，是美女帅哥的天下，被统称为秀场模式；而后又分化成游戏、搞笑、模仿（音乐踩点）；再到吃播、带货等新鲜品类。

如果对比来看，这里面只有卖货、游戏，有点儿产业链的感觉，侧重行业上下

游的融合，能够带来更多的衍生价值。

而包括“吃播”在内的其他领域，“哗众取宠”的成色越重，就越发危险。

短视频真正的竞争壁垒尤其是核心壁垒是什么，大家都在找。不同平台之间，初期还能用年龄、地域、购买力进行区隔。但随着规模的扩大和渗透率的提高，头部平台的用户覆盖面“殊途同归”，年龄、地域、购买力，这种天然的用户区隔不再明显，就更加考验内容运营的能力。

内容运营，琐碎而艰难，平台如是，平台里想出位的博主也如是。最取巧的竞争策略就是跟随或者模仿。跟随对手，很难出类拔萃，但也不至于贻误战机。因此，薇娅、李佳琦火了，每个平台都想培养自己的薇娅、李佳琦；每个平台里的KOL都想自己变成薇娅、李佳琦。

同理，“吃播”PK也是如此。当吃的最多最贵、食材最多最贵成为第一要素，乱象就成了必然，却与美食本身没有关联。

· AI一周纵览 ·

■ AIoT综合解决方案研发公司 中天安驰”获亿元融资。本轮融资将用于视觉技术、AIoT（人工智能物联网）产品及软件平台的研发，并挖掘商用车细分领域需求，提高落地服务能力。中天安驰客户包括商用车队、车厂以及金融、保险、政府监管部门等。

■ 阿里AIoT创新中心发布“智慧人居”解决方案。该解决方案以天猫精灵为终端深入社区，是可打通智能家居、社区交互、物业服务及智慧城市的行业解决方案。目前，阿里与旭辉联合打造的首个实验样板区已落地上海。

■ 工业AI公司 聚时科技”完成1.1亿元融资。本轮融资将用于加速公司在工业AI的产品研发和生态布局，提高公司在半导体等行业领域的高端设备研发能力，强化大规模产品的交付能力，并加强市场拓展。

■ 盛趣游戏与浙江大学将共建“传奇创新研究中心”。双方将围绕脑科学和人工智能新方向深入合作。在盛趣游戏的研发积累和资金支持下，该中心将研究与研发结合，共同推动脑科学拔尖创新人才培养。

■ 奇安信与鹏城实验室联合建立基于数据安全的AI靶场”。据悉，该靶场一期项目建设即将完成，靶场的建设对促进人工智能在数据安全领域中的应用，构建人工智能数据安全治理体系起到一定作用。

■ 云从科技、科大讯飞入选首届AI国家标准组织。近日，首届人工智能国家标准组织——全国信息技术标准化技术委员会人工智能分技术委员会（SAC/TC28/SC42）正式成立，云从科技、科大讯飞作为人工智能企业代表入选首批委员单位。

栏目主持：魏蔚