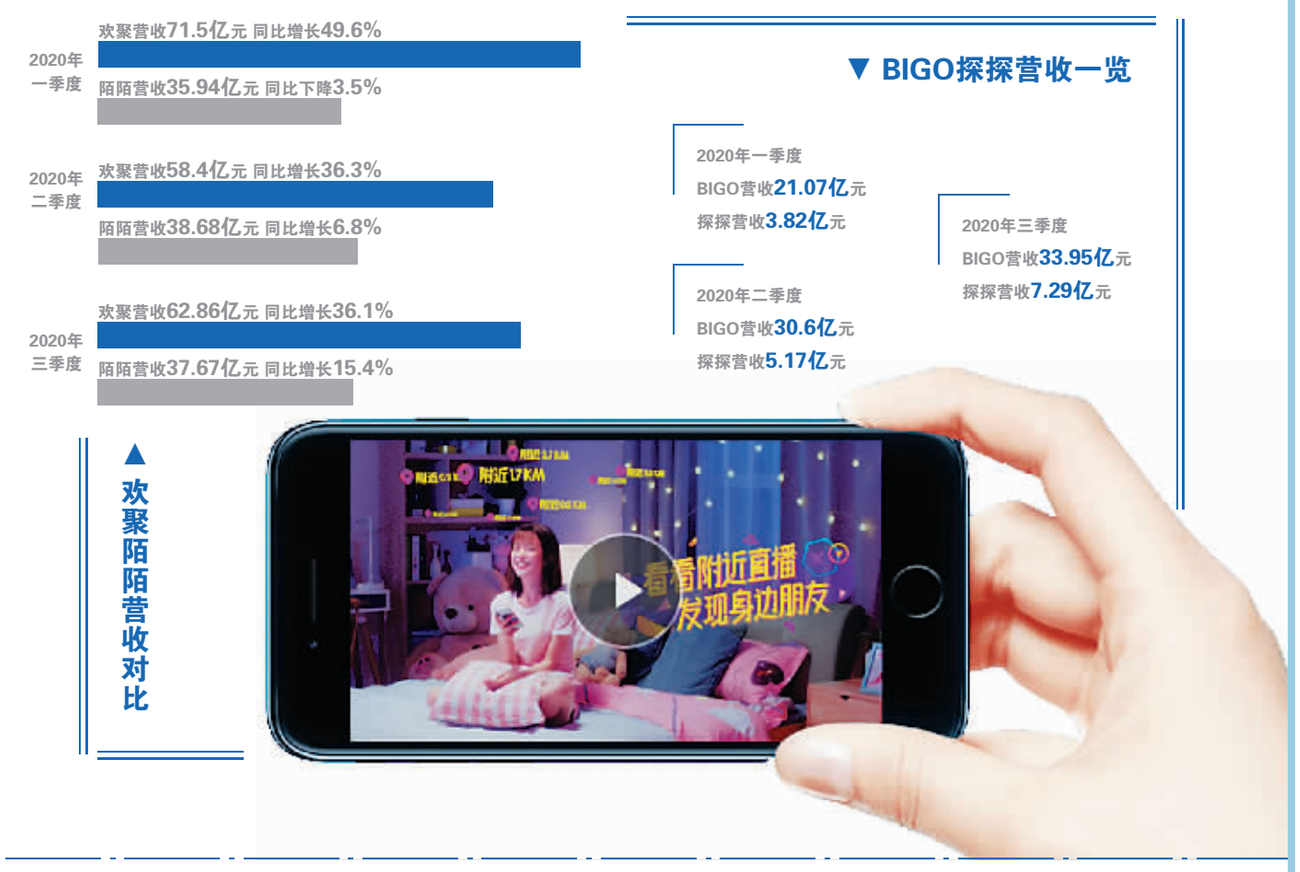
主管总编辑助理 韩哲 编辑 张绪旺 美编 李烝 责校 刘凯晶 E-mail:shangbaoIT@163.com

老牌直播平台遭遇“中年危机”

业绩持续下滑，遭遇做空质疑，陌陌和欢聚这对“难兄难弟”在各自的十字路口选择了不同的方向。12月3日，有市场消息称，陌陌低调推出新的游戏品牌“MANAGAMES”，致力于海外游戏的发行与研发。

按照陌陌的营收结构，游戏是贡献最小的一项，2020年三季度同比还减少了49%，但新游戏品牌上线，还是让外界嗅到了业务“想创新、要变阵”的味道。欢聚的消息则集中在资本层面，宣布出售YY、被浑水做空等。

由于欢聚和陌陌都是较早投身直播的平台，现各自形成了陌陌+探探、YY+BIGO的组合，且探探和BIGO的增长都可圈可点。对比营收额，欢聚总是高出陌陌一大截，进入2020年，仅营收同比保持增长这一项，欢聚就让陌陌了无颜色。但如果去掉要出售的YY，欢聚剩余的营收在2020年二、三季度均低于陌陌。在战略层面，陌陌坚持“造长尾”策略，调整内容结构、推新产品，欢聚则热衷于资本操作，不断“卖卖卖”。



业绩中的秘密 有增有减

在一堆陌陌财报的新闻里，新游戏品牌 MANAGAMES”的关注度不高，截至北京商报记者发稿，陌陌相关人士针对这个新品牌也未予回应。之所以仍然提到这一品牌，是因为陌陌少有曝光的海外业务，这可能是陌陌求变的另一条路。

与欢聚不同，陌陌聚焦在国内市场，由直播、增值服务、移动营销、移动游戏四个板块贡献营收。2020年三季度，陌陌营收37.67亿元，其中直播服务营收23.75亿元、增值业务营收13.31亿元、移动营销营收5040万元、移动游戏营收800万元。

与去年同期相比，上述四板块的表现并不理想，只有增值服务营收同比增长25%。直播、移动营销和移动游戏同比分别减少27%、38%、49%。

相反，欢聚的营收结构十分简单，不论是老业务YY还是新支柱BIGO，营收来源都是直播和其他。

文渊智库创始人王超向北京商报记者直言“营收结构多元总比单一好，这是陌陌相比欢聚的一个加分点。欢聚有直播依赖症，因为没有用户体系，用户之间的联系不好。而陌陌是社交软件出身，有收取会员费的基础，这让商业模式有更多的想象空间”。

另一个值得注意的点是两家的营收额和增幅。2020年前三季度，欢聚营收分别是71.5亿元、58.4亿元、62.86亿元，相应同比增长49.6%、36.3%、36.1%。陌陌在2020年前三季度营收明显不及欢聚，分别是35.94亿元、38.68亿元、37.67亿元，而且较上年同期均出现下滑，同比降幅分别为3.5%、6.8%、15.4%。

但欢聚在发布最新财报时宣布，将以36亿美元的价格出售YY。如交易案完成，欢聚营收将由BIGO支撑，2020年三季度BIGO营收33.95亿元，几乎追平陌陌。

不过，在王超看来，欢聚营收增长不可持续“欢聚直播业务已经被挖掘到底了，现在的增长是暂时的”。

老业务向下 新引擎向上

抛开营收结构，对比产品可见，当下陌陌和欢聚都是老业务和新引擎的组合，陌陌是陌陌App+探探，欢聚是YY+BIGO。两家直播鼻祖面临了同样的问题，老业务下滑新业务增长。

具体到陌陌，2020年三季度陌陌主App的营收从2019年三季度的41.39亿元减少至30.37亿元，同比减少26.6%，这主要是由于直播服务净营收的减少，但增值服务净营收的增长部分抵消了这一影响。探探营收从2019年三季度的3.1亿元增至7.29亿元，同比增长135.2%，这主要是由于直播服务净营收的增加，同时较小程度上受到探探增值服务净营收增长的影响。

事实上，从探探并表陌陌以后，营收从2019年一季度的2.95亿元一路增至2020年三季度的7.29亿元，几乎每个季度都实现了环比正增长。进入2020年后，增幅明显加速，三季度较一季度增长91%。

欢聚与陌陌的情况类似，但BIGO的增速更迅猛。同样以2019年一季度到2020年三季度为区间，BIGO营收从3.96亿元增长到33.95亿元。2020年二季度，BIGO 30.6亿元的营收首次超过YY的27.8亿元，成为欢聚最大的营收来源；2020年三季度，BIGO将差距进一步拉开，营收33.95亿元，较YY高出5亿元。

“BIGO营收增速较好，是因为欢聚以直播起家，已经有了一整套直播变现、运营的经验。探探最初只有增值服务这一种商业模式，从2020年起才开始有规模化的直播收入，两种营收加在一起增速开始起来”，比达咨询分析师李锦清向北京商报记者解读。

对于探探而言，2020年三季度也有特别的意义。这是探探披露直播营收的第三个季度，直播营收3.97亿元，第一次超过增值服务3.32亿元的营收额。陌陌和探探的整体发展路径十分相似，都是以社交起家，后以直播为营收主力。不过未来陌陌会不会像欢聚一样主App被新业务赶超，却不是个简单的问题，原因在于两者的选择不同。

对内调整还是向外求助

“陌陌并不是一开始就做直播的，2016年陌陌发现了直播金矿，以后开始突飞猛进。YY有直播基因，但发家业务是PC直播，不如陌陌这种移动互联网原住民更懂移动直播。现在这两家都在直播赛道面临瓶颈。欢聚冲击移动直播无力，陌陌正面PK抖音、快手压力不小，都在寻求差异化竞争”，王超直言。

从一系列出售案中不难看出，欢聚的精力更多在资本操作上，透过高管近年来传递的信息，陌陌更重视调整内容结构。

在解读2020年三季度财报时，陌陌CEO王力表示：陌陌主App直播业务的结构性改革已经取得初步进展。用来判断生态系统健康程度的关键量化指标已经开始呈现改善迹象。

财报中对陌陌直播营收同比下滑的解释，也提到了内容结构调整“陌陌直播营收减少，主要是由于陌陌主App直播业务中进行了结构性改革以重振长尾内容生态，同时较小程度上也由于新冠肺炎疫情对付费用户，尤其是高额付费用户的消费意愿带来的负面影响。探探直播服务营收的增长部分抵消了来自上述两个因素的压力。”

“以普惠的理念扶持创作者，这是直播平台输出的普遍态度，但大主播往往多在抖音、快手、淘宝上诞生。陌陌只能做长尾小众秀场直播，在大平台得不到倾斜资源的主播，可以在陌陌找到生存空间，平台与主播互相需要”，王超这样分析陌陌内容结构调整的原因。

对于接下来的计划，王力表示，陌陌会继续改善内容，主要集中在产品调整后续的生态恢复和改善，收入不会是重点。目标是，年底前在长尾内容生态重塑方面取得实质性进展，这样内容团队就能专注于收入增长，在2021年内把直播业务带入增长轨道。

北京商报记者 魏蔚

图片来源：陌陌官网截图

· 抛砖引玉 ·

拼团拼车拼一切：巨头的流量焦虑

张绪旺

社区拼团火了，美团、腾讯、淘宝、拼多多、滴滴……中国互联网最TOP级公司群情激昂，战火一路从北上广深，烧到湖南的城镇和乡村——据说，这里是社区拼团“超级独角兽”兴盛优选的大本营，在最新的一轮融资传闻中，它的估值已经突破50亿美元。

历史总有惊人的相似，兴盛优选发迹之路，延续了今日头条、拼多多、快手等中生代的“农村包围城市”路线，早先闷声发大财，突然就吓你一跳。兴盛优选、十荟团，带给BAT、美团京东等传统豪强的冲击，也是一样一样的。

面对后来者，巨头输不起，BAT们看似强大，每每变成惊弓之鸟。细想起来，苦日子普遍熬了十年，本该到了收获季节，美团、滴滴、京东又来到新战场。再对比一下，阿里、腾讯20年的老江湖还在厮杀，中生代又有什么借口不努力呢。

所以，赚钱的事情先放一边，继续真金白银搞补贴。近期最火的“网红”是小地方的小哥哥丁真，也证明了中国互联网已经渗透到社会的边边角角，不夸张地说，网民数量已经可以和人口总量画等号。

十几亿的人口，十几亿的网民，是互联网公司的“喜忧参半”：喜的是，中国毫无疑问长期占据全球最大市场，忧的是流量的天花板摆在了面前。特别对巨头而言，过往的太成功，就挤压了未来的成长性。

要知道，对于中国互联网而言，不赚钱不可怕，对手强大不可怕，没有成长性最可怕。以前的没有成长性，主要是企业能力问题；现在的没有成长性，还得加一个市场规模天花板问题。

巨头能力足够，最担心的就是后者，外在表现为流量焦虑。

实际上，拼多多、兴盛优选一波又一波的冲击，巨头并非“全不知情”。所谓下沉市场，即便到最边远的农村，兴盛优选能覆盖的人群，BAT甚至美团、京东，哪个没有覆盖？

关键在于，巨头流量焦虑的本质不是“增量焦虑”，而是存量里面的频次、时长和购买力焦虑。用个通俗的比喻：“你的用户我都有，凭啥用户在你那里玩得神采飞扬？”

巨头成了巨头，在产品上的创新变得惰性满满。既然最边远的用户已经用了我的A功能，那就慢悠悠地让他们适应B功能、C功能……这叫产品溢出效应，但在推广上是冷启动，在竞争维度是温水煮青蛙，钝刀子割对手。

创业公司则每天担忧生死问题，拼多多、兴盛优选必须“热启动”，在BCDEF功能里面瞄准一个，大开大合直击用户灵魂。

一笔账算下来，拼团拼车拼字当头，用户得了实惠，巨头之间比“拼”，却不便宜。

在更纵深的产业维度，互联网下半场，就是流量撕扯的无限战争，直播带货、社区拼团，概莫如此，在风口上起飞的企业，是创业者的异军突起，还是巨头入场完成收割，远远未到终局。

· AI一周纵览 ·

■ 机器视觉检测解决方案商“鼎纳自动化”完成1亿元融资。鼎纳成立于2010年，公司推出了软硬件一体化的全自动智能制造装备，目前已覆盖3C、汽车、5G、显示面板、半导体等细分场景。这轮融资将用于扩充产能、满足客户需求、高端专家人才引进、新产品的研发，以及保持技术和产品的竞争力。

■ 科大讯飞发布智能录音笔SR502。SR502具有智能转写、降噪、智能编辑等基础功能，还新增了离线转写功能，内置高素质摄像头支持OCR文字提取，同时能够为录制的视频资料实时生成字幕。

■ 全栈业务运维服务商“云智慧”获6000万美元融资。云智慧可提供智能业务运维解决方案、全栈智能运维管理和数据分析解决方案。本轮融资后，公司将加强智能运维平台的核心技术研发，提升产品化交付能力与效率，解决方案和服务体系建设，并加快行业市场覆盖以及生态合作伙伴赋能。

■ 百度智慧医疗新项目启动。该项目是由国家基层糖尿病防治管理办公室联合百度灵医智惠，合作建立的全国基层糖尿病医防融合智慧管理平台和糖尿病规范诊疗支持平台，两个平台分别监测评价国家基层糖尿病医防融合试点情况和支持糖尿病社区医院一体化远程管理。

■ 腾讯微视BLENDer模型获VCR（盒式磁带录像机）竞赛榜第一。视觉常识推理VCR是AI领域的前沿热点问题，中国《新一代人工智能发展规划》中也将从处理类型单一的数据到跨媒体认知、学习和推理的“跨媒体智能”纳入五大智能方向。微视提出的BLENDer模型，在多模态理解领域权威排行榜之VCR任务中，成为单、多模型的三项指标第一。

■ 智能视觉芯片设计公司“瀚博”完成5000万美元融资。本轮融资将主要用于公司现有主打芯片产品下游应用的规模化生产，以及研发团队进一步扩充和全球客户的加速拓展。

■ 京东关联公司申请“一种无人驾驶控制方法和装置”专利。专利摘要显示，本发明公开了一种无人驾驶控制方法和装置，涉及计算机技术领域。通过车速与转向的协同控制，实现对无人车的精确控制，同时满足了无人车在特定场景终点时候的位置、姿态要求。