

# Facebook 高调入局 音频社交是个好生意吗

Facebook毫不掩饰自己的野心,在传言满天的第二天,就将野心公之于众——高调进军音频社交领域。自Clubhouse一夜爆红,音频社交便成了互联网企业眼红的新风口。只是风口看起来虽有可为,但无论是内容监管,还是隐私问题,抑或是商业模式,Clubhouse自己都面临老大难,更何况刚入局的Facebook呢。

其他公司的规划

3月12日  
计划于4月面向全球用户推出语音聊天功能Spaces,低门槛的加入方式,即将推出网页版

3月30日  
已收购Betty Labs,后者推出过名为Locker Room的产品,为体育迷提供线上语音社交的服务

3月30日  
将打造一款语音社交平台,目前处于前期测试阶段



## 竞品来了

Facebook这次是大手笔,将在音频社交领域发布多款而非仅一款产品。当地时间周一,Facebook首席执行官扎克伯格宣布,多款强调语音内容而非文本、图像或视频的产品将在未来几个月陆续发布。

其中,较早被提上日程的是名为Live Audio Rooms的音频功能。用户可以通过Live Audio Rooms与他人进行实时对话,类似于年初引起轰动的Clubhouse。

根据Facebook的官方介绍,Live Audio Rooms这一功能将在今年夏天向Facebook和Messenger两个社交工具的用户推出。在推出之前,公司将会在Facebook的某些群组中测试这一功能。扎克伯格还补充道,Facebook将为Live Audio Rooms投入大量资金,并在未来几年逐步完善这项功能。

为了与Clubhouse区别,Facebook还做出了一些改进。据Facebook产品经理Fidji

Simo介绍,Clubhouse上的语音房间是暂时的,在房间关闭后就会消失。而Facebook要推出的功能则不同,用户可以保存他们的房间讨论内容,还能以播客的形式下载。此外,Facebook还将加入付费功能,以帮助内容创作者从粉丝身上赚钱。

作为社交巨头,Facebook自然不会只有这一个筹码。周一当天接受采访时,扎克伯格还透露了另外一款产品的名字——声音字节(Soundbites),主打短时间音频内容,Facebook将利用算法给用户推荐感兴趣的短视频内容,用户可以在信息流中收听。

除了这两款较为明确的功能或产品之外,Facebook还在开发相关的音频栏目(Podcast)功能,让用户在当前的社交软件内发现、分享或者收听音频栏目。

根据扎克伯格的说法,Facebook未来还将和在线音乐服务商Spotify进行整合,这样音乐人可以在Facebook页面上分享自己的作品,用户也能够自由播放。这一整合项目在Facebook内部被称为Boombbox计划。

## 围剿Clubhouse

Facebook此举并不意外。今年2月,就有报道称,该公司正在开发一款产品与Clubhouse竞争。而就在Facebook“官宣”的前一天,已经有媒体提前曝光了Facebook的计划。从模仿到创新,Facebook的大手笔也在情理之中,毕竟Clubhouse年初的火爆让全球互联网网红不已。

今年1月底,在特斯拉CEO马斯克、Robinhood创始人的“带货”下,Clubhouse被全球用户追捧,甚至发生了短暂的系统过载。据App Annie数据显示,从2月1日至16日,这款应用的全球下载量从350万次增长到了810万次,一个邀请码更是被炒到了150美元。

最近,Clubhouse也开始扩大自己的版图了,其Android开发者曾发布推文,展示在Pixel手机上使用Clubhouse的截图,并表示Android端Clubhouse大致发布时间为5月。

## 隐私痼疾

Clubhouse占尽了天时地利人和——疫情激发了线上社交需求,邀请制的神秘感和语音对话的亲切感,再加上名人带来的吸引力,但能否复刻Clubhouse的成功还不好说。

事实上,音频社交这条路或许也并非如想象中那么好走,就连Clubhouse都面临诸多质疑。比如社交领域的痼疾——数据泄露。4月12日,据Cyber News报道,Clubhouse疑似遭到了黑客攻击,一个包含130万用户个人信息的SQL数据库被泄露到黑客论坛上,包含用户ID、姓名、照片url、用户名、其他社交媒体的链接和其他个人信息。

而在此前3月,法国数据保护机构国家信息与自由委员会(CNIL)表示,已对Clubhouse展开调查。之前CNIL收到了一份请愿书,该请愿书写道:我们呼吁立即对Clubhouse违反隐私法的行为进行全面调查。如果

Clubhouse的经营存在非法行为,将对其处以最高处罚。”

对于数据泄露问题,Facebook再熟悉不过了。就如何在音频社交产品中保护隐私等问题,北京商报记者联系了Facebook方面,不过截至发稿暂未收到具体回复。

不仅如此,Clubhouse还面临着昙花一现的困境。根据Sensor Tower的调查数据,Clubhouse在今年3月的下载次数只有270万次,比2月的960万次大幅下滑72%,只稍微高出1月的240万次。

另外,音频社交的商业化才刚刚开始,未来的变现能力难下定论。此前Clubhouse一直是免费的,4月5日,它推出了第一个用于变现的Payments付费功能,目前所有用户都可以发起支付,并保证100%的“打赏”会进入内容创作者的账户。

对此,Facebook打算推出名为Stars的功能,用户可直接向音频直播间创建者打赏,未来还将开通单次购买或订阅频道功能;此外,Facebook还将为Soundbites设立专门的创作者基金用于激励音频创作者。

在调皮电商创始人冯华魁看来,语音社交领域谈变现还比较早,现在的问题在于能否落地生根。一方面,语音社交产品能不能独立活下去,比较难说,其在社交场景的补充定位不明确是什么,视频会议其实也可以解决这个需求,另外语音是用来交流的,能否创造社交引爆点也是个问题,整体而言,应用空间不是太大。

至于语音社交未来的提升空间,互联网分析师杨世界表示,其发展难点在于,一方面无法大面积普及,受众比较窄;第二就是平台的活跃度和留存率可能不高;第三就是没有产品壁垒,竞争度比较高;第四就是商业变现,升值潜力比较小,变现能力比较弱,比如会员服务。另外,用户在这个语音社交平台上沟通完之后,最后还是回落到更成熟的社交平台上,再进行深层交流,感觉更像是基于成熟社交平台的一个互补功能。

冯华魁也表示,语音社交如果作为互联网企业的战略性附属产品可能会有一定的价值,Facebook可能是出于战略补位的考虑,比如帮助增加用户,防止别人窃走边缘流量,对用户黏性有所帮助。

北京商报记者 陶凤 汤艺甜

## 聚焦 Focus

### 亚马逊卫星计划加速 正面迎战SpaceX

位列福布斯排行榜前两位的亚马逊CEO贝索斯和SpaceX创始人马斯克,竞赛从不仅限于此。不久前马斯克旗下航天公司SpaceX的卫星互联网服务项目“星链”创下一次发射143颗的纪录,现在亚马逊的卫星网络布局也有了新动态,该公司正在计划发射其“柯伊伯星座”项目(Project Kuiper)的首批卫星。

当地时间周一,亚马逊宣布,与联合发射联盟(UULA)签署了一份合同,UULA将为其进行9次卫星发射。UULA是波音公司和洛克希德马丁公司的合资企业,为卫星和太空任务提供发射服务,以承担政府任务而非商业航天任务而闻名。

这是亚马逊与火箭运营商签订的第一份合同,但值得注意的是,与SpaceX用旗下火箭发射卫星不同,亚马逊并没有与贝索斯的太空公司蓝色起源合作。UULA将使用其Atlas V系列火箭发射Project Kuiper卫星。此款型号的火箭被用于美国国家航空航天局(NASA)的任务中,已经发射50多次,仅有一次部分失败,其余发射任务全部成功。

ULA的董事长兼CEO托里·布鲁诺还谈道:“该计划的范围和规模还将极大提升美国在太空领域中的领导地位,有助于创造就业机会,并为发射服务行业提供稳定可靠的需求。”

通信专家项立刚对北京商报记者表示,虽然亚马逊和蓝色起源的创始人都是贝索斯,但蓝色起源是一家非上市公司,与前者完全分开。而且蓝色起源的火箭发

射并不像SpaceX那样成熟,所以亚马逊的第一次卫星发射,还是选择一些有经验和技术的合作伙伴稳妥一些。

不过,这并不排除以后合作的可能。亚马逊说:“我们将需要多个运载火箭和发射合作伙伴”,以便按时部署Project Kuiper卫星。所以这也为亚马逊未来与SpaceX、蓝色起源或欧洲发射服务公司Arianespace可能有的合作敞开了大门。

虽然合作已敲定,但还有不确定性。比如,亚马逊发言人拒绝透露这份合同的具体金额,也没有提及每次任务将发射多少颗Project Kuiper卫星,以及ULA将使用哪种版本的Atlas V火箭。另外,亚马逊尚未公布Project Kuiper卫星发射将于何时开始。

北京商报记者也就此次合作和后续的计划分别联系了亚马逊和ULA,但截至发稿还未得到回复。

根据亚马逊此前公布的计划,他们将投资100亿美元,发射3236颗卫星进入轨道,其中包括计划在590公里轨道上部署784颗卫星、630公里轨道上部署1156颗卫星、610公里轨道上部署1296颗卫星,从而实现将互联网范围覆盖到全球,为消费者、企业和政府提供高速宽带。

眼下,亚马逊已经有500多名员工参与Project Kuiper项目,并于去年12月完成了将用户连接到卫星网络的天线的初步开发工作。

在美国联邦通信委员会(FCC)去年

批准亚马逊发射卫星时,亚马逊被要求在6年内部署其计划中的一半卫星,也就是说到2026年7月需要约1600颗卫星发射到近地轨道。

不过,这个进度已经远远落后于SpaceX,后者开发的“星链”项目目前已有1300多颗卫星在轨道上运行。最近几个月以来,亚马逊还与SpaceX在政府监管机构面前发生了冲突,反对后者想要对其“星链”网络做出的改变。

上周,SpaceX总裁兼首席运营官格温·肖特维尔(Gwynne Shotwell)表示,只要再发射五批“星链”卫星,该公司就可以在轨道上拥有足够多的卫星,几乎可以为地球上的任何地方提供互联网接入服务。

项立刚坦言,现在比较有代表性的就是使用低轨卫星的合作伙伴OmniSpace等。据悉,OneWeb最初计划向近地轨道发射648颗卫星,以提供全球互联网服务。去年5月,该公司又申请向近地轨道发射4.8万颗卫星,这一数量比SpaceX申请的3万颗还要多。

北京商报记者 陶凤 赵天舒

### 印度首都“封城” 大批民众乘车返乡



19日,人们来到印度首都新德里汽车站准备乘车返乡。新华社/图

随着印度疫情进一步恶化,印度首都新德里自19日晚实施为期一周的“封城”,以控制不断恶化的新冠疫情。由于印度疫情急剧恶化,英国首相鲍里斯·约翰逊决定取消对印度的访问。

新德里首席部长阿尔温德·凯杰里瓦尔说,新冠疫情“危急”,新德里卫生系统几近崩溃;“如果再不实施封锁,将面临更大灾难”。美联社报道,新德里拥有2900万人口,但目前只有不到100张病床配有呼吸机,重症监护病床不到150张。

凯杰里瓦尔19日宣布,自当晚10时起至26日凌晨5时全城实施封锁,但居民基本生活服务不受影响。他敦促大家对“封城”保持冷静。

当天,大批民众赶往巴士及火车站,赶搭交通工具返乡。安南维哈州际巴士总站(IS-BT)负责人表示,在19日共有2万人乘车返乡,他们已特别增加约600辆巴士,协助疏导人潮。

印度拥有约13亿人口,19日通报单日新增新冠确诊病例273810例,再创疫情暴发以来新高。这是印度连续第五天单日新增病例超过20万例。印度全国累计新冠确诊病例现已超过1500万例,累计死亡病例超过17.8万例。

印度迄今接种1.2亿剂新冠疫苗。该国政府19日说,定于5月1日起向全国所有18岁以上成年人开放新冠疫苗接种。

北京商报综合报道