



# IT 互联网周刊

## IT&Internet Weekly



IT互联网周刊订阅号

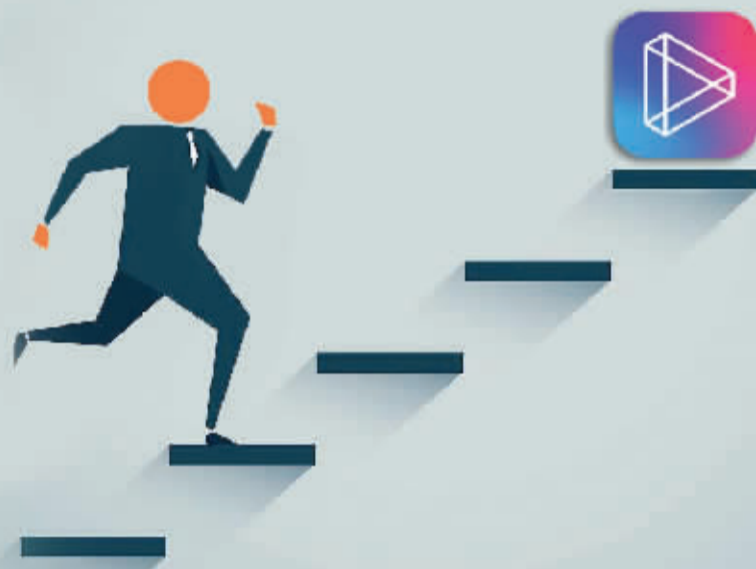
### C3-C4

2018.4.10

总第372期 今日2版 每周二出版  
新闻热线 64101906  
主编 张绪旺

# 微视归来 腾讯补课短视频

死而复生,低调布局,微视4月初开始大规模改版,接入QQ音乐等重量级资源,这是马化腾(腾讯董事会主席)“探索新型社交平台”的落地,也刺激了本就活跃的短视频行业。在业界看来,微视回归后,重点资源的配合与功能创新姗姗来迟,能否赢回时间差尚未可知,不过这让腾讯短视频布局的迫切性一目了然。



### 资源开闸

4月2日,腾讯嫡系短视频应用微视进行了“复活”后首次重大更新。根据版本升级记录,微视推出多个新功能,并打通QQ音乐正版曲库。在此之前,微视刚刚启动“五大IP”计划,腾讯平台上的音乐、游戏、动漫、影视、综艺都将为微视内容提供支持。

据了解,新版腾讯微视对LOGO及产品slogan进行了升级,新功能包括视频跟拍、歌词字幕玩法和AI滤镜一键美型。其中,视频跟拍功能,每个视频界面都可以点击“跟拍”进入视频录制,录制视频时可以直接使用原视频音乐,模仿原视频动作进行拍摄;歌词字幕玩法,是用户在选择背景音乐之后,录制视频时可选择显示歌词字幕,实现跟唱;滤镜功能,则是在短视频拍摄加入了一键美颜、美型的功能。

功能创新之外,微视还打通了腾讯的重要资源QQ音乐,BIGBANG新单曲《FLOWER ROAD》和周杰伦的《等你下课》都已在微视进行首发。目前,已经入驻微视的明星包括黄子韬、孙怡、张天爱、宋祖儿、蒋梦婕等。

北京商报记者登录微视App发现,相比刚复出时,微视的产品架构已经较为成熟,产品由原来的关注、推荐和最新三大板块更新为关注、推荐和频道,目前微视的内容频道包括好友、最新、搞笑、舞蹈、生活、萌系等十个。经过数月的完善,微视已经从产品布局上升到生态布局阶段。

根据多方数据,卷土重来的微视在复活后表现突出。极光大数据显示,2018年微视在春节期间的DAU(日活跃用户数)相比2月月均高出363%,位列行业第五。

不过在横向比较中,微视与快手、抖音、火山小视频等仍存不小差距,极光大数据指出,2018年2月快手DAU为1.14亿位居短视频第一,行业二至四名分别为火山小视频、西瓜视频、抖音,相应DAU为3692.8万、3655.4万和3252.9万。在猎豹大数据报告中,微视甚至未被列入2017年度短视频类App排行榜TOP 20。

“作为一家‘死而复生’的产品,微视的布局谨慎一些可能更加稳妥,但是作为一家战略性的产品,战略地位的确定才是资源注入的前提。”智察大数据分析师刘大伟说。

### 社交补充

“游戏在腾讯盈利中所占的比例在下降,目前已经低于50%,而社交、效果广告将成为腾讯未来比较大的增长点。此外,腾讯也在探索发展短视频、直播等新型社交平台。”马化腾3月初的表态让短视频之于腾讯的意义非常明确。

作为当下最火爆且流行的娱乐方式,短视频用做社交的补充有诸多数据支撑。根据QuestMobile报告,移动互联网注意力主要集中在移动社交和泛娱乐方面,但用户使用即时通讯的时间明显向短视频转移。2017年12月,用户在即时通讯行业的总使用时长从2016年同期的37.9%跌至32%,下降15.6%,在短视频上的总使用时长从2016年同期的1.3%增至5.5%,上涨323%。这对于用户规模年增长率不断下滑的移动社交App行业是一针强心剂。QuestMobile认为,“社交+”有五个创新应用模式,其中社交+短视频的流量价值延展位列其中。

从微视诞生算起,腾讯对短视频的布局可追溯至五年前,彼时的快手从工

具应用刚刚转型为短视频社区,整个互联网行业被团购大战、互联网电视抢发、网络视频纷争抢尽了风头;微视具有先发优势,可是没有等来风口,这跟天时有关,也导致了微视当时频繁的人员流动,但也不能说和腾讯当时的患得患失无关”。一位不愿具名的业内人士表示。

“其实,腾讯在短视频市场的尝试很多,比如12亿元‘芒种计划’的扶持范围也包括了短视频。腾讯的产品线很多,它实际上是在考虑或者说是尝试从哪些角度入手短视频比较适合。”易观分析师马世聪曾向北京商报记者坦言。

在放弃微视之后,腾讯于2017年3月领投快手3.5亿美元融资,重回到自己擅长的投资轨道,但从产品层面上看,双方并未进行规模性的资源合作,在马化腾确定短视频地位当天,业界传出“快手有望在今年赴港上市”的消息。虽然该传闻未获得快手确认,但是这在一定程度上表示,快手独立发展的意愿强烈。刘大伟如是说:“可以说,2017年之前的快手发展速度很快,甚至可以说难有敌手,不过在互联网巨头们瞄准短视频猛打之后,快手的成长天花板出现,加上监管的力度越来越大,腾讯想多一条腿走路很容易理解”。

### 补时间差

虽然腾讯的战略已经明确,但是落实在微视上的战术推动已拖沓甚久,微视的竞争对手却在持续跨越式推进,双方攻防战密集且耐人寻味。

微视最新版本升级当天,针对“腾讯将以隐私、版权问题为由全面封杀今日头条、抖音及其旗下产品”的爆料,腾讯回应“过分造谣”。

不过1个月前,腾讯与今日头条因

产品摩擦引发的话题至今仍在发酵。3月2日前后,有网友发现微信朋友圈分享的今日头条外链内容好友均不可见,另有网友表示并无此情况。微信表示“涉嫌诱导分享”,今日头条却“不知原因”。3月24日,有媒体指出微信朋友圈对今日头条和抖音的链接分享进行屏蔽,微信表示是因为相关链接分享触发分享阈值,触发了防刷屏设置。

根据猎豹大数据,2017年12月,今日头条系的短视频产品西瓜视频、火山小视频和抖音分列年度行业排行榜第一、三和第七名。快手以周活跃渗透率12.316%排名第二,但日人均在线时长仅有27.1分钟,较第一名少60.8分钟,与第七名的抖音也有31.8分钟差距。

为此,业界认为,今日头条为腾讯在短视频领域的最大阻碍,此次腾讯释放重要资源也是为了对标今日头条。无独有偶,在微视升级前,抖音也完成了品牌重塑,确定新的slogan“记录美好生活”。从上线到成为现象级产品,抖音用了一年多时间,不过市场可能不会再给微视这么宽松的日程表。

产品搭建完成、生态布局开放,重回一线的微视应该怎么赢回时间差?“今年腾讯给微视批了不少资金”、“30亿投微视”等传闻在近期不断被曝光,甚至连腾讯的集团公关部人士都在朋友圈公开招募短视频达人。根据曝光的人驻流程和补贴标准:“微视的补贴堪称疯狂”。

“目前针对短视频应用的监管力度不断加大,这或许是微视的机会所在。”刘大伟这样认为,不过他同时提醒:“做内容积累,聚拢创作者,花钱买时间是一种方法,不过需要在入驻门槛和内容审核上同时发力,不然就会适得其反”。

北京商报记者 魏蔚/文 代小杰/制图