

传腾讯将向快手投资15亿美元

搅局短视频江湖对抗抖音

据多方消息透露,备受关注的腾讯与快手的新一轮融资谈判已接近尾声,腾讯此次希望以投前估值250亿美元投资至多15亿美元,而最终的投资金额或将会在10亿-15亿美元之间,投后估值则可达260亿美元,双方或将成立新的合资公司,腾讯持股比例在30%至40%,合作模式类似当年腾讯投资京东,腾讯还将向新公司置入资产(或资源)。

对于上述消息,截至发稿时,腾讯官方、快手官方未予正面回应。有分析人士指出,若此次投资完成,腾讯的短视频业务或由快手团队主要负责。基于在短视频领域微视至今仍难以成功,作为行业中极少数能与抖音对抗的产品,快手被腾讯寄予厚望。

■新快报记者 郑志辉



快手早被纳入“腾讯系”

这场收购风波并非空穴来风。据企查查信息显示,2017年3月,腾讯3.5亿美元投资快手,此后快手的多轮融资都有腾讯的身影。

2018年1月,有消息称,快手即将完成10亿美元E轮融资,红杉资本和腾讯投资2018年4月,快手获得腾讯投资的4亿美元融资。今年7月,有消息称,快手正在进行新一轮10亿美元融资,红杉资本和腾讯参与投资。

在短视频领域,目前已经基本形成快手和抖音两家独大的局面。官方数据显示,2018年快手实现了6000万的日活增长,DAU达到了1.6亿。

也就是说,2019年前6个月,快手实现了4000万的DAU增长。

今年7月,快手高级副总裁马宏彬透露,目前快手拥有6000万+一二城市日活用户,8000万+南方地区日活用户,创作者方面,有5000+创作者粉丝量达百万以上。同时,未来一年,快手将助力至少1000个媒体号实现私域流量变现,100个百万粉丝级优质媒体号年收入超过百万元;在100个城市推动100个媒体号开展直播、电商或知识付费等业务。

而作为主要对手的抖音,增长更是凶猛,2017年底还不到1亿日活,截至2019年1月初,抖音日活已经

突破2.5亿,月活超过5亿,远超快手。

相比之下,腾讯在短视频领域“一直在错过”。2013年腾讯微视开始上线运营,在2014年春节期间微视用户就已经达到了4500万,却在之后被腾讯高层决定“战略放缓”,错过了短视频井喷发展期。

之后快手火热,抖音崛起,腾讯又在2018年重启微视,并快速打造出了十多款短视频产品,可惜这种“内部赛马机制”在短视频领域“水土不服”,没有一种能脱颖而出。其后还曾尝试为微视投入超过30亿元资源,仍然未能力挽狂澜。

加大投资的原因:与头条终须一战

腾讯如此看重快手的背后,首先是巨大的短视频市场。

有数据显示,截至2018年12月底,含短视频在内的中国网络视频用户规模达7.25亿,占整体网民的87.5%。其中短视频用户规模6.48亿,网民使用率为78.2%;2018年12月,手机网民平均每天上网时长达5.69小时,较2017年12月净增62.9分钟。其中短视频的时长增长贡献了整体时长增量的33.1%,排在首位。

短视频行业前景巨大,而腾讯自己在该领域的表现却一直乏善可陈,这将严重威胁到腾讯根本的社交龙头地位。

根据公开信息,从去年到目前,腾讯在游戏方面对于头条系的诉讼

已经累计达到了15起。而在今年5月,抖音微信公众号发布公告称由于腾讯发起的法律禁令,将不能以微信注册登录抖音。在更早之前,腾讯还曾发出过禁令,头条系的多个APP都不能在微信中被用户分享链接。连串动作,都被视为是腾讯对于今日头条战略意义上的打击。

有业内人士表示,从腾讯过往的作风来看,自己玩不转的,那就出手投资,情况犹如当年的电商。早期投资快手可能是看中其高速增长,而本次加大投入并成立新合资公司,甚至考虑让快手团队来接管短视频业务,以此抗衡今日头条,玩法和当年投资入股京东来对抗阿里巴巴如出一辙。

此外,还有分析指出,投资快手还将对腾讯在游戏、动漫市场的战略布局提供极大助力。

据了解,目前快手游戏直播的各项数据,在快手30多个垂直内容品类中占据榜首,被视为是最具商业价值的品类;快手游戏内容用户表现出了明显的年轻化特征,近四分之三的用户年龄在30岁以下,其中95后和00后占到了整体比例的26.30%和24.60%。而游戏内容的输出及相关产业一直是腾讯近年来最大的现金牛。不仅仅是游戏,还有动漫,2018年国内动漫产业总产值突破1500亿元,在线内容市场规模近150亿元,同样具有巨大市场价值,而快手则是一个有价值的入口。

以泛电商运营为出海应用赋能 钛动科技发布 meetMyShop平台

新快报讯 中国电子商务的发展已经领先于全球,而出海App在十余年的发展后,亦在海外市场风生水起。如何令两者有机结合,创造出更大的商业价值?日前,广东企业钛动科技在广州发布meetMyShop平台,为出海应用提供原生商店,力图将国内的成熟电商模式复制到海外,为流量赋能。

在发布会上,钛动科技创始人兼CEO李述昊介绍,作为平台方,钛动科技连接供需两侧,即流量主和品牌方。目前meetMyShop服务的是流量主一侧,为其提供一站式的移动电商解决方案,包括建站、选品、运营、客服、支付、物流等。通过泛电商运营,帮助流量主升级运营模式。

据介绍,作为流量主,只需开放SDK入口和确定选品禁忌,后续所有的电商运营环节都交由钛动科技服务团队负责。与此同时,应用内商店的订单承接方是主流电商平台,如Lazada、速卖通等,因此用户的信任成本比较低,后续的服务也更有保障。

发布会现场,钛动科技还与华为云签署战略合作协议,一同为客户提供更高效稳定的网络服务环境,未来双方将在各大领域开展深度战略合作。(苏北浩)

《形韵》:古老戏曲邂逅中国民族游戏

新快报讯 记者郑志辉报道 唱腔含蓄婉转,念白儒雅悠扬,表演细腻自然,舞蹈飘逸多姿。拥有六百年历史的昆剧,日前以一种全新的形式再次感动无数观众。8月6日,《指尖上的梦幻》第四集《形韵》正式上线,观众现在即可前往各大视频平台,感受昆剧艺术独有的软糯细腻唱腔,在它古典典雅的唱词,品味其中所蕴藏的东方古典美学。

据了解,《指尖上的梦幻》是梦幻西游携手《舌尖上的中国》导演刘艺乐倾力打造的游戏纪录片。在《形韵》中,网易神隐视频团队与浙江昆剧团倾力合作,从昆剧演员的手势和身法以及昆曲的音乐中,汲取养分,制作全新的游戏CG,让玩家在欣赏游戏CG时,也能更直观地感受到昆曲艺术的魅力所在。

网易游戏相关负责人表示,梦幻西游的成功,得益于洞悉中华传统文化,并在原有基础上对它进行大胆的革新,使其在新时代能够以年轻人喜爱的方式,将中华传统文化传递下去。为了达到这一目的,梦幻西游游戏制作团队深入祖国各地,寻觅中国非遗文化传承者,与他们一起探索中国非遗文化与游戏的融合之道。《指尖上的梦幻》系列游戏纪录片,正是梦幻西游不同团队这段文化旅程的记录者。在过去三部曲中,梦幻西游制作团队分别探访了皮影戏艺人、古建筑保护者和木活字印刷术传承者,与观众一同探讨在新的时代,中华非遗文化将以怎样的形式获得新生。