

蹭 5G 做社交 高冷搜狐挤风口

向来谨慎的搜狐,频繁贴近风口领域要做什么?5月17日,搜狐董事局主席兼CEO张朝阳在搜狐举办的5G峰会上透露:搜狐将在下月发布一款全新的社交网络产品“狐友”。他认为这款社交产品面临4G到5G时代变革的机会。

其实狐友已推出近一年,在搜狐低调的新产品布局中并不突出,这次获张朝阳力推实属罕见。谈及5G,张朝阳直言搜狐尚无相关部门或投资,办峰会是作为媒体发声。回归时限将至,对于节流生效的搜狐而言,不论是“蹭”5G热度还是挤进社交赛道,实际都是在强化行业认知。

新产品并不新

“下个月搜狐会发布社交产品——狐友。”张朝阳在5月17日透露,他表示狐友注重打造社交关系,并直言这款社交产品面临4G到5G时代变革的机会。

其实,狐友并非新品,自一年前推出至今,苹果版狐友已经进行了24次升级。从产品设计来看,狐友与主流社交产品的差异性不大。最大的区别在于首页下方的板块设置,自左至右分别为“动态”、“互关”、“我”,更加简洁,处在中间位置的“互关”板块中是互相关注的狐友列表,体现了“狐友注重社交关系”的特点。

记者体验发现,用户注册完成后,狐友会建议用户选择三个感兴趣的领域,包括阅读、时尚、科技等,并推荐相关狐友。不过,不同用户在选择三个各异的领域后,狐友首次推荐的动态几乎一致,均包括大量搜狐娱乐、“狐友国民校草大赛”的内容。

这并非偶然,按照时间推算,2018狐友国民校草大赛启动,跟狐友上线的时间基本吻合。根据当时的宣传,狐友国民校草大赛的选手在狐友平台上报名,粉丝与校草可在狐友平台上互动,还能对照片投票。根据狐友升级记录,狐友支持搜狐视频、千帆直播、搜狗搜索、手机搜狐网一键分享内容到狐友,这些平台也是狐友校草大赛宣传的主阵地。

“与狐友校草大赛做联动,是狐友的引流行为,从校草大赛的目标用户看,狐友希望吸引年轻用户入驻,这也是大部分互联网产品的目标人群”,比达咨询分析师李清锦说。

上述联动让狐友的热度与狐友校草大赛密切相关。移动推广数据分析平台七麦数据显示,在2018狐友国民校草大赛期间,狐友在苹果社交免费榜单中的排名在第300~600位之间,但在大赛结束后,狐友排名一度滑落到第1200位之后。2019狐友国民校草大赛启动后,狐友的排名再度上升至第300~600名内。

跟主流社交产品相比,狐友的亮点并不明显,且互动量也并不大,拿“2019狐友国民校草大赛”官方账号为例,置顶内容获得16条评论、63次转发。搜狐为何要在这个时间点力推狐友,对此搜狐方面未予以正面回应,仅表示产品即将正式上线,届时会有详情披露。

噱头还是杀器

谈及同样的问题,分析人士则直接的多。李清锦推测:“产品正式上线之前,一般都会有测试期,狐友经过一年的升级,可能到了搜狐自认为比较成熟的阶段,所以正式推出。”

横向对比下,狐友不是搜狐唯一的新产品。除了狐友,搜狐还有其他新产品,包括千帆直播、类似趣头条的搜狐资讯等。以苹果版本为例,第三方平台数据显示,狐友也不是三款产品中表现最稳定的,且不是在苹果榜单中排名最高的产品。

根据七麦数据,2018年5月至今,千帆直播在苹果社交免费榜单中,排名基本在第300~600名之间。一年内搜狐资讯在苹果免费应用总榜单中排名第900~1200位之间。狐友虽然比搜狐资讯的排名高,但是不如千帆直播表现稳定。

在上述背景下,为什么搜狐将重点放在狐友上?站在行业角度看,“是因为社交是人的底层诉求,从工具价值层面看,社交产品是用户抓取力最强的服务”。亿欧副总裁由天宇曾表示,“而且特别资深的互联网从业者普遍认为,现在的微信已经处在绝对成熟期,希望可以在未来微信的衰退期抓住用户红利,决定产品命运的关键是网络社交发展的大趋势”。

社交的确是成熟创业者的聚集地,快播创始人王欣、锤子科技创始人罗永浩都瞄准了社交市场。在微信、QQ、微博等社交应用持续霸榜的情况下,各种垂直社交应用也层出不穷,多款非主流社交应用在苹果社交免费榜单中长期处在前十名。从一定程度看,用户在社交上的多样性需求并未得到完全满足,“新玩法+社交”仍存在机遇。

“具体到搜狐,这跟搜狐媒体属性有关,搜狐目前核心的产品搜狐视频和搜狐新闻,都是媒体平台,媒体平台需要分发渠道。社交平台是一个很好的选择。横向对比看,整个直播行业热度在下降,资讯类产品搜狐已有储备,而社交正在吸引巨头进入且想象空间巨大。”李清锦表示,“不过从狐友目前的表现来看,想要挑战巨头的地位,不太现实。”



跟趋势引关注

让业内人士不解的是,搜狐不仅力推狐友,还举办了跟本身关联性不大的5G峰会。连张朝阳也直言,“搜狐还没有针对5G成立单独的部门或者投资”。

对于举办这次峰会的目的,他这样解释,这是搜狐回归媒体的一种表现。“媒体的责任就是产生内容和传播内容,今天的大会是产生内容的过程,也是传播内容的过程。在5G趋势下,搜狐更关注应用层面,在现有业务上进行迭代,包括搜狐新闻的图文内容报道及分发、搜狐畅游的游戏业务和搜狗输入法等产品都在关注5G领域。”

除了5G峰会外,搜狐还计划举办AI峰会、财经峰会等,都是瞄准风口行业。又是力推社交产品又是举办热门峰会,这跟搜狐一向的谨慎形象略有出入,但佐证了搜狐想要回归的决心。

“之前谈回归可能比较空泛,现在搜狐的业绩开始好转,是发声的时候了。”李清锦表示。

搜狐财报显示,2019年一季度总收入为4.31亿美元,同比下降5%;净亏损5500万美元,同比减亏50%。其中,亏损大户搜狐视频同比减亏超40%。

按业务分,搜狐一季度品牌广告收入为4300万美元,同比下降24%,环比下降25%;搜索及搜索相关广告业务收入为2.34亿美元,同比增长6%,环比下降15%;在线游戏收入为9900万美元,同比下降6%,环比增长5%。值得注意的是,张朝阳主抓的重点业务搜狐视频,一季度净亏损为2700万美元,同比减亏43%,环比减亏10%。

2019年,是张朝阳定下的回归时限,他计划在2019年让搜狐重回互联网中心。为此,搜狐正从产品和品牌上对外树立认知。不过从市值看,搜狐与BAT还有不小差距。

(据《北京商报》)

