

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，他表示搜狐注重打造社交关系，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”，比达咨询分析师李锦清说。

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。李锦清推测：“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。”李锦清表示，“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。”李锦清表示。

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》)

