

【特别报道 Special】

# 脸谱推特:逃不掉的“用户坎儿”

■ 本报记者 王莹

10月15日,推特(Twitter)向美国证券交易委员会(SEC)提交了最新的S1文件,更新了公司的财务状况、用户数据以及有关投资人细节。有消息称,推特将于美国东部时间11月7日(北京时间7日晚)在纽交所挂牌交易。

硅谷将再次迎来社交网络巨头的IPO,这不由得让人联想起去年脸谱(Facebook)IPO前华尔街路演盛况。

2012年5月18日,脸谱在美国纳斯达克上市。顶着千亿美元估值上市的脸谱从未摆脱过泡沫的质疑,这一年半以来,脸谱业绩如何?对于即将上市的推特而言又将在脸谱的前车之鉴后划出怎样的弧线?

## 脸谱股价持续大跌 一年之后才逐步回归

当28岁的扎克伯格敲响纳斯达克的开市钟时,脸谱便成为华尔街投资者最受关注的焦点。

然而,上市后4个月,脸谱股价曾下跌一半。2013年1月,脸谱股价曾缓慢反弹至30美元上方,随后停滞。而2013年5月18日,也就是脸谱上市一周年之际,股价又下跌至26美元左右,较IPO发行价低30%。

“缺乏足够清晰的广告模式,难以说服广告商,更难以向投资者证明出非常靠谱的促使广告主投放的逻辑;另外,移动业务前景不明朗,还没有特别有效的方法能够让脸谱在移动业务方面有较大的进展。”对于脸谱连连跌跌的原因,有业内人士如此评价。

针对华尔街的质疑,在股价低落时期,扎克伯格对公司业务进行了重组,并推出针对移动设备的广告产品。广告量和移动业务的广告营收出现了大幅好转,这也使得其股价开始止跌回升。截至10月25日,脸谱的股价为每股52.45美元。

虽然近期脸谱的价格高涨,但前阶段才回到IPO水准以上,做到这一点脸谱用了一年多的时间。

## 脸谱活跃用户量增长 遭遇天花板

尽管脸谱已经回归到一个相对安全的状态,然而,活跃用户量增速



活跃用户量增长出现天花板已成为脸谱营收的掣肘,而推特的用户量不足或是其成长的羁绊。 王利博制图

放缓却是未来发展的一个巨大的隐患。

数据显示,2012年10月到2013年3月六个月之间,脸谱平均每个月会减少约900万的访问量,而这一趋势并不仅仅出现在英美,在其他欧洲、北美甚至亚洲地区,均录得不同程度的访客数下降。

业内人士表示,一方面,英美的用户已达到极限无法再增加;另一方面,用户出现“审美”疲态,将注意力转移到其他提供更多细分选择的网站上了。

事实上,尚无一家互联网品牌或网站能够使用户持续关注十年以上。2004年上线的脸谱,还没迈过十年的坎儿。

“活跃用户数的变化趋势能够衡量网站现有用户的质量和数量,这将对脸谱的营收造成影响。而脸谱最主要的广告市场是英美,这两国的用户已达极限,广告商们会根据活跃用户量来选择投放市场,未来可能会转移到别的社交媒体。”国内专注于科技公司发展的业内人士

张未波接受《中国企业家报》记者采访时指出。

## 推特活跃用户规模不足 利润瓶颈已现

如果说脸谱活跃用户量增长出现天花板是营收的掣肘;那么,推特的用户量不足就是其成长一直以来的羁绊。

从推特诞生之日起,就不停地在和脸谱比较。而今,活跃用户规模不足被业内认为是推特的最大软肋。截至今年9月底,推特月平均活跃用户数量为2.32亿。但较之脸谱,仍是九牛一毛。

美国投资顾问公司Fool指出,脸谱上市时,最大的担心是如何从移动端获得收入,而推特上市时,最大的隐忧则变成美国的用户怎么增长,如果用户规模小,推特将无法和脸谱、谷歌等巨头争夺广告份额。

也有一些广告主表示,其用户的质量弥补了其数量上的不足。只要时

间允许,用户就会登录推特,而且活跃度往往非常高。广告商不仅可以基于推特用户的总体偏好和地理分布实现精准广告的发布,而且还能根据他们在看到广告那一刻正在做的事情投放广告。

然而,因为活跃用户规模不足,推特的利润瓶颈已现。

在最近的9月财季当中,推特的营收达到了1.686亿美元,较之去年同期的8230万美元翻了一番还多,但是公司的净亏损也从2160万美元增加到6460万美元。

为避免用户流失,推特借鉴脸谱,对信息浏览界面进行改版,以便未来能够植入更多的广告。推特搜集了很多创收潜力巨大的信息,包括用户在网上看过了什么,买过什么、了解用户喜欢讨论的话题和关注的内容,为广告增收探索新的模式。

很显然,推特正在做出任何可能的努力,希望避免当初脸谱上市时犯下的错误。但是,活跃用户量不足的问题犹在,推特未来的挑战仍然艰巨。

【世界观 Review】

# 英特尔能找到下一个联想吗?

■ 小刀马

近日看到消息称,英特尔押宝山寨平板厂商,希望能寻找到下一个联想。如果英特尔真的有这种想法的话,那么注定是一个大大的败笔。众所周知,英特尔在移动互联网市场一直没有找准节奏,无论是移动芯片领域,还是智能手机市场,从芯片、系统、平台等各个角度去观察,英特尔都是一个追赶者的角色。昔日在平板电脑刚刚起步的时候,英特尔的重心还在上网本身上,但这个产品并没有延续它的生命力,后来英特尔打出超级本希望能引领一个新的发展潮流,进而开创一个新时代。但事与愿违,超级本的市场走势并不令人乐观。

英特尔发现移动互联网这条路走得还是有问题,因此再次对移动互联网市场倾注力量。无论是在芯片领域,还是平板市场,英特尔都开始发力。难道此时的英特尔着急了,希望借助山寨平板厂商能挽回一城吗?笔者认为这样还是不现实的。英特尔有点病急乱投医了。

首先,平板电脑未来承载着多少市场变化很难说,虽然平板逐渐在替代PC成为用户娱乐的一个重要产品,但是不是真的可以超越笔记本电脑也难有定论。有数据显示,全球平板电脑市场增速正在放缓。2013年二季度,该类市场同比增长了43%,但2012年二季度,这一数字则是116%。

其次,平板iPad和三星的平板优势还比较明显,二者几乎统治了全球一多半的份额。如果苹果能够持续占据平板电脑市场,那么留给英特尔的机会不是很大。当然,这也不是唯一的。如今苹果iPad的市场销量也在变化。2013年二季度,苹果iPad从上年同期的47.2%下降至28.3%。而Android系统平板的上升势头略好。

这是不是英特尔感觉到中国市场的一个潜在机会?英特尔产品进入到平板市场,自然是瞄着Android系统的,因为苹果目前还没有和英特尔合作的意向,再加上本身的封闭性,也不是其他厂商可以直接介入的。山寨厂商生产平板电脑,自然是搭载着Android系统。

当然,中国的山寨厂商的大量产品其实也是奔着海外市场而去的。据市场研究公司eMedia Aisa的调查显示,中国白牌平板电脑厂商在2012年累计出货量超过5000万台平板电脑,并且这种增长态势在今年丝毫没有任何减速的迹象。据悉,今年白牌平板电脑今年的总出货量预计将在8000万至1亿台之间,这将占据全球Android平板市场份额的50%以上。

为了能够获得更多的机会,据悉英特尔在中国组建了专门支持中国合作伙伴的移动通信事业部,参与产品规划、产品定义以及后期的市场推广工作。如此,这些山寨厂商可以借助更多英特尔的力量。据悉,截至目前,包括蓝魔、台电科技在内14家厂商已与英特尔达成了合作。

貌似很好的合作模式,但仍有太多的不确定性。不牢靠性将注定用户的忠诚度不会高,包括这些厂商对英特尔的忠诚度以及本身市场的反应都有很多的缺陷。很有可能这些厂商随时都会戛然而止,这种风险显然是英特尔应该考虑的。

毕竟,目前很多白牌平板电脑厂商是依靠低价和产品快速上市获利,他们对未来长期发展的关注并不多。没有长远的规划,抄到了就赚了,如果没有抄到那么就快速转型或者直接倒下,英特尔能经得起这种失败吗?因此这种下注是很难长久的,也必然会成为一个败笔。

英特尔能在中国的的山寨厂商中找到下一个联想吗?在目前的市场环境以及移动互联网的快速发展中,这种可能微乎其微。因此,英特尔的重心还应该那些有长远合作规划的大企业。

同时,英特尔已经意识到用户的习惯在悄然改变,正如英特尔自己所言,移动互联网的发展还是起步阶段,在路上,未来还有很多不可预知性,因此押宝也不必急于求成。

【一周 A week】

上周

>>10月24日,美国地区法院作出裁决,允许逾6.4万名员工对苹果公司、谷歌、英特尔和Adobe的互不挖角协议展开集团诉讼。

>>10月25日,美国商务部宣布对华钢铁产品发起贸易救济调查;Twitter拜会华尔街投行,为IPO路演做准备。

>>10月28日,LG正式发布了旗下首款曲面屏智能手机——G Flex

本周

>>10月29日,美国公布9月份生产者价格指数,9月份零售销售数据,8月份普华永道房价指数;美联储召开议息会议。

>>10月30日,欧盟委员会公布欧元区10月份经济景气指数。

>>10月31日,美联储公布利率决议;日本央行公布利率决议;新西兰央行公布利率决议。

【500强总部档案 Archives】

# 21岁的中国三星

企业名称:中国三星  
在华总部:北京市朝阳区建国路118号招商局大厦  
设立时间:1995年

随着1992年的中韩建交,三星正式进入了中国,并在东莞、天津、苏州、威海、宁波等地建立工厂,开始对中国大规模的投资。并于1995年在北京成立中国三星总部。

## 完整的本土化体系

从1992年进入中国至今,中国三星已经21岁了。这就像一个人从蹒跚学步到成为勃勃生机的青年,中国三星也同样经过了从摸索到发展壮大的历程。这个过程与中国三星的经营战略密不可分。

起初的三星主要从事电子产品组装,2000年之后,中国三星开始在北京、苏州、南京成立研发中心,将研发事业转向中国,逐渐地实现研发本土化。2005年,三星又将旗下的金融服务业带入中国。2008年,中国

三星将生产、研发、销售全面扩大。2012年,中国三星西安投资项目落地,三星开始在中国投资尖端技术,投资也开始向西北地区转移。2013年,三星液晶8.5代线投产在苏州正式竣工。

早在2000年,中国三星就已经在苏州建立研发中心,现如今三星在苏州对LCD面板的投资已达大约30亿美元,生产8.5代TFT-LCD面板。结合中国的西部大开发的战略构想,三星又在西安进行半导体投资,生产10纳米级的NAND Flash闪存芯片,总投资额约为70亿美元。

2013年10月25日,三星8.5代线液晶工厂正式竣工。这个从去年5月正式开工,占地17.3万平方米的三星工厂将正式投产。三星将瞄准着迅速成长的中国高端电视市场,提供出全球高品质的显示产品。

经过21年的发展,三星已在华夏大地深深扎下了根,也渐渐深入人心,赢得了中国市场的认可。

## 积极的责任践行

在三星看来,为中国的经济发展做出贡献获得利润是不够的,要做“贡献于中国社会的企业”。

在经营发展中,中国三星始终强调社会责任和当地社会共同发展。在教育支援、社会福利、农村支援和环境保护四大领域内积极参与、开展了各项公益活动,如:建立三星希望小学、支援大学生西部支教、颁发三星奖学金、三星一心一村、一社一河(湖、山)等。从2007年起还在全国范围内开始了为贫困白

内障患者免费实施复明手术的“三星爱之光行动”。

截至2012年,中国三星共举行822次公益活动,参加人数为4.3万余人。

同时,自2008年宣布绿色经营以来,中国三星全面推进经营绿色化、工厂绿色化、产品绿色化和社区绿色化。严格遵守RoHS China的规定,取得了多种产品的环保认证。全力打造环保工厂,最大限度地减少污水和废气的污染。

为了提高合作公司与代理商的竞争力,中国三星还不遗余力地将经营经验和信息与他们共享,并提供三星所拥有的技术支持。

不仅要在科技上领先,也要在社会责任感上做出表率,三星做到了。