



最新季报出炉，盈亏“魔咒”仍难破，降本更需增效 视频平台的“穷境”与“未来之境”

记者 王赟

爱奇艺扭亏为盈 B站巨亏20亿

爱奇艺发布的2022年二季度财报显示，营收67亿元同比下滑12%，调整后净利润7825万元，同比由亏转盈，去年同期调整后净亏损为11亿元。与去年同期相比，爱奇艺会员数量有所下降，截至Q2末，总会员数9830万，去年同期为9920万，下降了90万。

不过，随着《天才基本法》《苍兰诀》在Q3热播，爱奇艺创始人、董事兼CEO龚宇对爱奇艺下个季度的会员收入、会员数增长持乐观态度。在第三季度，爱奇艺与抖音就长视频二次创作和推广方面达成合作。财报发布当天，爱奇艺还与PAG(太盟投资集团)达成协议，PAG将认购总额为5亿美元的爱奇艺将要发行的可转换票据。

这也是爱奇艺在今年一季度首次盈利后，再次实现盈利。此前，爱奇艺一直在努力扭亏。

这里要插叙一段往事，2017年，“裸奔”开拍的《中国有嘻哈》播出后成绩斐然，众多品牌主动来聊赞助。龚宇在接受媒体采访时说：“都是特别好的合作伙伴，只能选择一家，还没最终决定。”节目热度一路攀升，爱奇艺对《中国有嘻哈》的投入也已超过2.5亿元。龚宇直言第一季肯定是亏损的，赚钱的日子都在后面。

去年12月，爱奇艺对业务线进行调整，裁掉短视频、游戏、研究院、文学等非核心部门部分员工，调整人员结构及内容策略。今年二季度，爱奇艺继续降本增效，二季度营收成本为52亿元，同比下降24%。其中主要是内容成本下降，同比下降24%。

然而，在努力降本增效的同时，B站净亏损依旧在扩大。

B站的2022年二季度财报显示，B站Q2营收达49.1亿元，同比增长9%。经调整净亏损19.68亿元。B站CFO樊欣在财报电话会上解释说，Q2主要是受上海疫情影响带来的影响，下半年经调整净亏损将收窄。

B站Q2广告、增长业务、电商收入仍在增长，游戏收入下降。樊欣解释说，游戏收入下降主要是因为二季度游戏数量减少，下半年游戏情况会有所好转，目前B站有4款游戏已经获得版号，将继续在国际市场推广游戏。

B站董事长兼CEO陈睿在财报电话会上说，增长仍然是B站最重要的事。B站Q2月活用户首次突破3亿，同比增长29%，日均活跃用户达8350万。他再次强调说，有信心在2023年完成4亿月活用户的目标。他也重点提到了对“降本增效”的理解：“重点不仅是降本，还有增效。所谓增效，就是把钱花对地方，更聪明地花钱，让花钱更有效率。”

今年B站会继续降本增效，提高花钱的效率。陈睿举了一个例子，B站Q2用户增长，视频观看量增长，高清视频越来越多的同时，把带宽成本降低了37%，他解释说，这就是因为优化了技术，从而提高了效率。财报中，B站对



一年一度，又到各大视频平台交出“季考”“中考”成绩单的时间。

现实是都有不如意，但也在变化。就连大洋彼岸的Netflix(奈飞)，在最新一季财报里也公布了自创业以来，最严重的一次用户流失，付费订户减少97万，也是Netflix自创业以来，连续两个季度订户负增长。

因此，“视频网站不再是好生意”的声音渐起，但是也应该透过“穷境”看到“未来之境”。



《苍兰诀》的热播让爱奇艺对下个季度的会员收入持乐观态度。 资料片

2022年第三季度收入进行了展望，预计将达56亿元至58亿元。

盘古智库高级研究员江瀚在接受媒体采访时表示，爱奇艺的逻辑与B站不一样，爱奇艺是一家很成熟的视频公司，可以采用开源节流的方式实现盈利。但B站是一个相对而言比较年轻的平台，仍然需要大量的投入来支撑自己的发展。

快手更是“快意”。快手2022年上半年营收427.62亿元，同比增长18.3%，其中Q2营收217亿元，同比增长13.4%，这也让快手十分激动，因为它提前完成了国内经营利润转正的KPI，这也是快手自2020年第四季度以来首次转正。

快手营收主要有三块，线上营销、直播、其他服务(含电商)，能够明显看出，线上营销已经成为快手一条非常粗壮的大腿，占到了总营收的一半以上，在Q2达到110亿元，这样的高占比也显示着，快手这样的短视频平台已经获得越来越多广告主的青睐，快手表示广告主数量同比增长超90%，留存率也有所提高。不过受大环境影响，其在Q2的线上营销收入还是不及Q1，环比减少3%。

广告收入滑坡 拖累营收净利双降

国内长视频赛道的“优等生”芒果超媒发布的2022年半年报显示，报告期内公司营收为67.14亿元，同比下降14.5%，归属于上市公司股东的净利润为11.9亿元，同比下降17.95%。这也是芒果TV并入上市公司以来交出的第一份收入、净利润同比下降的半年报。

围绕芒果TV的互联网视频业务，以及新媒体互动娱乐内容

制作是芒果超媒的主要业务来源。而今年上半年，这两大板块的营收双双下滑，后者跌幅甚至超过了50%。其中，芒果TV作为核心业务，在上半年带来52.27亿元收入，其中广告业务同比下降31.15%，至21.63亿元。

众所周知，综艺节目一直是芒果傲视群雄的资本。但今年综艺市场的招商情况对长视频平台十分不友好。据每日经济新闻报道，同比2021年，今年1月上线的《大侦探第七季》品牌合作数量下降最多，而同样1月播出的《朋友请听好第二季》品牌数量下降幅度最大，这两档综艺都属于芒果超媒。

芒果超媒方面认为，新业务取得重大突破最有可能的领域就是内容电商业务。值得注意的是，内容电商业务的毛利率目前还在其所有业务中垫底，9.59%的毛利率远低于43.47%的芒果TV互联网视频业务。

再来看腾讯控股发布的2022年第二季度财报，营收1340亿元，同比下滑3%；净利润186亿元，同比下滑56%。

值得注意的是，腾讯Q2网络广告业务收入同比下滑18%至186亿元，这背后也是互联网服务、教育及金融领域需求明显疲软。广告业务于四月五月受冲击较大，部分被腾讯合并搜狗所带来的广告收入抵销。社交及其他广告收入下降17%至161亿元。媒体广告收入下降25%至25亿元，主要是由于腾讯视频及腾讯新闻的广告收入下滑所致。

腾讯视频虽然在Q2播出了《梦华录》，但付费会员数字也出现了下降，为1.22亿元，同比下降2.4%，在Q1这个数字是1.24亿元，环比下滑1.6%。

9月5日，由优酷平台推出的

意识到：需要开始做“独家”。

每家企业都根据自己的“基因”做特殊领域的独家，比如哔哩哔哩主打“动漫独家”，腾讯是“NBA独家”……

根据《中国消费者报》近期发布的长视频平台用户满意度调查数据，70%以上的用户愿意为优质内容买单。并且在提前告知用户规则的前提下，有59.14%的用户希望平台能够分层级付费，消费需求呈现进一步细分的趋势。同时，有近60%的用户愿意为直播、番外、彩蛋等自己喜爱的IP衍生内容付费。

上个月，上海哔哩哔哩科技有限公司申请的“虚拟形象开播方法及装置”专利公布。摘要显示，本申请可提高用户体验，方法包括：直播进程在收到用户虚拟形象添加指令后，启动渲染进程加载虚拟形象；渲染进程根据直播中获取的用户面部数据，对加载后的虚拟形象进行渲染；直播进程将获取到的渲染结果作为视频流推送至直播服务器中。B站Q2财报显示，增值服务业务营收为21亿元，营收占比超过42%，同比增长29%。增值服务业务包括直播和大会员业务，二季度B站大会员数量同比增长19%至2100万。在直播上，目前B站的策略是持续打造直播与PUGV(专业用户制作视频)生态一体化，激励更多的UP主成为主播。

视频网站发展的历史进程中有很多重要年份和节点，2018年不得不提。

自2015年起，网络视频市场规模急剧膨胀，在2018年达到1871.3亿元。

2018年3月28日，B站在美国纳斯达克证交所挂牌上市。

这个9月，B站的二季度财报透露，B站已经递交了香港联交所主板转换为主要上市的申请，预计将于10月3日生效。生效后，公司将成为在香港联交所及美国纳斯达克上市的双重主要上市公司，将有效拓展投资者规模，并为公司在资本市场提供更多的灵活性。

回到2018年9月，B站先后宣布收购日本Fun-Media部分股权，与美国Discovery达成了深度合作，紧接着10月，B站获得腾讯3.2亿美元投资，又宣布与休斯敦火箭在电竞领域达成战略合作，B站被曝光成立哔哩哔哩电竞公司。

也是在2018年，快手创始人亲自出马谈下A站，次年快手发力二次元，直击B站腹地。记得2020年9月CBNData发布的《快手人群价值报告》显示，快手、B站的用户结构呈现出大比例重合。

还是在2018年，视频网站的综艺发展形式大好。那一年，优酷在上海举行了“春集综艺新品先鉴会”，宣布超级网综《这！就是街舞》总招商金额已近6亿元，创彼时网综新高。而节目本身投入3亿元，高举高打的策略让优酷坐收高回报。

时光到了当下，爱奇艺“冰释前嫌”与抖音合作、乐视与快手合作、腾讯视频版权给旗下剪辑软件“智影”使用等改变，似乎也都在说明，在这个行业里同样没有永远的敌人。