



# 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主要是受上海疫情管控带来的影响,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,但也都在变化。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,预计将达到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,同比下滑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

国内首档科幻漫谈节目《不要回答》第一季圆满收官,着实令观众意犹未尽。来看优酷2022年第二季度的成绩单,根据阿里财报显示,在Q2,优酷所属的数字媒体及娱乐板块收入为7.23亿元,同比下降10%,但在运营效率上,实现连续五个季度亏损同比收窄。

“广告”也是优酷的一个痛点,数月前,4月26日,优酷信息技术(北京)有限公司与北京奇虎科技有限公司不正当竞争纠纷民事一审判决书公布。被告奇虎公司因在其运营的“360安全浏览器”中提供“冰妹妹去广告”等插件,去除了优酷网中的片前广告和暂停广告,导致优酷广告费收入减少、会员充值收入减少等重大损失,构成不正当竞争,被判赔偿优酷经济损失10万元及合理开支3000元。还有,去年7月一个类似官司落幕,搜狗屏蔽优酷广告系不正当竞争,优酷获赔13万元。其实,芒果TV也曾因“免广告”服务将小米公司告上法庭,索赔50万元。

## 从“众”走到“独” 从混战走向合作

往前数十多年,正是视频网站兴盛的年代,先后崛起了数十家人气超高的视频网站和网络电视。

但如今它们大多都不在了,即使还在的也不是做视频,而是其他行业,毕竟这个时代大家的版权意识逐步提高。

也就是在这个时候,视频网站发现会员的锁客能力开始下降,因为客户可以选择这个月当你的会员,下个月当我的会员,再下个月当他的会员,反正都是看,怎么舒服怎么来。

人们逐渐开始只愿意为真正的好内容付费,随之,视频网站们

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里有很多重要年份和节点,2018年不得不说。

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。