

加速投资的小红书，“病急乱投医”？

“种草”社区小红书开始投资了，而且一投就是十几个项目。

这家被估值200亿美元的“集美”大本营，做CVC并不是一时兴起，从2018年起就开启了投资业务。

只是时间到了2021年，投资部门在传出小红书即将赴美IPO的传闻后突然变得重要起来。

从美妆到潮玩，再到母婴

小红书的投资大业其实不是今年才开始的。

财经无忌在企查查查阅相关资料后发现，小红书科技有限公司间接持股的公司达到了22家，相比今年第一季度又增加了十家。

其中除去3家控股公司，小红书目前投资19家公司。

根据此前《窄播》的观察，小红书的投资不仅涵盖了美妆、潮玩、服装、母婴等小红书主推的产业，还包括了速食、低温肉、IP孵化等更注重未来发展的新领域。

加码平台主打的领域，非常合理。布局潮玩行业，不仅体现了小红书对于潮玩行业前景的看好，而且对于自身平台用户的分野有着精准定位。

根据中国社会科学院国情调查与大数据研究中心发布的《2021中国潮流玩具市场发展报告》，中国潮流玩具行业发展势头迅猛，市场潜力很大。数据显示，2015年我国潮玩产业规模已经达到63亿元，2015-2020年复合年增长率高达36%。预计2022年中国整个潮流玩具零售市场规模将达到478亿元。

根据《报告》，潮玩消费群体中，75%的消费者为25-35岁的女性。女性消费者看重潮玩的不仅仅是玩具外观的设计，很多购买者也将潮玩作为赠送朋友，特别是伴侣的首选礼物。

今年3月，小红书完成了对潮玩品牌ROBBI的运营公司的投资，持股比例达13.17%。

成立于2021年6月的ROBBI可谓潮玩界的新星。据公司创始人何佳珊介绍，ROBBI潮玩形象像中国古代传说中玉兔与未来幻想元素相结合，既传统又具有未来感。

产品上市后，众多人气明星网红与ROBBI兔互动，如黄子韬、程潇、林允、蒋梦婕、周扬青等都曾在自己的微博或小红书发布过与ROBBI兔的合影。

此外，ROBBI也成功在《潮流合伙人2》《这就是街舞3》等Z世代爱看的节目中露出，并与中国航天、MCM、NBA等品牌联名，受到了年轻人的追捧。

投资ROBBI也不是小红书第一次在潮

玩领域进行布局。去年年底，小红书投资了以专攻中式积木为核心的巧合积木。

巧合积木将中国传统的榫卯技艺作为其积木玩具设计的核心，致力于在新产品上延续与传承华夏前年文明与智慧。

而巧合积木与国家博物馆合作开发的“中国古代兵器系列”受到了玩家的广泛好评。财经无忌在其天猫官方旗舰店上观察发现，“中国古代兵器系列”目前包含了我国9个朝代的兵器造型，全套售价261元，总销量1000+。

随着国潮热的逐渐升温，国潮品牌开始占领消费者的心智。财经无忌在小红书上搜索发现，“乐高”关键词下的笔记超过78万篇，“中式积木”关键词下的笔记仅1600篇。

虽然从目前的潮玩市场上来看，国外品牌还是起着主导地位，但是小红书赌中的似乎是未来。

投资为了丰富生态，也为了赚更多的钱

根据36氪报道，小红书去年最后一轮融资时，估值高达200亿美元，这样的估值，相当于5个微博(45.98亿美元)，20个知乎(8.51亿美元)，2个B站(98.28亿美元)。而这四家的MAU(月活)分别为，小红书2亿，微博近6亿，知乎1亿，B站2亿。

从平台特性上来看，小红书影响力上不如微博，知识性上不如知乎，娱乐性上不如B站。因此，小红书的市值相对虚高。

丰富平台生态，也成为了小红书亟需着手的领域。

比如上文提到的ROBBI，作为ROBBI母公司又燃又兔的第三大股东，小红书自然会将平台资源分享给合作伙伴。目前，在小红书上已经有超过7800条关于ROBBI的笔记。

扩大投资领域，其实也是为了提升小红书整体营收的一种试探。这种试探，来源于小红书不算成功的商业“冒险史”。

从2013年第一份购物攻略pdf起家的小红书，不断优化自己的商业模式，借助国内互联网高速发展，延伸商业触角。

2014年，小红书将目标瞄准了跨境电商，上线电商平台“福利社”。一年后，小红书用户突破5000万，随后的两年时间，小红书跨境电商业务红红火火，还曾被总理点名表扬。

可随着跨境电商政策的风向转变，小红书的跨境电商业务也随着大势不断下行。

未能及时找到第二增长曲线的小红书目前的主要收入来源为广告收入。2020年，小红书广告业务营收实现3倍增长，达到6-8亿美元，约占总营收的80%。

不过，受到经济形势整体疲软的影响，互联网广告业务增速全面放缓。据前瞻研



究院数据显示，2022年一季度，互联网广告仅微增1.4%。

小红书的问题就在于，其营收的主要构成就是“广告+电商”。广告收入放缓，电商又不见起色，小红书必须通过改变以求生存。

所以，投资赛道潜力大的行业及公司，筑牢抵御风险的篱笆，是小红书可能作出以上投资的逻辑。

可是，从小红书目前投资的公司来看，90%成立于2020年以后。

小红书就真的这么看好这些公司的未来吗？

小红书能否抓住CVC投资的门道？

从小红书的投资行为上来看，是标准的CVC(Corporate Venture Capital, 企业风险投资)。

财经作家吴晓波曾对CVC作出过解释：“CVC与传统VC的运作逻辑不同。一般而言，CVC的投资退出周期远长于传统VC。一般VC的投资周期为7到10年，而CVC投资项目时间往往长达10年以上，甚至并不考虑退出。”

就以国内的CVC王者非腾讯为例，十余年来，腾讯通过旗下的腾讯投资，完成了千余例对外投资与并购，以此不断拓展“企鹅”的版图。

从腾讯投资的公司行业分布来看，截止2021年10月底，腾讯对外完成的238笔投资中，游戏行业63起，占比26.5%。也正因为如此，腾讯通过不断丰富自身游戏领域的公司及工作室，打造了一个不可撼动的游戏帝国。

这意味着，有实力的企业投资优质的CVC项目，不仅可以扩大自身产业版图，或筑牢抵御风险的能力，而且还能带动相关优质的初创企业成长。

但问题在于，无论是相较于专业的投资机构，还是BAT为了构建自己价值链的生

态，小红书想要迈出投资的这一步前路都难言顺畅。

一方面，从战略层面上来说，从美妆到潮玩，再到母婴，这些纷繁复杂的投资，并没有一条清晰的思路 and 主线。

就以投资文旅行业为例，今年7月11日，小红书又成立璞真乡里(上海)旅游文化有限公司成立，向市场和行业释放出小红书亲自下场寻求旅游变现的重要信号。

可一直以来，小红书大多是以内容种草平台身份介入文旅行业，与民宿平台、城市旅游局或是酒旅品牌联动。而现在小红书成立旅游公司，在业内人士看来，从种草平台到发力上游供应链企业，想要获得文旅商业世界的真金白银，这其中的“苦涩”或许远远大于甜蜜。

与此同时，从投资能力上来说，以时间跨度来看，小红书的投资部也才刚刚起步，团队尚未稳定，已公开的出手项目更像是财务投资，所选企业相对稚嫩，如何找到自己的边界和独特价值并不容易。

而另一方面，从管理资金规模来看，虽然一级市场对小红书的估值已经高达200亿美元，不过这也仅限于估值。

目前来看，小红书的盘子铺得很大，除了受限平台战略、组织能力外，资金规模同样是一个非常重要的考量因素，对仍在冲刺IPO的小红书来说，有多少自有资金可用于“试错”仍然要打一个问号。

在投资界，VC们奉行“不要将鸡蛋放在一个篮子里”的分散组合投资原则，说得直白点就是“广撒网，多敛鱼”，这样理念的风险在于，虽然布局众多，但最终只有少数几个能成功创造“逆风翻盘”。换言之，要想钱不打水漂，需要毒辣的投资眼光。

于小红书而言，还在未真正修炼好内功，就着急下场投资，显然并没有准备好。这样的情形也不禁让人联想到小红书正在“病急乱投医”。

4-082

爱心老人活动中心

Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

- 照顾日常生活需求
- 每天专车接送至日间活动中心
- 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐
- 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩
- 提供日间、居家双重护理
- 提供日常翻译、预约看病等服务
- 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理
- 拥有爱心专属药房

联系电话:

571-409-3345 (海 伦)

703-626-2859 (崔小姐)

703-354-2323 (传 真)

703-354-6767 转 112

(办公室李小姐)

维州最完善的活动中心

6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312

3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151