

世界杯流量变现难,抖音狂砸10亿恐难回本

2022世界杯开赛后,毫无悬念地成为各大媒体的热门内容,相关热搜不断。随着网友的花样“玩梗”,拿到本届世界杯赛事转播权的抖音,也赚翻了网友的眼球。

无论是卡塔尔成为历史上首支首战输球的东道主、三连败出局被调侃为最惨东道主,还是梅西、C罗等球星或将最后一次参加世界杯的话题,都是本届世界杯的绝佳内容,被网友津津乐道。

而在卡塔尔队揭幕战中意外走红的卡塔尔小王子,更是成为世界杯期间名副其实的“网红”,在其顺势入驻抖音后,一夜涨粉900万,更是刷新了抖音用户的涨粉速度纪录。

不过,在网友各种DIY之下,抖音也被贴上了世界杯转播“不专业”、“不正经”的骂名。无论是直播过程中,出现莫名其妙的杂音,还是抖音上的“伪球迷”各种玩梗,甚至有大量网友排队到卡塔尔小王子的视频底部留言“讨饭要钱”,都让一些真正的足球球迷有些哭笑不得,也让业内人士对世界杯过于娱乐化带来的社会影响,而担忧不已。

而对于抖音砸下10亿拿下转播权,是否能够回本,还是如竹篮打水,业界也是悲观态度居多。

借世界杯吸金,抖音难如意算盘众所周知,如今是一个IP的时代,一个超级IP带来的影响力,不言而喻。而世界杯作为体育界仅次于奥运会的顶级IP,自然也是全球流量的风向所在。

2022年世界杯开始之前,国际足联主席预测,本届世界杯将会吸引到全球超过五十亿人观看,由此足见这个顶级IP的号召力。在这样的背景之下,世界杯的体育版权,向来是兵家必争之地,令无数综合媒体平台、电视台、甚至体育类垂直媒体趋之若鹜。

不过,尽管世界杯是块“肥肉”,但是各大平台争夺版权带来的结局,却肉眼可见。例如,前有乐视体育、PP体育在版权争夺的过程中,轰然倒下;后有咪咕视频赞助冬奥会,短时间流量爆发却在赛事结束,平台日活被“打回原形”。

而随着懂球帝和虎扑等球迷社区人气日渐低迷、爱优腾逐渐对顶级赛事退避三舍、腾讯体育也放下NBA版权,开始战略收缩,市场可以明显感知的是,这届世界杯,与抖音竞标的对手,都所剩无几了。

因此,人们不禁猜测,是体育内容的版权真的“不香”了,还是抖音很幸运,歪打正着地捡了“大便宜”?对比咪咕音乐

大手笔获得冬奥会转播权,抖音拿下世界杯,显然也有其如意算盘,不过10亿元的投资,抖音或许很难占到“便宜”。

一方面,版权争夺的背后,必然是商业利益。世界杯的超强引流能力及吸金能力,才是抖音不惜重金拿下版权的首要考虑因素。只不过,抖音想要借助巨大的体育类流量,带来商业变现,让天价版权费回本,并非易事。

虽然依靠足球赛事的关注人数之众,可以在赛事期间拉升抖音APP的打开率、平台用户活跃度。同时,抖音也可以利用世界杯,通过广告分成、用户打赏和直播带货。但是要知道,世界杯受众却是以男性群体为主,并非我国的消费主力。短暂的变现,显然无法与其巨大的投入对等。

据了解,在抖音的世界杯界面下,用户可以参与“抖音燃情好物季”,直接从抖音商城买到球衣、电视、啤酒、可乐、牛奶、世界杯正版授权的玩具等等。或者参与“吃喝玩乐在抖音”,直接在抖音里点外卖、了解周边播放世界杯的门店等等。

但是与赛事热度不可持续的逻辑一样,这样的商业模式,如何在世界杯结束后还能产生持续性的效应,恐怕依然是一个未知数。对比虎扑、懂球帝等垂直平台的商业模式,就可以对抖音通过世界杯的变现能力窥见一斑。

据了解,长期以来,这类平台的最主要的收入来源,依然是广告。究其原因,十分残酷而现实,那就是平台的用户画像是“直男群体”,处于消费鄙视链的底层,与美妆、服装等产品能够即时消费无法相提并论,甚至连其广告效果,也备受广告商质疑。

同行对比之下,抖音想要在世界杯期间,除了收取广告费额外大赚一笔,或许也并不容易。

娱乐化过度,被嘲“不专业”

在网友的印象中,似乎没有哪一届世界杯,能像这届世界杯一样,能如此玩梗。除了一些伪球迷在抖音上假装合群、娱乐大众外,很多人制作表情包调侃卡塔尔小王子的表情,甚至到卡塔尔小王子的账号下卖惨求福利,也让人三观尽毁、大跌眼镜。

例如,有网友在某世界杯视频上评论,称“坐等意大利出场”,一些专业球迷表示哭笑不得,因此开始在留言区互怼:“难道你不知道意大利没进世界杯吗?”

而在卡塔尔小王子入驻抖音并完成实名认证,瞬间涨粉千万后,神奇的一幕出现了。在卡塔尔小王子的账号下,清一色的评论都是让小王子发钱、给红包的。甚至

还有人私信卡塔尔小王子,让其送车、送房,向其纳不纳妾、要不要招仆人之类的。向小王子发私信不要紧,更让人不堪的是,还有很多用户顺手截图,炫耀一番。

如果说是网友玩梗、偶尔开个玩笑、说个段子也无可厚非。但是卡塔尔小王子毕竟是一名外宾,也是一个有超过200万人口国家的重要人物。

在他面前,抖音暴露出的却不只是国人友好的一面,而是“一切向钱看”甚至放低自己的身段、丢掉自己的脸面和尊严,那就有损国人的形象,甚至伤及大雅了。

尽管有些内容是网友自发创作的,但是作为内容分发平台,抖音的运营机制决定了平台的内容调性,如果众多网友本来兴致勃勃来看世界杯,满屏都是各种与球赛无关的八卦梗,恐怕也会大失所望,甚至愤愤不平了。

更让网友表示不解的,还有赛事直播期间,直播间传出的女主播“杂音”。在杂音事件出来后,各种舆论发酵也十分迅速,甚至有媒体用“无法解释”、“浮想联翩”来大肆渲染。

尽管事后抖音发布声明称经核实,直播室中杂音为转场期间嘉宾喝水、小声交流、走动等动作与现场直播声音叠加形成,并解释称:现场工作人员较多,工作不够严谨,导致出现杂音影响了用户的观看体验,我们深感抱歉。

但是,在这么严肃而大型的赛事活动中,出现这样的瑕疵,显然是其直播间现场管理方面存在漏洞,甚至相关专业能力、经验不足的表现,因此也足以贻笑大方。

难逃赛事转播、赞助后遗症

对于视频平台来说,流量固然比比赛本身更重要,但是对于球迷来说,看球讲究的是看球过程的参与感、紧张刺激的氛围感。

因此,对于很多球迷来说,传统的看球场景,依然无法被抖音来代替。

例如,约三五个好哥们,一起到路边的小店,边喝着啤酒边看着自己欣赏的球星踢球射门,才是最感觉到的。甚至有网友在虎扑上表示,拒绝在抖音看世界杯。有网友表示,“我还看央视,央视更有感觉,除非赛程没有喜欢的解说才去看看咪咕”。

不过,抖音邀请的解说嘉宾,同样没有走专业路线,而是专业与“跨界”嘉宾各占一半。例如,而21日第二场比赛,抖音把解说席交给了“娱乐圈最会踢球”的鹿晗。

只是,虽然期间#鹿晗因为曼联支持英格兰、#鹿晗世界杯解说、#鹿晗将参与解说2场世界杯比赛等相关词条抢占全网20+

热搜,最高登上热搜TOP1。但是据了解,其所吸引的关注,更多的是鹿晗的粉丝围观,而非球迷。

因此,抖音争夺转播权,或许是基于其长期策略考量,将用户拉新、留存的战线拉长,并且拉长收割周期。但是对比其它体育赛事转播带来的“后遗症”,抖音此举也未必能如愿以偿。

例如,2018年的俄罗斯世界杯,央视将版权分销给了优酷和咪咕视频,比赛期间,用户活跃度大为提升,可比赛之后就被“打回原形”。

而根据艾媒咨询的数据,2018年世界杯期间,咪咕视频日活渗透率为1.7%,世界杯结束后迅速下降到了0.6%-1.2%;优酷借世界杯拉来了3000万新用户,同样在3个月内迅速流失殆尽。

而最近频繁转播国际赛事的咪咕视频,也没有打破这样的魔咒。

观测咪咕视频一年来的数据情况,其用户数据受赛事周期影响十分明显。据公开数据显示,在2021年6月的欧洲杯、7月的东京奥运会、2022年2月的北京冬奥会期间,咪咕视频的下载量都出现了大幅增长,但是无一例外,其下载量、用户活跃度在相关赛事结束后,都出现了断崖式下降。

这也意味着,下载、卸载、再下载、再卸载是咪咕视频的宿命,更有可能成为抖音的前车之鉴。尽管二者的平台定位不尽相同,抖音的内容更加综合、咪咕的内容更加垂直,但是恐怕在世界杯如何渗透平台的流量、最终成功带来商业转化方面,二者的命运无异,抖音因为内容更加泛化,甚至有过的而无不及。而其10亿投入,真实价值几何,也就不得而知了。

作为国内顶级的App应用,抖音砸下重金拿下全球体育IP的转播权,无疑会为其用户量的进一步攀升、用户活跃度及粘性的数据优化助一臂之力。对其品牌影响力的正面意义,也不言而喻。

但是,在内容为王、中长视频已成大势所趋的当下,短视频内容的过度娱乐化、既缺少专业度也缺少严肃性,依然是备受质疑的弊病。而从商业的角度来分析,在其用户增量逼近天花板、并无太大空间的现实情况下,其通过获得转播权带来的实际经济效益,或许不容乐观。

因此,当世界杯闭幕后,或许一切的繁华终究落尽。可以预见的是,抖音不会因为曾经转播过世界杯,而有什么翻天覆地的不同,而不过还是那个以娱乐、八卦著称的抖音。

全球首款“粪便疗法”获批,微生物制药赛道终于破冰了

在过去的十年中,利用肠道微生物组,对患病人群进行治疗的想法非常狂热。

这无可厚非。许多研究表明,居住在我们肠道中的微生物物种,能够与宿主密切而持续地交流。而这些“交流”的结果,不仅直接影响消化道的健康,还可以直接影响整个身体的健康。

水能覆舟,亦能载舟。利用“微生物”的平衡之道,我们或许能够获得意想不到的结果。

神药绿谷GV-971,就成功“借鉴”了这一理论。经历多次失利后,其治疗阿尔兹海默症的基础,转道肠道菌群假说:人体肠道菌群失衡,导致全身系统混乱,最终导致神经炎症和老年痴呆的发生。

不过,遗憾的是,除了绿谷制药,这一领域的玩家鲜有成功者。相反,Kaleido Biosciences、4D Pharma等明星公司相继破产,给这一赛道逐渐蒙上阴影。

好在,困难时期,反转出现了。11月30日,Rebiotix公司的Rebyota,成为首款经FDA批准的粪便微生物组疗法。

跌跌撞撞,微生物制药赛道终于破冰了。

1/01/解决抗生素耐药的另一种答案

在知乎上,有人将抗生素的发明,称之为人类健康史上唯二的质变之一。另一个,是火和熟食的发。

这么说也不夸张。抗生素的临床应用,直接让人类对抗细菌从小米加步枪时代,进入飞机大炮年代,不仅挽救了上百万人的生命,还把人类平均寿命提高了十年以上。

不过,凡事总要讲个但是。因为抗生素

大规模的使用,随之而来的耐药性问题也越来越突出。比如,艰难梭菌感染的治疗就是一个难题。

艰难梭菌感染是一种肠道细菌感染,可能导致感染者衰弱的腹泻,但也可能导致更严重的后果,如结肠炎症或结肠炎、中毒性巨结肠和死亡。

自从四十多年前,艰难梭菌被发现以来,万古霉素一直是最常用的治疗药物。然而,艰难梭菌作为顽强的抗生素耐药性细菌之一,大量的患者会持续复发。

据估计,约35%艰难梭菌确诊者会发生复发。而在经历过第一次复发的患者中,有65%的病患会再次产生复发,相当难缠。

这导致,复发性艰难梭菌感染,一直是美国医院获得性感染的主要原因,其每年可造成美国约50万人感染,以及约2万人死亡,破坏力极大。

很显然,对抗艰难梭菌,我们需要更有效的治疗手段。在这一背景下,Rebiotix的粪便疗法RBX2660站了出来。

1/02/恢复微生物群落防止感染

为什么艰难梭菌会反复感染?一个核心原因是,肠道的微生物种群被破坏了。

大家知道,人体肠道含有数百万个微生物,通常被称之为“肠道微生物组”。当患者接受抗生素治疗时,可能会破坏肠道的微生物平衡,进而造成艰难梭菌的大量增殖与分泌毒素。

那么,如何恢复肠道菌群之间的平衡呢?Rebiotix给出的答案是,粪便移植。

RBX2660的核心成分是“粪便”,由符合要求的捐赠的人类粪便制成。简单来说,其

作用是,通过单剂量直肠给药的方式,能够促进患者肠道菌群的恢复,防止艰难梭菌感染的进一步发作。

今年5月,Rebiotix宣布RBX2660临床3期试验达到主要疗效目标。

结果显示,经过8周的治疗后,RBX2660治疗组约有70.4%的患者没有复发,而安慰剂组只有58.1%的患者没有复发。也就是说,RBX2660治疗组的治疗效果,要稍好于安慰剂组。

当然,RBX2660也存在诸多局限性。

其一,RBX2660能否成为标准化疗法存疑。目前,该临床入组的受试者中,超90%为白人种。这也意味着,其有效的结论,或许仅限于白人种中。

其二,RBX2660的长期安全性是否可靠。根据其临床数据来看,在盲法治疗后6个月内,RBX2660组报告的副作用发生率为55.6%,而安慰剂组只有44.8%。

FDA咨询委员会也是表示,希望看到更多关于此药品的安全性数据,以及在不同肤色人种的临床数据。

不过,因为迫切的临床未满足需求,FDA依然批准RBX2660成为复发性艰难梭菌感染患者的治疗新选择。

FDA生物制品评估和研究中心主任Peter Marks博士表示,“该疗法的批准,是对艰难梭菌感染患者复发患者护理的进步”。

1/03/下一个撞线的是谁?

对于整个微生物制药赛道来说,RBX2660的成功获批无疑影响深远。

虽然看似玄学,微生物医药以及微生物相关技术的商业探索从未止步。在美股市

场,出现了专门以研究微生物制药的明星biotech。其中,Seres Therapeutics是最具代表性的企业。

早在2020年8月,其拳头产品SER-109在几经周折后,终于取得了显著降低复发性艰难梭菌感染复发率积极结果。只不过在上市进度上,落后于Rebiotix的RBX7455。

微生物制药不局限于防止艰难梭菌复发感染,研究表明,肠道菌群与某些疾病之间存在联系,具体包括消化系统疾病、代谢类疾病、免疫系统疾病以及神经系统疾病等。

因此,作为领头羊的Seres Therapeutics备受瞩目,其市值一度超过50亿美金。

实际上,不仅是biotech,包括,辉瑞、罗氏、强生等跨国制药巨头,在微生物制药赛道领域有所布局。热潮,也早已传至国内。

在国内,包括未知君生物、慕恩生物、承葛生物、知易生物、厌氧生物等biotech均完成了多轮融资。

其中,未知君生物的粪菌移植药物XBI-302已经获得FDA的临床批准,拟开展治疗急性移植物抗宿主病的研究。

当然,不管是国内,还是海外,大部分微生物制药都处于早期研究阶段,存在较大变数。换句话说,这一赛道存在较大变数。

事实也是如此。在过去几年中,该领域一直受到“失败”的困扰,Kaleido Biosciences、4D Pharma等明星公司相继宣告破产。

眼下,首款粪便微生物组疗法获FDA批准,无疑能够给这一赛道参与者注入信心。那么,下一个撞线的选手,将会是谁呢?