

张小龙：微信的下一个十年，视频化是主题



◎记者 温婷 ○编辑 邱江

1月19日20时，超过120万人涌入“微信之夜”的线上直播，听腾讯高级副总裁、“微信之父”张小龙的十年微信感言。在张小龙看来，视频化表达将是下一个十年内容领域的主题。在内容形态的演变中，直播进入更容易被大众接受的阶段，有巨大的机会。

视频化表达前景可期

2020年是微信生态蓬勃发展的第一年：4岁的小程序、3岁的小游戏、2岁的微信支付分、刚满周岁的视频号等，都取得了超预期的增长。2021微信公开课PRO数据显示，2020年，小程序年均DAU（日活跃用户数）突破4亿、全年累计交易额同比增长超100%，企业微信连接和服务的微信用户超过4亿，小游戏累计注册用户超过10亿、MAU（月活跃用户数）破5亿，微信支付分用户数突破2.4亿。一连串的数字背后，传递出微信商业化格局日益完善的信号。

对于上述亮眼的成绩，张小龙首先感谢了微信生态中的创作者，没有他们，今天的微信生态不会这般蓬勃。

谈到微信目前的业务，张小龙从备受关注的视频号聊起。他表示，视频号的灵感起源于2017年，当时设想的视频内容是一个相对于公众号的概念，可以为没有能力写长内容的人提供表达机会，但直到2020年才变成现实。

如今，微信的朋友圈里每天有1亿条短视频内容发布。最近5年，微信上的视频内容日均增长33倍。张小龙判断，视频化表达将是下一个十年内容领域的主题。

视频号一年之变

风口之上，微信在视频号上的投入力度明显加大。2020年1月19日内测以来，微信视频号已经迭代4个大版本，陆续支持顶部分栏、转发朋友圈大屏显示、长视频、直播打赏、连麦等功能。在最近一次更新中，微信更是将两个一级入口直接给到视频号相关业务，同时推出“微信豆”作为虚拟道具，支持粉丝在观看直播时打赏视频号主播。

此次微信公开课PRO上，微信视频号首次解读了运营规则，即视频号是一个人人可以记录和创作的平台，也是一个全开放的平台；同时，视频号链接微信生态的打通能力，能借助公众号、搜一搜、看一看、小程序等已趋成熟的产品，形成微信生态合力，使优质的内容和服务辐射更多人。例如，今年小游戏将联合视频号，产生游戏+直播的全新玩法。

当被问及视频号是否有流量扶持和内容偏好时，微信视频号团队在分享中表示：“我们的愿景是所有品类的创作者都会被拥抱，所有类目的优质内容都能以平等的方式被用户发现。”

在平等的基础上，视频号破圈有章可循。据微信视频号团队介绍，微信最重要的特点是社交关系链，而视频号的内容也正是基于社交关系链，例如点赞、朋友圈分享、群聊，如果一条视频号的内容在短时间内的内容消费、互动数据很好，那么这条内容就会持续扩散，突破圈层，让更多人看见。

在本次公开课上，张小龙首次谈到视频号的意义。在他看来，视频是其次，有了号就给了个人公开发声的机会，至于发声的形式，可以是视频，可以是直播等。基于这个逻辑，号的意义大于视频本身。

张小龙坦言，创建视频号对于微信的一

个挑战，是在微信生态中用户将拥有两套身份体系。未来，视频号可能成为机构的官网，可以加载不拘泥于视频的各种内容，包括小程序等都可以内嵌进来，想象力巨大。

他强调，微信不会以用户时长作为导向和KPI考核，更关注帮助用户解决问题。“微信不生产内容，只做视频内容的承载和传递。”张小龙预测，未来的视频也不会以文件的形式，而是以结构化的数据存在，存于云端，易于分享。朋友圈的视频更多将以视频号载体的形式存在，不需要用户再次上传本地文件。

更长远来看，随着视频内容生态的逐渐丰富，微信可以沉淀形成海量的视频知识库，可以通过搜索等技术挖掘其价值。

下个版本或有直播入口

最新版本的微信中，底栏的发现页面增加了一个名为附近的直播和人的一级入口，点击后可以直接进入视频号的直播栏目。张小龙判断，在内容形态的演变中，直播已进入 to 更容易被大众接受的阶段，有巨大的机会；微信的下个版本或有直播的直接入口。

张小龙预测，未来的直播将加载电商能力，或者嵌入小程序，也不排除直播与春节产生某种关联性的可能。“希望今年有一些人可以通过直播的方式来拜年。”

视频号与直播的结合，正在尝试打通商业变现的“最后一公里”。据微信视频号团队介绍，在2020年10月直播功能上线初期，华为便将Mate40的发布会放在了视频号，这是视频号的第一场推流直播。之后，OPPO、vivo、小米、蔚来汽车也纷纷选择视频号作为新品发布的主要平台，越来越多的知名品牌将视频号作为发声渠道。

微信十年大事记

2011年

1月，微信1.0发布，支持快速消息、照片分享、设置头像。

2012年

10月，微信3.0发布，支持摇一摇、漂流瓶、视频消息发送。

2013年

8月，微信公众平台上线。

2017年

1月9日，小程序正式在微信客户端上线。

2018年

12月，微信支付区块链电子发票功能正式上线。

2019年

7月，微信正式开放“一物一码”能力，通过印在商品上的二维码，每一件商品都变成一个品牌小程序的入口。小程序可实现AR效果。

2020年

1月9日，张小龙在2020微信公开课PRO上进行预告，微信的短内容一直是探索的方向，顺利的话或近期和大家见面。

2021年

1月19日，微信视频号正式开启内测。

2022年

10月，微信视频号上线直播，用户在直播中可通过小商店实现电商交易闭环，支持发布最长30分钟的视频。

2023年

12月，微信7.0.20版上线，其中有两个一级入口直接给到视频号相关业务，在微信发展过程中尚属首次。微信视频号直播支持推拉流直播，上线美颜、连麦、打赏等功能。附近板块正式升级为“附近的直播和人”。微信端还推出“微信豆”虚拟道具，支持粉丝在观看直播时打赏视频号主播。

投资者提出逾170个问题 优利德详解发展蓝图

◎记者 黎灵希 ○编辑 邱江

科创板拟上市公司优利德昨日在上证路演中心举行网上路演。面对投资者提出的逾170个问题，优利德董事长、总经理洪少俊携公司高管一一作答。

资料显示，优利德主要从事测试测量仪器仪表的研发、生产和销售，是国内知名且规模较大的仪器仪表公司，产品包括电子电工测试仪表、温度及环境测试仪表、电力及高压测试仪表等，广泛应用于电子、家用电器、机电设备、节能环保、轨道交通、汽车制造等领域。

优利德上市后的发展目标和计划是投资者关注的重点。洪少俊表示，公司秉承为全球用户提供高质量、高安全性、高可靠性、高性价比的测试测量产品及综合解决方案，坚持以科技及人文为本，致力于成为仪器仪表全球知名品牌。

在洪少俊看来，要成为全球知名品牌，品牌的认知度要足够广，要建立用户对品牌足够的信任度；在产品方面，具体体现在产品的安全性、测量的精准度、测量结果的一致性及高可靠性等方面。

据优利德董事周建华介绍，测试测量仪器仪表行业非常重视产品的精准、稳定和耐用性。对于涉电类测量仪器仪表，由于使用过程关系到人身安全，产品的安全、可靠性十分重要，而品牌是产品品质的集中体现。因此，客户在选择测试测量仪器仪表时，日益重视产品品牌，测试测量仪器仪表行业的品牌溢价较高。

目前，优利德拥有1000余个产品型号，构成五大产品线，囊括数十个测量物理单位，可以满足客户多样化测量需求。通过多年的客户积累，公司建立了相对成熟的销售渠道，形成较高的品牌知名度。公司自主品牌产品销往超80个国家和地区，近年来自主品牌产品的销售收入占公司营业收入的比例为72.5%。

谈及公司的科创“含金量”，周建华称，优利德形成了覆盖核心产品线的关键技术矩阵与知识产权保护体系，先后参与4项国家标准的起草，并先后3次获得中国专利优秀奖。此外，优利德自主研发数字三维荧光示波器，真有效值数字记录型万用表、任意波形发生器等在国内市场具有技术代表性的产品。

未来，优利德将从新产品开发、产能升级及全球服务网络建设、信息化管理建设、人力资源发展、外延式并购发展等方面发力，实现公司的战略规划。具体来看，在外延式并购方面，优利德将重点整合具有产业互补特征、具备较好技术方案或具有较强盈利能力的标的企业，进一步丰富公司产品线，满足客户多元化的测试测量需求。

优利德招股意向书显示，公司拟在科创板公开发行新股2750万股，发行募集资金扣除发行费用后将用于投资仪器仪表产业园（第一期）、高端仪器仪表研发中心项目建设和全球营销服务网络升级。

“公司上市募集资金，是为实现企业长期的发展战略，进一步巩固公司的业内领先地位。”面对投资者提出的“公司上市是否会业绩变脸”，洪少俊回应称，上市之后，公司将专注于经营业绩，规范运营，让公司竞争力、市场占有率、盈利能力得到增强，业绩一定能平稳、持续地得到增长。

协议转让5%股权 花园生物引入 国资背景战略投资者

◎记者 刘立 ○编辑 邱江

国内维生素D3龙头企业花园生物昨日公告称，公司控股股东祥云科技拟通过协议转让的方式，将其持有的2755.05万股无限售流通股（占公司总股本的5%，占剔除回购账户股份后公司总股本的5.07%）转让给上海诺铁资产管理有限公司—合肥中安海通股权投资基金合伙企业（有限合伙）。公司表示，此次公司控股股东转让股份，有利于其降低杠杆及资金需求，引进战略投资者，优化公司股权结构。

根据公告，1月18日，祥云科技与上海诺铁资产管理有限公司（下称上海诺铁）签署《上海诺铁资产管理有限公司与浙江祥云科技股份有限公司关于浙江花园生物高科股份有限公司股份转让协议》（简称“股份转让协议”），转让价格为13.35元/股，转让总价为3.68亿元。

股权穿透可知，上海诺铁具有国资背景。公告显示，上海诺铁为股权、创业投资基金管理人，合肥中安海通股权投资基金合伙企业（有限合伙）的管理人。上海诺铁的第一大股东为安徽省铁路发展基金股份有限公司，第四大股东为上海裕安投资集团有限公司，分别持有其35%和10%的股权。天眼查显示，两大股东的实际控制人均为安徽省国资委旗下的安徽省投资集团控股有限公司。

对于此次受让花园生物股份，上海诺铁表示，基于对花园生物企业价值分析及前景的预测，看好上市公司在未来12个月内暂无继续增加或减少其在上市公司中拥有权益的股份的计划。截至公告发布日，上海诺铁同时持有上市公司万东医疗5%的股份。

据悉，此次权益变动前，花园生物控股股东祥云科技持有花园生物股份1.72亿股，占公司总股本的31.2%。此次权益变动后，祥云科技持有公司股份1.44亿股，占公司总股本的26.2%。

花园生物同时公告，祥云科技决定提前终止此前的通过大宗交易减持股份计划，祥云科技在此次减持股份计划期间未通过大宗交易方式减持公司股份。

ST亚星回复问询 披露与景芝酒业“闪分”原因

◎周健 ○编辑 邱江

从1月10日晚公告拟现金收购景芝酒业的控制权，到1月17日晚公告终止此次重大资产重组，ST亚星在7个交易日收获5个涨停板、2个跌停板的同时，也领到了上交所的3份问询函。ST亚星昨晚回复了上述问询函，就此次跨界收购的主要背景和考虑等作出说明，并首次披露了包括景芝酒业财务数据在内的具体内容。

ST亚星在回复中表示，自2019年10月停产搬迁以来，公司主要业务停产，但5万吨/年CPE（氯化聚乙烯）装置项目已于2020年12月10日完成建设工作，已完成单机调试。复建的12万吨/年离子膜烧碱装置项目建设也接近尾声，预计今年一季度未能投产试运行。

ST亚星称，潍坊市城投集团在成功拍得原公司第二大股东光耀东方持有的4000万

股公司股份后，与潍坊亚星集团有限公司（下称亚星集团）达成表决权委托协议，代表行使亚星集团所持公司股份的表决权，成为公司控股股东。与此同时，景芝酒业谋求与资本市场对接以实现跨越式发展，双方达成合作意向。

ST亚星表示，公司在控制权变动的同时筹划现金收购，二者之间无必然关系，也无互为条件的安排。从停产搬迁到项目陆续达产效存在较长时间周期，短期内公司盈利情况难以有效改观。

关于景芝酒业的经营情况，公司披露，景芝酒业拥有3个生产厂区和1个酿酒产业园，形成原酒产能3万吨，商品酒产能6万吨，原酒贮存能力8万吨（未含在建6万吨）。财务数据方面，景芝酒业的白酒业务近3年的营收分别为9.99亿元、12.22亿元和11.25亿元；净利润分别为0.52亿元、0.56亿

元和0.75亿元；资产负债率从81.41%降至0.77%。

相较而言，景芝酒业的白酒业务衍生性经营资产（酒文化、文旅产业资产等）的业绩表现就“黯淡”不少，2020年亏损164.53万元，且资产负债率高达98.14%。这也成为ST亚星终止本次重大资产重组的“导火索”。

根据公告，1月7日，在控股股东的推荐下，ST亚星与景芝酒业就合作事宜进行了商讨，初步达成了景芝酒业拟派出董事、上市公司以现金收购方式取得景芝酒业白酒业务资产的控制权等事项。1月9日，双方签署《合作意向协议》，但未对收购资产范围、交易对价、交易安排等事项作出约定。1月17日，交易双方未能就此次收购涉及的经营性资产范围，尤其对涉及白酒业务衍生性经营资产是否划入收购范围达成一致意见，构成重大不确定性和实质障碍。

ST亚星在公告中进一步解释了交易双方的分歧点。景芝酒业认为，白酒业务衍生经营性资产对白酒业务有促进作用，应纳入此次收购范围。但ST亚星认为，虽然该部分资产具备一定的促进作用，但其对应的业务规模较小、负债较大、盈利能力一般，且评估价值与账面价值可能存在较大差异。公司未涉及文旅经营业务，依据现有资源，难以有效提升该业务的盈利能力。

此外，ST亚星还在公告中披露了景芝酒业及其相关方买入公司股票的相关信息。2020年12月18日至2021年1月5日期间，景芝酒业及其相关方委托北京御风堂商务服务中心（有限合伙）在二级市场上购入ST亚星176.38万股，交易总价为920万元。其中，2020年12月31日和2021年1月5日两天的交易金额为493.43万元，占交易总价的一半以上。