

马化腾 解读腾讯各业务线

3月11日消息,全国人大代表、腾讯公司董事局主席兼 CEO 马化腾 3月10日在京接受媒体群访时,就微信商业化、互联网企业国际化、微信与移动 QQ 的关系、互联网金融、腾讯电商、自主创新等话题进行了解读。以下是其精彩观点,特此刊出以飨网友。

关于微信商业化

马化腾指出,海外其他同类产品比微信早大半年时间,在增值服务尤其是移动社交、游戏方面,是比较清晰的商业模式。腾讯目前也在紧锣密鼓地研发,务必是体验比较好才会正式对外发布。另外,腾讯希望搭建一个开放平台,能够跟其他各类开发商合作,给用户提供更多的内容。像对 O2O、微团购的尝试。

总的来说,腾讯更希望成为一个平台,而不要说自己去把某一个行业做得太深。最近也有很多好的手机应用,像手机打车、微信读书,以及基于微信的电商或文学网站,作者不一定依赖于其他现在的网络文学网站,作者可通过微信直接面向用户和订户,用户想看下一段内容,只要愿意付费,作者就可写给用户并直接送达给用户。这样,微信就成了内容制造者和终端用户的一个桥梁。

马化腾表示,时下兴起的自媒体,在内容里直接卖广告,广告直接跟着文章走,这都是微信之前没有想过的一些新的模式。腾讯更希望构造一个这样的通道和一个平台,能连接很多的商业模式。“它的玩法各种各样,可能我们都没想到,往往很多玩法都是用户自己创造出来的,我觉得最理想的方式就是构造一些很简单的规则和网络层的这种连接,然后复杂的商业模式交给外面的这种合作伙伴或者个人,让每个人都可以找到自己的用户群,我觉得这个生态会比较健康。”

“我觉得可能现在是正处于弯道超车吧,只有确实超过了才有可能谈创新的基础,过去一直跟着别人走,的确是发展慢了。下一步真的可能会有一些从亚洲诞生的商业模式,我们也一起努力吧。”马化腾称。

什么样的机制才可接入微信?

在腾讯的产品体系外,现在有很多产品都想接入微信。对此,马化腾表示,其理论上都接受,其实新浪微博也有接入微信。微信平台是开放的,理论上没有太多限制,顶多是说有些还不成熟,还在测试。另外,腾讯微信的 API 和接入规则,其实现还没有完全定下来,在一点点做。一边是开发商,开发商巴不得帮他发微信发得越多越好,越容易发得越好,一边是用户,当然还是用户最重要。

微信 API 是开放的,微信公众帐号现在是用消息对话的方式,下一个版本就有菜单的方式。可能还会提供更多的接口,让用户自己可以更加简单地开发一个基于微信的公众号,比开发一个原生态的 App 应用程序会简单得多,任何一个编辑、任何一个人都可以随时为自己创造一个基于 HTML5 的微信公众号,基于微信的对话体系,跟后端连接起来,也很容易维护。

对于个人草根而言,微信可能是一个比较好的平台。另外,微、小、中的内容和产品开发,也会积极接入微信,包括未来的手机 QQ。手机 QQ 能改造得更好之后,可以承载一样的系统,所以应该还是延续腾讯两年前一直在强调的——打造一个开放平台、一个产业链,让更多的开发商能够获益。因为在 PC 上已经证明了这一点,相信在手机上也肯定没有问题,因为从支付、到营销、到托管,腾讯已经有比较丰富的经验,跟开发者也建立了很好的互信基础。

鼓励中国互联网走出去

马化腾指出,走出去是很多中国企业的梦想,过去基本上是制造业走出去了,像通信领域的华为、中兴,家电行业的海尔、格力、美的、TCL。但中国信息产业或者第三产业(包括所有的服务行业),在国际化方

面还比较落后,也从来没有成功过。

过去中国所有的互联网模式基本上是从美国拷贝过来的,起步时间晚,且国外的模式相较成熟,所以中国互联网企业走出国门,几乎是不可能的事情。如今,移动互联网浪潮席卷全球,其实很多国际互联网巨头也没有准备好,他们也会受限于以前 PC 或者网络服务和习惯的牵绊,很难做到一个纯移动互联网化的新服务和产品,这样的话就是给中国企业一个蛮好的机会,因为亚洲的手机市场和普及程度在比西方发展得快,像以前的短信,是中国最热、最火的移动应用。这是一个千载难逢的机会,可以让中国纯移动互联网产品走出去。

当然,美国的几大公司也在积极发力追赶。从全球市场来看微信的产品,美国主要有 WhatsApp,但 WhatsApp 其实在美国用户不多,美国用户好像不太习惯 WhatsApp,因为他们很少用短信,反倒是亚洲、欧洲等其他国家的用户热衷于该应用。亚洲当地市场占有率最大的,有腾讯微信(海外版本叫 wechat),日本的 Line,韩国的 kakaotalk,其中腾讯对 kakaotalk 进行了小部分投资。

其中,日本的 Line 和腾讯的 wechat 在国际化道路上最为激进。二者在诸多市场都有交锋,不管在中国的香港、台湾地区,还是东南亚的印度,甚至西班牙语系的欧洲国家,都在开始做推广,包括在手机广告系统上投放广告,找当地的合作伙伴做线下推广。双方的投入挺大,主要是都看到了未来的很大商机,所以都加大了投入。

腾讯也跟 Line 一样,在同一个月内,设立了美国办公室,同时加紧拓展欧美市场。但拓展美国市场其实是最难的,因为当地最强的是 Facebook,Facebook 也做了 Facebook Messenger,但是现在看起来好像还受到其原有体验的影响,另外,图片分享公司 instagram 对 Facebook 业务有很大冲击,所以 Facebook 不惜代价买了下来。但基于手机的应用,有很多新的东西不断出现,全球都在面临一个剧变的时代,竞争可能是要按天计算。

“我们也希望能够尽一把力,微信成和不成,可能这辈子就这个机会了。”马化腾表示。据其介绍,在海外,腾讯最成功的是投资美国的 Riot Games,做了 LOL(英雄联盟),这是目前全世界第一大在线游戏,同时在线人数已经突破 500 万,已经远远超过《魔兽世界》。虽然它的商业化程度比较低,但是其受欢迎程度很高,这是腾讯非常成功的一个案例。

腾讯的海外投资,更看重的是知识产权上游能制造内容的公司,当然也有技术型公司,腾讯在美国也有投资另外一公司,但具体细节并未透露。

马化腾认为,知识产权的创造要在人们心目中受欢迎是很难的事情,所以在很多的电影不断翻拍以前的老片子,包括国内《西游记》也在拍子集。现在的投资越来越大,用知识产权结合做内容的开发,成功率和把握度比较高。

对于互联网企业走出去,马化腾呼吁政府能多支持一点。如果出口创汇了,是不是应该有一点激励?更加鼓励大家到海外挣钱。当然更多地是说,在一些政策配套方面,对一些企业走出去时遇到的一些问题,有一些支持,现在看到的有些是管理方面的要求,像华为、中兴路由是硬件,但因为互联网的,所以美国政府会担心泄密问题;中国标签就会起负作用。更不用说我们网络信息的行业走出去了。

政府和管理信息安全时,要有国际化视野,更多鼓励发展,管理也很重要,因为没管理的话就会乱,车就会翻。对整个产业,不光是互联网产业,对其他传统行业的信息化和互联网化,都会有很大的制约。

互联网企业应与运营商合作共赢

马化腾认为,互联网企业应与运营商合作共赢,这是大势所趋。比如说腾讯在微信里面发语音消息,甚至说里面的朋友圈的工作,已经是一个社交网络,更不要说开放平台,各种用户的应用,与运营商的内容完全不重合。

“所以说,两个完全不一样的东西去简单比较和所谓谈替换,还是不太准确。”马



腾讯公司董事局主席兼 CEO 马化腾

化腾称,“另一方面,其实也是大大增加了数据流量,因为没有这样的应用的话,你不会有这么大的动力和刚需,就是说我要看朋友圈的照片,这个照片流量可就大了,没有这个需求的话,你原来的 30 兆数据包需求就够了,但现在发现可能要 300 兆,这其实也是增加了运营商的数据流量,从语音转向数据为主的这样一个推动。”

当然运营商的运营成本会增加,诸如要搭很多的基站。因为以前的话音和不算太多的短信,对基站、基础设施网络压力的承载还不算太大,或者说原来的设计是按照这种模式设计和采购的,现在数据流量增加太大,运营商原有的网关、基站信令的资源不够用,这个时候运营商会有怨言,说能不能再优化,否则的话甚至会影响到电话都打不通,对此运营商可能会很难接受。“我们都明白这个过程,但是确实这是大势所趋,因为用户需求放在这里,运营商也在拓展数据业务,真的有需求来了,其实应该更高兴、更加增加建设。”马化腾称。

马化腾坦承,运营商的建设成本确实高,转嫁到消费者,他们会觉得成本很贵。“一开始运营商在推动数据的时候都在送,现在送不起了也不敢送,更不要说不限流量了。这其实跟修马路一样,我们建议很大的一部分应该由国家来承建,交给运营商的话还是很难承受的。相当于一个城市现在的马路,要一个公司来承担的话,他只能说你一出门我就要收费了,在马路上走路、骑自行车都要收费,但这可能吗?明显是不可能的事情。”

马化腾建议,一部分属于国家基础设施的,应该由国家来承担,一部分比如说像高速公路或者说额外再多的路,要从油费、养路费里面回收一些成本,一部分由企业承担、一部分由国家承担,这样会比较合理。“就好像我们骑自行车出去或者走路出去,这不应该收费,但是开车的话,要从油费、养路费里收费,如果你还要更快,要上高速公路,那高速公路上还要收费。”

微信与 QQ 其实是两种用法

关于微信跟手机 QQ 的关系如何界定,马化腾坦承,公司内部也在一直不断地思考。

为什么最开始要分开?马化腾指出,是因为不想背包袱,按纯互联网运作包袱会少些,然后有创意就可以很快地实施,产品迭代周期快、试错成本和时间成本也很低,这样的话效果更好,事实证明这个思路也是对的,是分开来发展,而且是老产品要传帮带新产品,确实也比较成功。

当然,对于在微信上面增加任何东西,腾讯都会很谨慎,因为流量很贵,而且界面上会显得很烦琐。后来把很多的需求变成插件化,想用的人才安装使用,不用的人就先不用,找出一个共性,真正是基础性需求的,才放出来变成默认项,不一定是基础性的需求,就变成插件以及用公众帐号的方

式来提供。

幸好这个架构当时搭得还不错,比较灵活、可扩展性强,虽然现在需求很多,但是现在还行,界面也还没有那么乱。

微信与 QQ 的关系,其实是很多人也在关注,其实这是两种用法。手机是保证知道会送达,不会有在线离线的概念,微信是没有在线和离线的概念,所以微信还不完全是一个即时通信,即时通信最重要的特点是在线。国外的 WhatsApp 和其他的产品是有这个概念的,但微信故意不走那条路,微信就是要做没有在线状态。因为在手机上其实肯定是在线的,离线和在线的意义不大。

“对于 QQ 来说,其实有很多功课要补,因为它要兼顾在 PC 上的升级换代,以及一个消息有可能传递到 PC,也有可能传递到手机上。用户电脑上开着 QQ、手机上也开着 QQ,这个消息去哪边?是两边都收还是去一边?很多用户要求都不同,这比纯手机应用也复杂得多。所以我们还是想让精干的小部队先行,探出一条路来证明可行,手机 QQ 现在就可以跟上。”马化腾说道。

所以现在看来,手机 QQ 的改版是跟着微信踏出来的成功案例改进的,因为原有的模式不适应手机了,或者说它适应以前的非智能机、塞班手机,而现在已经是安卓、iOS 手机的体验,应该换另外一种方式来表达。基于微信的游戏开发商,也可以挂接在手机 QQ 里,这有点像用了苹果的 iPhone 后,又会影响到 Mac 的体验。

“微信跟 QQ 的关系非常密切,首先微信初始的关系是 QQ 导过去的,目前绝大部分的微信登录还是用 QQ 号和密码。微信跟腾讯的整套体系是息息相关的,微信游戏研发也是腾讯原有团队来承担,这是充分耦合不可分割的,所以不存在什么独立不独立上市的问题。”马化腾指出,“在手机上,同时挂着两个消息体系是没有压力的,因为在后台没有运行,得等着消息推送来才激活,所以压力感不大。”

从目前来看,微信和手机 QQ 增长速度差不多,手机 QQ 稍微改善一点,增长速度还是非常强。“就好像你有两套大社交网络,比如说这个月或者说下个月又有一个新的创意,我们可以多一个试验田,根据它的不同特质来自自接各自的任务去试,我觉得也是好事,没有必要完全放在一个篮子里,因为有很多机会要试了后才知道。”

“微信的用户绝大部分还都是 QQ 帐号用户,后台其实共用了很多东西,所以不是一个完全取代的问题。”但马化腾同时坦承,“微信跟移动 QQ 这两个研发团队内部多少有点儿竞争心态,我确实有鼓励,互相学习吧。QQ 上有很多的责任以及它承载着很多的业务,以及它跟 PC 的互联互通的转变,其实本身也有很多事情要做。基于微信或者说移动 QQ 可以做的事情太多了,可以有一些项目是大家分头承担,也不一定差异化。比如说你这边来不及做,人数不够多,有的底层大家都差不多,那基于这个接口或者说垂直整合,刚才讲的跟电商或者说团购整合也好,其实底下

是接手机 QQ 号,包括社交手机游戏是接微信也好,其实是一回事儿,那这样的话会有一些工作是可以分摊两个团队联手一起做,成熟了大家可以交换就可以比较快速,是可以这样的。”

腾讯电商找到了着力点

腾讯电商走了很多弯路,因为 C2C 确实很难做,淘宝的网络效应很强,按过去拍拍的思路是很难打赢的。所以腾讯做了 B2C,然后收购了易迅的 B2C 并跟平台整合。

“我们发现找到一个着力点了,有些事情你可以发现可以按照自己的思路一步步往前走,否则的话过去一直都是围着打转,始终找不到突破口,这个是非常痛苦的。”马化腾称,“我们现在找到一个着力点,而且我们的做法也跟这几家的做法不一样,比如说阿里系的淘宝、天猫是平台为主,京东是 3C 产品,跟易迅很像,但是京东是采取全国铺开的形式,而苏宁则是从线下往线上走,是另外一个思路。”

据马化腾介绍,易迅是扎根在一线城市,因为易迅最早是在上海做透、做深,所有的配送员都是易迅自己的,跟其他的电商不一样。此外,易迅“一天三送”服务以速度取胜,单品比竞争对手的便宜。“因为只有做窄、做深,差异化做出来有口碑,才开始一个城市一个城市地扩展。我们也很谨慎,包括去年我们扩展了华南地区的深圳、广州,量也上来了,现在在北京也开始做。我不是那种全部撒网的方式,是一个大城市、一个大城市这样做的,注重本地、快捷的体验,这样的话你的差异化就比较好,跟大家有所不同。我们走自己的路,现在看增长还是非常给力、非常快。”

当然,电商投资确实是重资本的投资,要承担相当长的投入、亏损来扩大规模。几家大的电商都有共同点,就是通过大量卖货吸引用户的忠诚度,变成一个入口,然后再叠加一些开放平台的高毛利的、非标准类产品,像衣服这些都是非标准类的产品,通过非标准类、高毛利产品来挣钱。“标准类不挣钱,铺流量获得平台的普及度,就是这样的思路。我觉得还是算找到了一个方向,未来还是坚持做下去,我认为通过互联网解决零售问题,是衣食住行的很大一个需求。”马化腾说道。

营造自主创新环境

在今年的两会上,马化腾递交了一份讲创新的建议书。“其实很多的议案我相信都跟这个有关,但是我们的角度是说希望政府出台政策扶持,其实过去在很多城市很多政府都已经有些举措了。我们的角度更加是针对不同的情况来去分析。比如说对行业领军的企业可能更多地要承担一些引领的作用,包括打造产业链,或者是承担走出去、攻克难关的责任,但是对于微小的创新企业来说,要更多地从政策优惠,包括人才吸引等政策的支持。”

其实,腾讯也是从小到大这样变化过来的,所以马化腾的感受比较深。“因为我们所处深圳其实是环境比较好的,但是我看到深圳以外或者说其他地方,不一定是一线城市,其他二线城市的这些企业其实蛮痛苦的,没有受到足够的重视。未来互联网相关产业链一定是很丰富的,从业的企业和个人多种多样,绝对不像以前。过去十来年都是集中在北上广深等一线城市。其实很多产品是可以在线二线城市诞生的,希望政府重视并推出相应的举措。”

当然,也还有管理方面的创新。马化腾认为,政府从财政收入、税收也好,还是办公场地也好,政府在里面起的作用,不是锦上添花,真的有可能是雪中送炭。像韩国除了有宽带战略外,政府还修了一栋楼,让这些创意产业入驻并免房租等等,韩国有很多新创意产业出来,发展动作也很快,跟韩国政府的管理创新也有一定关系。

对于第一次以全国人大代表身份出席两会的马化腾来说,很大程度扩展了其知识面。“有很多东西都是新情况,互联网用在金融、游戏、手机上,会有很多新的东西,肯定是法律条文顾及不到的,还要及时更新,这样才能真正保护网民的利益。”