

刘登/文

当 MSN 败退,飞信搁浅,新浪 UC、网易泡泡和百度 Hi 都如过眼云烟,眼看腾讯在国内即时通讯市场真的就要千秋万代了。

“No!”有一个声音发了出来。是谁?举手!

欢聚时代。有谁听说过?多玩游戏网。好像听过,是做什么的?YY 语音。没用过……这是哪里跑出来的屌丝,也敢跳出来和高富帅腾讯叫板?

不是大家无知,只是敌人太狡猾。“把自己隐藏起来,别让腾讯发现。”这就是欢聚时代,也就是多玩 YY 的 CEO 李学凌的“广积粮,缓称王”策略。

七年来,他们一直低调行事,在腾讯眼皮底下编织了一张巨大的网,独特的技术和产品,让它拥有可怕的能力。不经意间已手握 4 亿用户,顺利登陆纳斯达克的 YY,开始正式出演一场草根逆袭的好戏。

YY 的真相

2012 年 11 月 30 日晚,北京五洲皇冠假日酒店,欢聚时代(多玩 YY)登陆纳斯达克股票市场的庆功典礼正在举行。在大门两侧,分别设有两个展台。一边是运行着 YY 语音客户端的手机,分别播放着不同的“频道”,音质清晰流畅;另一边是一台播放着 YY 视频教学内容的电脑,屏幕右下角窗口内,朵朵“鲜花”一排排地刷屏。

同样被鲜花包围的还有多玩 YY 董事长雷军,CEO 李学凌、网站总经理曹津津等公司高管,各路嘉宾把他们团团围住,希望了解这家低调潜行七年的纳斯达克新贵,如何“打破了腾讯不可挑战的神话”。

然而答案并不在现场。从酒店出来沿北四环一路向西,在中关村附近一条背街的某个网吧,真相在这里。

灯光昏暗,烟气缭绕,与几十分钟前那个鲜花锦簇的酒店相较,此处似乎是另一个世界。门被推开,走进来一位三十岁左右的男子。衣着普通,不修边幅,神情萎靡。

径直走到一台电脑前坐下,熟练打开某个网游,戴上耳麦,抓住鼠标和键盘,不知道是否因为屏幕的反光,眼睛里开始变得有生气起来。

不一会儿,鼠标键盘的操作频率明显加快,嘴里念念有词说着什么。突然间,眉目一紧,音调陡升:“大家听我指挥! MT 就位,牧师靠后,全员就位,加 buff;猎人引怪,术士、法师注意控制火力,不要 OT!”那一瞬间,萎靡男的形象骤然高大,仿佛一位心中有千军万马的将军,中流击水,挥斥方遒。

一个现实生活中并不起眼的屌丝,在这里找到了指点江山的快感。这是网游的魅力,也是 YY 语音的功劳。这是最草根的欲望,也是最强大的商业力量。多玩 YY,正是为他们放大了这样的满足感而扶摇直上。

需要解释的是,多玩本是李学凌 2005 年创业时创办的一家游戏门户网站,而 YY

语音则是多玩在 2008 年开发的一款游戏团队语音产品。有趣的是,尽管多玩在 2008 年就已经做到了国内游戏门户网站的 No. 1,并很早就确立了广告和游戏两大变现模式,但让多玩扭亏为盈,并从一家做得还不错互联网公司成长为具有鲜明特色和巨大竞争力的,却是李学凌最初并不看好的 YY 语音业务。

现在,YY 语音成为多玩最核心的产品,其商业模式主要围绕 YY 语音平台来架构。与日渐衰弱的在线广告和网络游戏收入相比,YY 语音的增速惊人。美国投资者对多玩的兴趣也主要来自于 YY 语音。

由此,我们不再赘述李学凌的创业史和多玩的发展路径,而是聚焦 YY 语音,看一款最开始谁也瞧不上的“低级”互联网产品是如何完成惊世逆袭的。

捡漏捡个大元宝

靠着一款简单但不错的产品,在看似种种机缘巧合之下,YY 最终一统江湖。

为什么说 YY 语音“低级”?因为 YY 语音只有一个功能——语音通话。另外,它的用户族群看起来也相当屌丝,大部分都是网游用户,直观印象,就是整天都泡在网吧的那一群人。

移动通信发达的时代,互联网上的语音通话本身是一个弃儿,是网络游戏的出现拯救了互联网语音通话。游戏追求速度,“手残”是低能游戏者的代号,但即便是“上帝之手”也做不到一边流畅地玩游戏一边打字交流;大型网游往往有几十、上百人同时参与,每人发一条信息,怪物就被满屏的信息淹没了,或者当你在屏幕上找到“撤退”两个字的时候,BOSS 的锤子已经砸到你脸上了。“与多人保持即时有效的沟通”,成为游戏的必要条件,游戏团队语音通信,也作为一款“非主流”的互联网产品顽强地生存和壮大起来。

YY 语音并不是这个领域的先行者,甚至是乞食者。新浪 UC 是最初网游玩家的第一选择,免费,能满足游戏通话的大部分需求;TS 是一款国外软件,英文界面要收费。YY 最开始,就是以山寨和低端的面目现身的。用魔兽玩家“安二东”的话来讲:“YY 当年简直就是普通玩家都会鄙视的工具,和血精灵这个种族一样,代表着小白;玩家只要听说组野团是用 YY 的,根本不去,公会还用 YY 的,根本不进。因为从名字 YY 和运营的网站多玩上就给人不专业的感觉。”

是市场空间给了 YY 机会。“做 YY 的起因很简单,用户需要这个东西。”李学凌谈到 YY 的诞生,是缘于一个玩游戏的朋友的需求。“2008 年我们做过一次测试,对一起玩游戏的朋友说,我们有一个语音聊天的服务器,你们可以用。第一天服务器就



李学凌,男。多玩游戏网总裁。1997年,李学凌毕业于中国人民大学哲学系。曾经担任网易总编,2005年6月,李学凌离开网易,随即创办了狗狗和多玩。

企业家小传

挂掉了,登录的人太多。第二天又加了一台服务器,一上去又挂掉了。这下感觉,这个市场太大了。”

YY 厚着脸皮挤进去,并且相当认真地开始做 YY 语音。据多玩 YY 董事长雷军回忆,“2008 年多玩全公司 60 多名技术人员,有 10 名被抽调来做 YY 的研发。做网站的时候,购买带宽以 5M 为单位,最多 10M。做 YY 的时候,第一次就购买了 50M 的带宽,并且以后都以 G 为单位购买。”

在 YY 蓄力的时候,新浪 UC 莫名抽风,自乱阵脚。Reeves 是当时魔兽世界的一名玩家,作为 RL(Raid Leader,团队领袖),打副本的时候在频道讲战术讲得口干舌燥,十来分钟过去了,发现大家都没反应,难道是讲得太深奥了?继续吼,还是没反应,然后愤怒地发现,他妈的自己掉线了!“对着空麦喷了几十分钟口水,你知道那是怎样的心情吗!”

“语音这玩意,你界面烂,你臃肿,你乱七八糟,我都可以忍!但是你要掉线,不好意思,忍不了。”

TS?收费也就罢了,但是一定要用英文填那么长的地址是什么意思?我只是想打游戏啊大哥!

YY 就这样捡漏捡到个大元宝。靠着多玩网魔兽专区多年来的积累,运营上与游戏公会加强联系合作,当用户使用一次 YY 以后,发现“自从用了 YY,线不掉了,语音不延迟了,一口气 down 五个 boss,嘿,还真对得起咱这张脸。”靠着一款简单但不错的产品,在看似种种机缘巧合之下,YY 最终一统江湖。

腾讯这时候在干嘛?只能说,打了个盹儿。等睁开眼睛,发现多玩 YY 已经不是能随便捏死的小苗了。2010 年 3 月,马化腾出

1.5 亿美元收购 YY,并返还李学凌 40% 的股份。可惜,李学凌的目标并不是“开一家成功引来腾讯收购的公司”,他拒绝了。之后,腾讯 2011 年推出 QQTalk 产品,并在自己的游戏平台上终止了与 YY 的合作。只是此时 YY 再也无需隐藏实力了——在游戏语音领域,它才是老大。

要打败腾讯 先要变成腾讯

满足几个、几十个以至几百个人的交流,那叫通讯工具;满足几千、几万、上百万人的交流,那叫平台,那是一个世界。

如果 YY 只作为一款网络游戏配套产品,那么它的故事讲到这里就该结束了,再怎么牛逼,不过就是游戏玩家喊打喊杀,喷爹骂娘,最多分享下草根子的一款工具而已。

但是,创业者收获的成功往往并不是他开始选择的对象,而是在前进路上不断出现的新机会。当 YY 把多人即时语音通话这件事做到极致的时候,天花板就被捅破了。

现在,在 YY 上同时在线几万人的频道随处可见,最高同时在线人数 1000 万,YY 的技术已经可以达到一个频道同时容纳 140 万人。就在 2012 年 7 月,YY 语音四周年庆典中,因为杨幂、汪涵等明星的参与,创造了 100 万人同时在单一频道收听和观看网络直播的记录。

如果你对这个数字不敏感,可以对比一下:Skype 的多人视频通话人数上限 10 人,微信群聊的人数上限是 100,QQ 超级群的人数上限 500……如果要是让几千上万人同时聚合交流,目前来说,只能选择 YY 语音。

同时跟那么多人一起交流,这是件挺可怕的事情。互联网的出现是为了什么?为什么说“地球是平的”?让沟通更便捷和顺畅,是整个人类文明史中锲而不舍一直追寻的目标;语音,则是最简单直接的交流方式。可以想象,一百万人,可能位于不同的国家和地区,不同种族肤色,不同语言,当他们同处同一个 YY 频道的时候,隔膜就被刺穿了,透过语音和视像,甚至能感受彼此的呼吸。

“市场不是我们开拓的,是用户自发找到的。就好像给你一把切菜刀,你突然发现这把刀还可以雕刻。然后用户说这个切菜刀用来做雕塑的话,太大了。能不能做小点?当然可以做,后来才发现,原来这是一把特别好的雕塑刀。”在李学凌看来,YY 从单一的功能性软件逐渐转变为集社区、教育、游戏、音乐为一体的平台,各种功能性的产品,都是经用户的手一刀一刀“切”出来的。

在网络游戏上长期组队厮杀的队友,在互联网上被戏称为“好基友”。时间长了,除开游戏时间,真实的社交关系也会融入进来。比如今天失恋了想找几个哥们诉苦,第一反应还是开 YY 对着基友嘶吼,七嘴八舌地扯淡,跟大学寝室的卧谈会差不多,QQ 群绝对提供不了这个用户体验。网游里的女性用户也不少,如果公会里有“妹子”,那就更欢乐了。砍两刀 boss,调戏下妹子,生活是多么的美好。干掉了 boss,妹子一高兴,开口唱了个小曲儿,整个频道就沸腾了……

多玩一看,嘿!原来那么多人喜欢听妹子唱歌,那好,专门开几个频道让妹子唱歌。于是这帮人不玩游戏的时候也要去 YY 听妹子唱歌了,甚至从来不玩网游也没用过 YY 的人,知道上 YY 可以听妹子唱歌,也被吸引过来。用本刊一位编辑,同时也是资深 YY 用户的话说:“听谁唱歌不是听?在 YY 听,至少我知道那个妹子此时此刻就坐在某台电脑的面前,唱得好我献花,唱得烂我扔牛粪,比中国好声音还刺激。偶尔还能围观其他人为她争风吃醋,有意思。”

争风吃醋的表现就是,甲说:唱得好!我喜欢你!乙接着说:唱得好!我爱你!妹子说:怎么证明?甲乙无语。多玩跳出来,别争了,我提供道具,鲜花汽车洋房任选,要真心,送真金!于是,这些用 Y 币标价的虚拟商品,每天被无数为妹痴狂的屌丝消耗掉,甚至一年使用权需要 43000Y 币(1Y 币=1 元人民币)的虚拟座驾布加迪威龙,和每月 30000Y 币的最高贵族等级“国王”,都屡屡有人埋单——这一点连多玩 YY 的运营人员都感到不可思议。

而多玩收获的,则是海量的真金白银:2012 年上半年 YY 音乐营收 9272 万元人民币,营收增长达 861%,2012 年第三季度营收更是高达 8758 万元。至此,多玩 YY 摆脱了互联网企业主要依靠广告的盈利模式,依靠即时通讯工具开发出包括游戏、音乐在内的、能够快速变现的互联网增值服务并形成规模,多玩 YY 正变得越来越像腾讯。

《企业家日报》

中国企业的思想阵地 经济市场的冲锋号角

开创内容与形式的大型财经新报章

统一刊号:CN51—0098

邮发代号:61—85

北京:010—87721045

87527365

52896956

52896958

成都:028—87319500

68230696

新浪官方微博:@企业家日报社 @今日微报道

全国各邮政局(所)均可订阅 全年定价:450 元