

# 冲刺短视频第一股？ 构建内容+社交双引擎才是快手的目标所在



短视频第一股或将诞生。

11月5日，快手正式向港交所递交招股书，开始冲刺港股IPO。据媒体报道，快手计划募资50亿美元在港股IPO，估值达500亿美元。

01

快手招股书核心信息

快手在招股书中对“快手是谁”，快手的平台和生态系统，目前取得的成就，业务构成，营收构成等核心信息做了披露。

快手在招股书中将自己定位为“全球领先的内容小区和社交平台”。据艾瑞咨询数据显示，截至2020年6月30日止六个月，全球范围内，快手是以虚拟礼物打赏流水及直播平均月付费用户数最大的直播平台；以平均日活跃用户数计第二大的短视频平台；以及以商品交易总额计第二大的直播电商平台。

快手最新的slogan为“拥抱每一种生活”。基于这个极具包容性的slogan和强大的技术和数据底座，快手孕育出了一个繁荣的内容生态系统，并在其中诞生了直播、电商、线上营销、网络游戏、在线知识分享、本地生活服务及其他众多业态。

据招股书显示，截至2020年6月30日止六个月，快手的国内应用程序及小程序的平均日活跃用户及平均月活跃用户分别为3.02亿及7.76亿。在同一期间内，日活跃用户在快手应用的日均使用时长超过85分钟、日均访问快手应用超过10次；据艾瑞咨询数据显示，快手的内容小区活跃度在中国头部的基于视频的社交平台中排名第一，截至2020年6月30日止六个月的内容创作者占平均月活跃用户在快手应用上的比例约26%。截至2020年6月30日止六个月，快手应用上每月平均短视频上传量亦超过11亿条。

招股书显示，快手目前主要通过销售虚拟物品，提供多种形式的在线营销服务，以及收取电商销售佣金进行变现。此外，快手也在积极开发其他变现机会，通过提供网络游戏、在线知识分享以及其他产品和服务让收入来源更加多元化。

招股书还显示，快手的收入在营业纪录期间高速增长，从2017年的人民币83亿元增至2018年的人民币203亿元，再进一步增至2019年的人民币391亿元，从截至2019年6月30日止六个月期间的人民币171亿

元增至截至2020年6月30日止六个月期间的人民币253亿元，同比增长48.3%。

02

玺哥看快手招股书

玺哥认为，快手招股书其实在强调一个事实，那就是，快手和抖音是不一样的。这一点从快手的业务构成和营收构成上有很直观的反应。

如上文所言，快手目前主要通过销售虚拟物品，提供多种形式的在线营销服务，以及收取电商销售佣金进行变现。直白点说，快手目前主要靠直播、在线营销服务、电商销售佣金赚钱。2019年，三项业务分别实现营收314.4、74.2、2.6亿元，占比分别为80.4%、19.0%、0.6%。2020年上半年三项业务分别实现营收173.5、71.6、8.1亿元，占比为68.5%、28.3%、3.2%。

快手的营收数据也告诉人们一个事实，就是快手不仅是大众认知中的“短视频”平台，更是多业态的内容小区和社交平台。

快手招股书中有一个非常值得关注的业态，那就是直播购物。招股书显示，快手于2018年8月推出电商业务，2018-2019年分别实现GMV 0.966亿元、596亿元。2020年1月-6月，快手平台电商交易总额达1096亿元，较2018年的0.966亿元增长1000倍，已成为全球范围内以商品交易总额计第二大的直播电商平台。对比今年8月和1月，快手电商订单数增长254%，商家数增长74%，买家数增长68%。特别值得注意的是，快手电商买家平均月复购率达到60%。快手直播电商超高的复购率也说明，基于社交关系的平台生态是有着超高商业转化价值的。事实上，社交关系也是快手在直播和直播购物上能远超抖音的核心所在。

玺哥一直很看好决策路径更短，互动性更强，购买体验更好，产业流通层级更少的快手直播电商，因为他代表着一种未来的购物方式，或者说是一种新的生活方式。

虽然当前直播购物对快手的营收贡献还较少，但玺哥相信，随着直播购物模式的进一步发展，快手直播购物将成为不逊色与当前名列前茅的购物平台。届时，直播电商必将成为快手营收的又一重要抓手。

03

直播和直播购物之外，基于社交关系的快手未来更具想象

玺哥认为，随着快手的发展，其基于社交关系打造的真实内容社区将会受到越来越多用户的青睐。这句话的意思是，快手未来在用户上还有很大的成长空间。

随着快手用户的增加，快手的商业价值也将越来越大。具体而言，基于越来越大的用户规模，快手当前发展并不突出的在线营销服务、网络游戏、在线教育、本地生活服务及其他众多业态都将得到长足发展。

以网络游戏为例。据2020ChinaJoy全球电竞大会公开数据显示，截至2020年5月底，快手游戏直播月活用户超过2.2亿，游戏短视频月活用户突破3亿。这一数据超越了一些专门做游戏的平台。可以想象，未来随着用户规模的进一步扩大，快手游戏用户规模必然将进一步扩大。有数亿游戏用户的快手，商业化还不容易吗？

再以在线教育为例。据快手大数据研究院发布的《2019快手教育生态报告》(下称《报告》)显示，教育类短视频生产量累计已达2亿，作品日均播放总量逾22亿。教育短视频作者超过99万，教育直播日均观看时长约为734年，日均观看人数累计高达1亿。《报告》还显示，目前在快手上已形成了素质教育、三农、职业教育及学科教育四大垂直品类。其中最受欢迎的素质教育品类，日均播放量超过10亿，书法、手绘、曲艺等才艺内容在快手上受到热捧。在线教育作为今年的热门领域和未来的趋势所在，前景无限。

网络游戏、在线教育之外，本地生活服务对快手来说也是巨大的市场。快手“本地生活服务”带来的更多想象在于，短视频+本地生活，直播+本地生活场景不仅能拓宽快手新零售的服务范围，还能助力快手形成完整的业务、数据架构，很有可能成长比美团更具想象力的本地生活服务平台。

玺哥认为，IPO并不是快手的根本目标，快手目的是通过IPO获得更多的资源，让快手成为更具影响力的内容社区和社交品牌。

5G时代，由内容+社交关系双轮驱动的快手将会走得更快更远。

## 培养一个性格开朗活泼的孩子，这3个教育误区要注意！

前几天，在朋友圈晒了一下她近期的绘画作品，引来了很多朋友的称赞，大家都觉得馨姐独立、自主。

做什么事情也都有自己的想法，性格好，做什么都能坚持下来。

有个妈妈也找我咨询了个问题，他家儿子今年4岁，身体各方面照顾的都很好，

但唯一的问题是不怎么爱说话，遇到同事朋友也不肯去打招呼。

妈妈觉得，这孩子也太内向，太胆小怕事了。

对于这位妈妈的担心啊，我也告诉她：这是孩子心理发展的正常过程，不用太担心。

在5岁前，我们家馨姐也是很容易害羞，见到陌生人也不愿意去打招呼，喜欢往我们身后躲。我们需要多给孩子提供一些社交机会，给孩子一些鼓励和时间，这种问题也会慢慢消失。

培养一个热情开朗的孩子，这三个误区家长一定要避免：

第一、家长不要做孩子的“代言人”

我记得馨姐有一次生病，医生问她哪里不舒服？我急忙地回答：“肚子，还吐了。”

此时，馨姐嘟囔着嘴巴，看了看我说：“妈妈，我想自己回答。”

这个时候，我突然意识到自己的失误。这是孩子病了，并非是我，她有权利自己回答。

医生也笑了笑，看着她问：“你那里不舒服呀？”

馨姐一本正经的告诉医生：“我是中午喝了饮料，回到家后就肚子不舒服，吐了之后好些了。”

医生用心的安抚她，说：“那不用担心，肯定是吃了坏的食物，张开嘴巴给我看看。”

馨姐很认真的在配合医生的要求，小眼神里透露着满满的自信和勇敢。

在孩子的成长过程中，作为家长我们都有一个通病，总是有意无意的充当着孩子的“代言人”。

比如：

同事问：“小朋友，你几岁啦？”

妈妈看孩子一直沉默，避免尴尬回答：“6岁了。”

而后，妈妈问孩子：“刚刚叔叔问你话怎么不回答？”

孩子说：“我刚想说，都被你抢说了，我还说什么呢？”

其实孩子都是有独立自主的发言权，也是非常乐意去表达自己观点和感受的。

但如果我们总是代劳，把她想说的话给抢了，这种自以为的心理和行为很容易伤害孩子的自尊心。

当别人和孩子沟通，问她几岁，叫什么名字，多点时间等待，不用刻意去提醒或帮她回答，

也许她的表达并未那么完整无缺，也没我们说得那么流畅。

没关系，等她表达完我们可以再给予一定的补充，但千万不要剥夺了孩子表达的权利。

第二、家长不要随意给孩子贴标签

在馨姐的成长过程中，我们也曾草率的给她贴了“害羞”这个标签。

犯了个错，也让我们花了很长时间，才让她重新建立自信和安全感。

平时，我们经常会看到类似的场景：

比如，孩子看到妈妈的朋友不敢打招呼，妈妈就会帮她解围，说：“我们家孩子从小就是这样胆小，不爱说话。”

孩子为什么害怕陌生人，当你身处孩子这个身高抬头看到的都是大人这种“庞然大物”时，

内心的恐惧感肯定是加倍的。

培养一个性格开朗活泼的孩子，这3个教育误区要注意！

比起贴标签，我们可以尝试这几种方式，帮助宝宝解脱“害羞”的魔咒。

A 父母做好示范

在遇到朋友的时候，我们会先与别人打个招呼，“你好呀，好久不见啊。”然后再引导

孩子去打招呼。我相信当孩子真正信任和熟悉了对方，不管是表达和相处方式肯定也会越来越舒服、自在。

B 注意力转移法

孩子肯定不喜欢被强迫去做一些事情，当孩子不太愿意去表达时，我们可以采用注意力转移法，让她先玩会玩具，做自己想做的事情。等心情好了，也会自然而然的愿意和别人相处沟通了。

C 多鼓励多肯定

对于孩子来说，有权利去表达自己的思想，家长也要多支持和鼓励，培养孩子的自我表达能力，树立孩子的自信心。即使孩子表达的不完整，语速不流畅，也不要打击和嘲笑。多鼓励多肯定才能强化孩子好的行为。

D 多参与集体社交活动

作为父母，我们要多给孩子去创造自由交往的机会，鼓励孩子去参与集体社交活动。让孩子在相处交流的过程中感受到交往的乐趣，合作的快乐。通过人与人的接触，也能提升孩子的交际能力，学会适应环境。

第三、家长不要过度保护孩子

在孩子的成长过程中，很多长辈总是过度保护孩子，导致孩子在很多时候都不敢轻易迈开脚步，

感受到生活的美好，体验到童年的乐趣。

比如，小区里有个小男孩三岁多了，性格其实也很活泼可爱。他喜欢玩小皮球，

但一旦看到小皮球踢到草坪里就不肯主动去拿，嫌脏。一般都是爷爷奶奶给他捡起来，擦干净，他才肯玩。

玩沙子的时候也害怕把衣服弄脏，只能眼巴巴的看着其他同龄的小朋友玩。

每次出门，眼神里都透露着无聊，无趣的表情，完全丧失了一个同龄小孩该有的天真和好奇。

生活中很多家长都很容易过度保护孩子，总觉得孩子四周都充满了危险，

所以常告诉孩子“这个脏”“那个很危险”“不能乱跑”等等。

重视孩子的安全是对的，但过度保护就会让原本爱探索的孩子变得胆小畏缩，

严重的会非常影响孩子的人际交往能力。

馨姐在小的时候看到别的孩子在玩捉迷藏，想加入却又不敢主动开口。

于是我会协助她，先看看别人是怎么玩，有哪几个小朋友参与，游戏规则是什么，

然后我会再建议她开口，能不能加入游戏一起玩。

没有孩子是天生的开朗大方勇敢的，

在日常的生活中，我们要多给孩子一些时间和引导，允许她用自己的特有的方式去成长，去探索。

不要过度保护，也不要直接包办。顺应天性，因势利导，只有这样，我们才能培养一个开朗大方的孩子。

很多家长都希望自己的孩子能够大方点，热情点，活泼点。

但我想说两点：

一、性格是天生的，但也可以改变。尤其是后天环境和父母的教育很关键。

二、一个充满热情的人，也一定有着强烈的好奇心和探索欲。

面对内心不爱说话的孩子，我们需要鼓励让孩子去和身边的人交往，引导他们如何待人接物。

这是需要父母做出关键一步的引导。就如前面所说，避免三个误区。

把话语权交还给孩子，别总当孩子的代言人；

注意自己的言传身教，不要总是给孩子贴“害羞”的标签；

有意识的去培育孩子的人际交往能力，不要过度保护。

我相信，只有当孩子感受到生活中的美好，自然也能做到待人接物充满热情，

成为一个受欢迎，活泼开朗，人见人爱的娃。