

从打工人到赋能者，中国互联网企业出海向价值链高端迁移

中国互联网产业走过二十多年，从最初的“Copy to China”到今天的“Copy from China”，中国在全球互联网产业的地位不断上升。

在这个过程中，中国互联网企业也一直在探索出海之路，不仅要服务好中国用户，还要把中国的互联网经验复制到海外。

如今，中国互联网企业出海，正在不断向价值链的顶端攀爬。从早年的工具软件到现在的全面开花，中国互联网企业出海迎来全新的时代。

从量变到质变

2020年，对于身处海外的中国互联网企业来讲，有些艰难。有“天灾”——新冠疫情的爆发，有“人祸”——因为地缘政治在一些国家被打压。除此之外，还有产业的自然迭代。

历史原因，中国早期出海成功的互联网企业多以工具软件为主，其中最典型的猎豹，以清理、安全等工具类产品矩阵在海外市场收割了大批用户，也借势完成IPO，用户与资本双丰收。

近几年，游戏类、视频类、社交类的互联网产品开始在海外受到欢迎；大批中国的游戏厂商走向海外，在很多市场上都处于领先地位，目前中国游戏厂商的收入已经占到全球的40.2%；字节跳动通过收购在海外掀起短视频新热潮，TikTok发展迅猛；Yalla、赤子城等公司也在海外开放社交市场占据一席之地。

可以看到一个明显的趋势，出海的互联网企业开始从价值链低端的工具型产品向价值链更高的内容型产品过渡。茄子科技（海外SHAREit Group）自身的转型就经历了这样的一个过程。

“简单粗暴的工具出海越来越没有价值，不能继续停留在那种模式。”茄子科技合伙人之一王超在海外打拼多年，对这一趋势的变化特别敏感。

在他看来，早期工具类软件是找到了一个价值洼地，2毛钱买来的用户5毛钱卖出去，这个过程就是一个转卖，给用户创造的价值并不高。后来越来越多的企业进入这个领域，成本也就越来越高，利润空间被严重压缩。更为重要的是安卓系统也在持续进化，手机厂商也在挤压这些工具类软件的生存空间。当然还有一层不能明说的原因，以前有一些工具类软件打擦边球，比如薅Google的羊毛，后来安卓政策收紧，一大批工具类软件瞬间毙命，开始另寻出路。

从茄子科技发展的三个阶段就可以看到明显地向价值链高端迁移的过程。

2015年，通过帮助网络基建不完善的新兴市场国家用户，解决他们在没有网络的情况下进行文件传输的痛点，茄子科技快速取得了第一阶段的成功，旗下主要产品SHAREit（茄子快传）在多个新兴市场成为“国民级”APP。在那个阶段，王超认为“好产品自己会说话”，SHAREit早期在海外几乎没有花过一分钱预算就很快覆盖了十几亿

用户。

2017年茄子科技就开始了转型升级之路。首先是背靠SHAREit这个APP作为超级载体，围绕“内容”打造舰队式的产品矩阵，从游戏、短视频类的内容开始切入。目前，茄子科技旗下的多款APP全球累计安装用户数近24亿，覆盖200多个国家和地区，涵盖全球45种语言。这是2C业务的深耕，从工具软件角度来讲，流量虽然大，但是流量的粘性差、转化低。而内容类APP恰好是很好的互补，可以让由SHAREit带来的流量发挥更大的价值。

同时，利用海外深耕多年的资源与经验，茄子科技也开始向B端业务延展。通过全球24亿用户的积累以及丰富的出海经验，茄子科技为中国出海企业以及全球市场合作伙伴提供从获客到变现的全流程商业化服务。目前茄子科技已覆盖电商、互娱、游戏、互联网金融、在线教育等诸多领域，并获得东南亚、中东、北非、南非、俄语地区等市场大量广告主的认可，成为继Google、Facebook之外最重要的增长渠道之一。

从茄子科技的升级过程就能看到，变化是逐步发生的。只是在客观环境的催化下，发生了突变，从量变到质变，中国互联网企业出海进入到新的阶段。

价值升维

近几年在海外新兴市场，王超看到新兴市场的用户需求日趋旺盛，新的需求不断解锁，这就对供应链提出新的要求，他看到明显有变化有两个。

第一，出海赛道里留给特别小的创新者的机遇越来越少，因为那些巨头开始纷纷出海，比如字节跳动，他们更代表了先进生产力。第二是疫情之后，地缘政治的影响加剧，关于数据主权、数据管辖愈演愈烈，只有合法合规的玩家才能脱颖而出。

茄子科技的商业化升级之路，正是基于对用户日益增长的多样化需求与出海企业流量价值亟待提升的深度理解。通过顺应趋势不断升级产品与服务，真正实现从为用户提供更多本地化的产品服务，到为B端合作伙伴提供从交付流量到交付效果的定制化商业服务，为诸多中国出海的互联网企业提供底层支持，逐步实现价值升维。

可以说，基于产品矩阵全球近24亿累计安装用户的庞大流量是茄子科技转型升级的基础，升级的方向就是要把流量的价值做大。以前是交付流量，现在是交付效果，相同的曝光可以产生更多的收益。

“第一，你以前是做原材料的，就相当于卖铁矿、铜矿，只是把矿石卖给别人，没有拿到增值的部分。第二，以前是间接地通过三方平台提供服务，没有办法对广告主最终的效果负责，流量的价值体现也就不够。”王超说。

显然，茄子科技做的事是从挖煤到发电，这是价值的升维，也是价值的溢出。这种溢出是双重因素造成：一方面是需求端，新兴市场用户对互联网的需求越来越高，除

了工具软件，丰富的内容应用加速渗透。另一方面是供给端，中国互联网创新实力越来越强，有能力将更多更好的应用向外溢出。举个例子，早年日本的制造业非常发达，日本的商品向海外渗透就非常容易。再说中国，早年中国制造能力弱，科技水平低的时候，中国的品牌如果走向海外，多以低端制造、代工为主，只能赚取产业链的最底端的价值。但是随着中国科技水平不断提升，中国国力的整体走高，中国走向海外的溢出价值也在提高。互联网出海也遵照这个规律，价值不断上升。

做厚底座，做大增值

从去年以来，我们看到行业明显的变化就是出海的企业越来越多，同时出海的APP附加值也越来越高。与此同时，挑战也在增长。他们需要的不仅是精准的广告推送，鉴于海外市场的复杂性，他们需要更多本地化的支撑。在海外深耕多年的茄子科技所做的增值部分，更多地体现在本地运营上，不仅为中国互联网企业出海搭建基础设施，还在更多维度上充当起中国企业与本地用户之间的桥梁。茄子科技的起家产品——SHAREit在中间扮演的作用其实是一个网络基础设施，通过一个一个点对点小网，最终能把所有这些新市场的用户连成一张大网，补强了新兴市场在整个网络基础设施的弱点，为用户带来更高的价值体验。

在这个基础设施之上，SHAREit凭借质量可控、可追踪的流量，有的放矢地帮助广告主深度优化、最大化ROI，帮助互联网应用可以最精准地找到自己的目标客户。

支付也是基础设施的关键组成部分。互联网企业出海打通支付这个环节，就是一个很高的门坎。茄子科技结合新兴市场用户的特点，在支付能力、支付场景和支付便利性等方面进行深度优化，推出了一站式支付解决方案PayerMax。据了解，目前PayerMax已支持全球200多种支付方式，涵盖东南亚、南亚、韩国、中东、拉美、欧洲等主流海外市场，提供更快速、更安全、更便捷的一站式支付服务。

茄子科技创造的更大的增值来自于对本地化的理解和应用。

精准广告背后依赖的是AI技术，而AI的实现则来自于对用户的深度了解。全球不同地区用户的习惯千差万别，AI也需要“本土化”。就以AI智能推荐算法来看，面向海外多语言、多文化的市场，对个性化的推荐系统，包括算法能力、工程架构能力，都有很大的挑战。茄子科技整个系统使用了前沿的深度学习，强化学习改善用户体验，提高推荐精准度。再比如，海外市场的多元文化对争议内容的定级、审查、监测的标准各有千秋，茄子科技设计了一套动态算法，综合调用人审、用户反馈、用户行为、机器识别的手段，实现对内容尺度的多样化把控。“本土化”的AI是产品与用户之间最高效的桥梁。

除了技术，本土化更多地体现在文化、

政策、法规等方面，茄子科技用自己在各国成功的经验帮助出海企业。比如对当地文化、语言、人文的深入钻研及理解，帮助客户合理将其运用到产品和服务中，使其产品和服务更加人性化，贴合当地用户的使用习惯，最大程度的满足他们的需求。再比如，每个国家的法律、法规、风俗都不同，茄子科技可以在客户落地海外时做好一个顾问的角色，避免触雷。

企业的胜利，源自长久的价值

互联网行业没有一成不变的模式，更没有所谓的边界。今天的阿里巴巴不是最初的那个B2B，今天的字节跳动不是八年前的今日头条，今天的美团更不是当年的团购之王。互联网企业的成功，就是围绕创造用户价值在不断创造新的模式，只有不断演进的企业才能长期生存。

就以阿里巴巴为例，最初只是B2B的电商平台，后来发展成为电子商务的基础设施，再随着用户需求的迭代以及技术的进步，如今已经打破线上线下的界线，成为新零售的底层操作系统。再说美团，最早只是做团购，后来外卖业务迎来大发展，再往后就延着用户城市生活的需求不断扩展，落足用户生活的方方面面需求。

茄子科技发展的过程是一个企业根据用户需求变化不断创造新价值的过程。最初，新兴市场网络条件不好，茄子科技通过构建一张新的网络将他们带入互联网世界。当这些用户有了网络，他们就希望有更多、更丰富的应用体验，于是茄子科技一方面自己提供内容应用，另一方面帮助用户与更多的互联网服务做对接，让每一个人都有机会平等地享受互联网世界的精彩。

阿里巴巴延着电商到零售的路径，发展成为社会新零售的基础设施，为零售业的变革带来巨大的想像空间；美团从团购、外卖切入，慢慢发展出一套城市生活基础设施，推动了人们城市生活翻天覆地的变化；而茄子科技以一款工具软件迅速占领海外市场后，紧跟用户需求变化，逐步向多元化产品矩阵转型。凭借庞大的用户基础与丰富的出海经验，进而衍生出一整套商业化及支付解决方案服务，全力赋能企业出海。你会发现，今天的茄子科技已经把全球近24亿用户积累和丰富的出海经验沉淀为行业基础设施，这将为中国互联网企业出海带来巨大的价值。虽然身处不同行业、不同区域市场，但是阿里巴巴、美团、茄子科技有两点相同之处：

第一，没有长久的企业，只有长久的价值。一个企业能够走多远，取决于你能不能跟随着用户需求的变化不断变化。

第二，基础设施型企业创造的价值更大。搭建好基础设施，就相当于搭建好一个可以赋能的平台，虽然这个平台搭建是一个很难的事情，不过一旦平台搭好，企业的生命力就更长，并且可以给行业创造更大的价值，而不仅仅是一个企业的成功。



川陕名吃

地道陕西名吃，聘请原陕西文八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺；同时聘有精通川菜、粤菜和各类家常菜的驻店厨师；新的经营理念，为您提供一流的服务。店内设**钓鱼台豪华包厢**（最多容纳60人）及**大型宴会厅**（可容纳300人以上），酒水齐全，卡拉OK助兴。环境优雅，空间宽敞，自拥上百停车位，可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊，交通便利，诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长： **柳奇** 敬呈

地址 (DC店和Rockville店)

2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002

316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间

周日至周四: 11am-10pm

周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)

(202)534-1620 (DC)

(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下，从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行，均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食，纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理，有意者请电洽。

钓鱼台豪华包厢

