



祝振駒

翹騰投資管理董事總經理，特許財務分析師。
曾經在外資及本地投行研究部擔任分析師及主管達14年之久，專長於中小型股研究。後轉職擔任對沖基金經理，2010年創立翹騰。
筆者博客：blog.sina.com.cn/raymondj2011

社交媒體贏者通吃

美國「閱後即焚」通訊軟件及社交媒體Snapchat母公司Snap (SNAP) 剛剛公布今年第三季業績，收入按年增加62%至2億美元，遜於預期，淨虧損達4.4億美元。第三季新增用戶450萬，現時每日活躍用戶為1.78億，仍低於預期。管理層表示公司正重新整設計程式，令新版本的社交媒體動態頁面更容易使用，希望因此吸引更多年長用戶，擴闊用家年齡層。新頁面可令用戶看更多其他用家的帖文，令內容更個人化及更似對手Facebook (FB) 及Twitter (TWTR)。

Snap收入遠低Facebook

管理層直言新設計可能對公司短期帶來負面影響，令原來用家造成不皆慣。Snap同一時間披露了騰訊控股 (00700) 已斥資超過17億美元入股佔「無投票權」A股流通股份18% (若佔總股份11.84%)，但因為業績不理想，雖然股價開盤前一度上升21%，但收市最後下瀉14.6%。由今年3月上市迄今，其股價已下跌了24.1%，

比最高位更相差了52.3%。騰訊稱雙方擬合作發展手遊。

Snap的命運似乎和Twitter差不多，後者自2013年11月上市以來已經下跌24.7%，相比Facebook自2012年5月上市至今已上升372.5%。Snap及Twitter的問題均是上市後的用戶增長放慢，廣告收入增長亦低於預期，收入模式太單調，開拓不了新銷售途徑，令兩者上市以來仍一直處於虧損狀態。

Snap受北美年輕人歡迎，因為覺得「閱後即焚」非常酷，但年輕人的消費力有限，Snap的2017年第三季平均每日活躍用戶收入只有1.17美元 (平均1.78億每日活躍用戶)，遠低於Facebook的7.54元 (13.7億) 及Twitter的3.73元 (約1.58億)。美國總統特朗普 (Donald Trump) 雖然喜歡用Twitter推文，替Twitter作了不少免費宣傳，但他上任一年過後，Twitter的業績也沒有多大突破。

難模仿對手強項

由於Facebook擁有最大規模的

用戶群，可以輕易的仿效複製對手的產品服務 (例如旗下Instagram抄襲了Snapchat的Stories及Twitter的Hashtags功能)，鞏固用戶增長。現在Snap要反過來模仿其餘兩家較強對手，似乎是捨棄了自己的強項，搶不到對手的市場之餘，反而有機會令其年輕用戶流失。

Snap另一個風險是年輕人長大後可能會遷移至Facebook的平台上，因為大部分工作中的成年人都是使用Facebook的社交平台溝通 (例如Whatsapp)。反過來，而年長人士就沒有興趣轉移到Snapchat的平台，因為沒有這個需要。

長綫來說，Snap要挑戰Facebook的地位並不容易。在Snapchat的平台上加入遊戲元素可能是它唯一的可行出路，畢竟年輕人喜歡及願意花錢玩電子遊戲。看來騰訊也看準了Snap的積弱，可以透過參股和Snap合作，打入北美洲的手遊市場。FM

權益披露：筆者旗下基金持有FB及騰訊股份，並隨時於市場買入或沽出

在Snapchat的平台上加入遊戲元素可能是它唯一的可行出路，畢竟年輕人喜歡及願意花錢玩電子遊戲。