



头条 @扬帆出海

创立10年，字节跳动已经从最初的创业公司成长为超级大厂。今年，字节跳动首席财务官（CFO）迎来了接班人——世达国际律师事务所高级合伙人高准，这似乎印证了字节筹备上市的传言。在TikTok成长为具有全球影响力的社交媒体的今天，已经在海外拥有超过10亿的月活用户，低成本流量无疑是字节进驻海外市场的绝对优势之一。

天眼查数据显示，从2020年到今天，字节的战略投资部和朝夕光年奇想基金累计投资事件达131起，其中涉及出海行业的投资有16起。虽然出手次数不多，但投资风格和字节CEO张一鸣的风格一脉相承：眼光精准，下手迅速。

当年的字节没有错过Music.ly，
现在“财大气粗”的字节正在试图通过投资补齐短板，正式进军海外。

◆ 入局元宇宙 开启VR社交

2021.04

2021.04 投资手游研发商代码乾坤，融资金额近1亿人民币。公司开发产品：UGC创作平台《重启世界》，标注着字节正式布局元宇宙赛道的开始。

2021.08

2021.08 收购VR/AR研发厂商Pico VR，据媒体报道，这笔交易金额在90亿美元左右。其发布了最新一代消费级VR一体机Pico VR Neo3。字节以收购方式补齐了软硬件实力。

2022.05

2022.05 收购虚拟社交应用开发公司波粒子科技。其主要产品为虚拟形象社交娱乐应用《Vyou 微你》。接下来将负责Pico的VR社交业务。

从投资到收购，从接触创作平台到补齐技术实力，显然，字节相信“元宇宙不远”，并愿意为此压下重注。Roblox刮起元宇宙的盛行之风吹向国内，有野心的大厂纷纷布局：

早在去年4月，字节已经投资了代码乾坤，其面向国内发行了一款定位为内容创作平台的游戏《重返世界》，这也是字节初次和元宇宙相关厂商接触。



单纯投资无法满足字节开拓元宇宙业务的想法，对于真正想做元宇宙的公司来说，

VR是实现这一愿景所必需的基础技术支撑。因此，收购Pico也确实是在顺理成章的一步。

且不论搭载于VR基础上的元宇宙离我们还有多远，VR设备本身似乎离我们的距离正在拉近，它揭下了高科技自带神秘的面纱，“飞入寻常百姓家”。

IDC咨询出具的数据显示，2021年全年，全球AR/VR头显出货量达1123万台，同比增长92.1%。

VR头显出货量达1095万台，其中，被Facebook收购的Oculus占据了80%的市场份额。预计2022年，全球VR头显出货1573万台，同比增长43.6%。



在硬件配置上，Pico Neo 3 Link 被视为对标Oculus Quest 2的竞品。本身搭载了大量海外游戏的优势则让它被接纳的门槛开始降低。

人们对VR设备的需求决定了出货量，设备支持游玩的配套软件则决定这些设备是否会“吃灰”。收购Pico

VR是字节进入元宇宙行业的一张门票，但虚拟世界体验应用的开发还要打上问号。

同样重注元宇宙的Facebook开发了Horizon World，虽然因为前期测试中虚拟人物仅展示上半身形象等问题饱受诟病，但这确实是目前来说最为接近元宇宙形态的虚拟平台之一。相比之下，Pico设备商店中虽然提供Hyper Dash、Eleven Table Tennis、World Of Warplanes等多款热门VR游戏，但还没有一款以“元宇宙”之名开发的产品。



在这里，你可以和好友一起聊天、拍照，在Vyou创造的开放式世界中尽情探索。Vyou运营期间，其团队更新了多个地图，其中开放了多个V-Spark和采集点，采集过程中需要和1到多个伙伴同行，解锁奇遇、收集虚拟货币V-Coin，它们被用来解锁付费地点和限定的个人装扮。



前者拥有常年位列日本游戏畅销榜前十的《放置少女》，后者研发了东南亚地区的国民级MOBA产品《Mobile Legends: Bang Bang》，东南亚地区是腾讯《王者荣耀》试图打入的市场，但最后却以失败告终。不得不说，MLBB的地位是难以撼动的。



除去大作之外，字节还投资了多家主攻欧美风格游戏的厂商，比如开发了《Angry Birds Blast》的麦博文化，正在开发《雷霆远征》的雷霆瀚海、两家似乎正处于游戏立项、研发阶段的公司——神罗互娱、风暴之心。虽然未有新作面世，但部分厂商已经凭借此前产品证明了自身实力，拥有出海经验的他们或许将给市场带来更多的惊喜。



Fanno和传闻中的Dmonstudio则是字节的创新业务，前者想要做海外的全品类电商平台，类似淘宝和拼多多，后者主营女装业务，被视为字节对标Shein的一次尝试。

为了补齐海外基建服务的空白，早期字节投资多家跨境电商服务商，Shein的供应链服务商飞榴科技、纵横集团、iMile都在其中。