

澎湃新闻记者 揭书宜

语音社交应用Clubhouse爆火后，它的竞争产品Tiya也受到了关注，Tiya背后的团队来自已在美股上市的在线音频公司荔枝（NASDAQ：LIZI）。

2月5日，荔枝创始人赖奕龙对澎湃新闻（www.thepaper.cn）介绍：“Tiya做了近两年的时间，我们一直都在做各种版本的尝试，国内是另外一个产品在尝试，在国外也进行了试水，最后决定在美国开始做。”

Clubhouse是一款实时聊天室，走红可以在一定程度上归功于马斯克。目前仍在邀请制阶段，暂不对公共用户开放。用户可以选择发起或参与一场聊天，一场聊天中包括主持人、讲者和听众三种不同的角色。用户既可以成为讲者和大家“连麦”，也可以单纯作为听众无需发言。Clubhouse刚刚获得1亿美金融资，市场估值达10亿美金。

与Clubhouse主打播客、派对不同，Tiya是一款基于场景切入的声音社交产品。打开App后，从主页上可以点击不同的热门标签，进入随机匹配的房间，与其他用户进行实时语音互动，这一点与Clubhouse的派对相差无几。

根据 Google Play 数据，Tiya 的发行商账户是 TIYA PTE.LTD，是一家新加坡公司。而经过层层穿透之后，Tiya幕后团队则是荔枝。

2020年10月，Tiya正式进军美国市场。2月3日，荔枝公布了荔枝创始人赖奕龙致股东信中表示：“我们的语音社交产品Tiya在美国推出后很快进入了社交排行榜的前4名，在推出的短短几个月内，Tiya在全球约50个国家的社交排行榜达到前10名。目前，Tiya的用户遍及全球200多个国家。”

至于Tiya接下来的计划，赖奕龙称：“我们还是想要把语音社交推向全球，相信全球对语音社交都有非常大的渴求，我们是基于‘跟朋友一起玩’的产品定位，先从发达国家开始，现在我们排行比较前的五十多个国家都是发达的国家，比如加拿大、澳洲这些发达的国家，英国、欧洲等等。”

Tiya主要市场是在美国。至于商业化，赖奕龙表示：“现在谈论商业模式还太早，我们现在主要还是打磨和迭代产品、发展用户规模，还没有考虑到商业化这一块。”

据赖奕龙介绍，Tiya目前只在海外发展，这是荔枝的一款出海产品。“应该说Tiya是适应了英语世界文化的使用方式。在国内荔枝也一直在做语音社交。荔枝APP的音频直播或者声音社区，很大程度上就是我们在国内的声音社交的尝试。”

荔枝于2013年创立时，主打音频创作工具和分享，2016年上线语音直播，2018年累计产生原创音频节目超过1亿期，AI战略开始发力，2019年正式布局海外和IoT场景。2020年1月17日，荔枝在纳斯达克上市，正式成为中国音频行业第一股。

责任编辑：是冬冬