



传媒互联网行业专题研究：以 SOUL 的视角 看开放式社交的 机遇与挑战



【投资要点】

开放式社交产品经历了陌陌、探探以及 Soul 的产品模式演进，呈现出百家齐放的竞争态势。Soul 凭借着兴趣社交迅速崛起，2021 年其月活跃用户达到 3,160 万，年增长 51.6%，其中 Z 世代用户占比达到 74.9%。陌生人社交的传统痛点在于：1) 男女比例失衡：颜值本身是稀缺资源，互联网加大了中心化程度，大量用户处于“屡败屡战”和“不胜其扰”的极端情况。2) 破冰难：对于陌生人社交来说，难以迅速找到共同话题。Soul 通过兴趣算法匹配和游戏化玩法解决痛点。

开放式社交领域竞争激烈，难以形成一家独大。全球在线约会龙头 MatchGroup 曾表示在线约会行业有三大特征：1) 渗透率低；2) 并非赢家通吃；3) 用户平均同时使用至少 3 款类似产品。陌生人社交属于双边网络效应，用户增加仅减少匹配时间，边际效益递减，所以导致竞争较为激烈。护城河较低导致营销投入高企，Soul 营销月支出 13.6 元/日活/月，显著高于其他社交或社区公司。综合来看，陌生人社交的核心壁垒是玩法而非品牌。目前，Soul 依靠新颖的玩法获得一定的优势。但长期来看，对于非强护城河的行业，商业化能力就变成了重要的战略“粮仓”。

开放式社交以直播和增值服务为主要变现方式，商业化天花板较低。

通常来说，去中心化程度越高、用户联系越紧密，商业化的天花板越低。抖音、快手、B 站、soul 的商业化能力逐步减弱（主要指广告、会员业务，不包括游戏、直播），用户关系越紧密，平台的控制权越弱，用户对

于广告加载率的抵触越大。由于 Soul 聚焦非颜值社交，基于颜值的直播业务并不符合 Soul 的产品理念，但我们认为直播业务带来了陌陌商业化腾飞，直播仍不失为 Soul 商业化的重要选择。

【配置建议】

开放式社交是元宇宙探索的先驱。随着互联网监管常态化，新的互联网企业在港股上市有望提振资金信心。我们认为随着经济发展以及用户对虚拟世界的探索，社交、社区应用的重要性和商业化能力有望持续提升。

谨慎看好：腾讯控股、哔哩哔哩；看好：快手。

【风险提示】

政策监管风险

宏观经济下行风险

关键词：直播

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_44252

