

连连失手，“月老”陌陌路在何方？

陌陌曾经证明过自己的互联网速度。但今时不如往日，陌生人社交的故事越来越难讲。

前不久，一名男子在12315的投诉引发了广大网民的关注。该男子通过陌陌APP相亲，被“月老”告知必须为女嘉宾刷礼物，否则相亲会失败。而当男子花费2900元刷礼物后，却被女嘉宾拉黑。而“月老”则以相亲失败为由拒不退还礼物费用。最后该男子在12315平台上投诉并报警。

这则消息很快就在互联网上传播开来，虽然陌陌已对涉事账号进行了封禁，但依然无法抵挡来自外界的口诛笔伐，陌陌因此也被冠上了“交友诈骗”的称号。

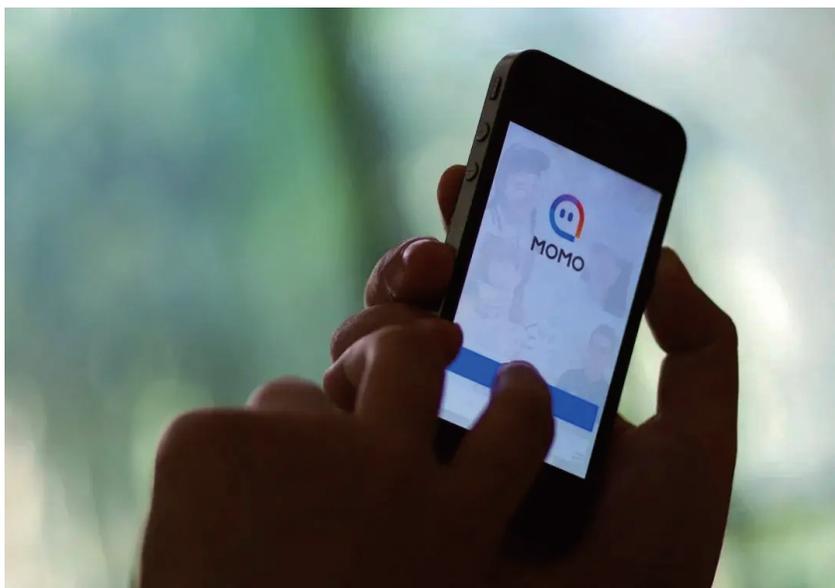
事实上，这并非陌陌上出现的个例，在黑猫投诉上，对陌陌的投诉量高达上万条，其中大部分都涉及强制消费、自动扣费、诱骗消费以及虚假信息等问题。在网页上输入“陌陌杀猪盘”，显示有上百万条相关搜索结果。

曾经在2014年用户数量就达到一亿的陌陌，如何会堕落到如此地步，作为挚文集团的主打产品，陌陌还有希望吗？

陌陌交友失速

陌陌不仅乱象频出，而且还有用户增速放缓的问题，一向以陌生人交友著称的陌陌，正面临着尴尬境地。

这点从陌陌的财报中可以略窥一二。陌陌2021年三季度财报显示，2021年9月陌陌App月活为1.155亿，同比增长1.7%。对比2021年第二季



尽管营收不理想，但商业化业务模式的探索仍然是急不可待的事情。

度，这个数字减少了10万。

月活增长迟缓，陌陌的流量天花板肉眼可见。拉新用户成难题，如何留住用户同样难度不小。

陌生人社交平台的问题在于，当用户从陌生人变为熟人后，相熟的用户会流向微信这位社交“霸主”。

这也就意味着，形成一段稳定的社交关系，并愿意长期使用陌陌交流的人少之又少。陌陌CEO王力对此表示，“通过陌陌相识的男女发展到谈恋爱阶段，就不会再用了。”

陌陌交友失速的同时，对手却在逐渐变强。根据易观千帆统计数据，Soul的人均单日启动次数、人均单日使用时长、人均月度使用天数，都要高于陌陌。

即便是陌陌一直注重的年轻用户

也在流失。易观千帆统计数据显示，Soul的年轻用户最多，24岁以下约占22%，24~30岁约占25%；其次为探探，24岁以下约占20%，24~30岁约占25%。用陌陌的年轻人最少，24岁以下的约占16%，24~30岁约占27%。

其他阵地皆失守

如今，这个曾解决1亿人孤独问题的平台，现在遇到了瓶颈期，并且持续时间很长。意识到问题的陌陌没有坐以待毙，试图在其他阵地打翻身仗。

近几年，陌陌相继推出了多个社交产品，并覆盖陌生人、半熟人、熟人等多个场景。仅2020年，陌陌推出了包括“对眼”“对对”“芒西”“陌多多”“哇偶”以及“咔咔”六款社交产品。



虽然踩中风口一跃成为上市企业,但陌陌在外界的印象却一直伴随着“低俗”“擦边球”等标签。

最值得关注的是试水熟人社交的“咔咔”。这款即时通讯产品,是陌陌主推的主打熟人社交的产品。王力曾表示,咔咔区别于微信之处在于其可以提供一个活生生的生活状态,主打用拍摄来聊天。

尽管市场上还没有关于咔咔的数据,但可以确定的是面对微信、QQ这两座熟人社交大山,好友迁移成本、用户忠诚度都是需要考虑的问题,咔咔想要分食这块蛋糕还需要很长时间。

除此之外,陌陌还把秀场直播作为增加营收的一项重要业务。不过秀场直播模式本身较为传统,和其他公司采用的模式也几乎一样,主要就是拼头部主播和主播数量。

在运营期间,秀场直播出现的最大问题是大多数主播的生命周期很短,一部分只能维持在6个月左右,好一些的可以维持一两年做到中腰部的量级,更多的则是只做两三个月就被淘汰掉了。这一款业务让陌陌在前期投入不少,却见不到后期营收。

种种迹象表明,愿意为陌陌花钱的用户越来越少了。2021年第三季度,挚文集团的直播服务与增值服务付费用户去重后总数达1220万,而2020年

同期的数据为1310万,下降比例接近7%。

这并不令人意外。秀场直播的特性在于用户的黏性本身不高,再加之监管的严格,陌陌的直播问题凸显严重。同时,面对来自短视频平台的竞争压力,陌陌的直播收入面临很大的收入增长压力。

开发新解药

交友、直播双双失守,陌陌只能寻找其他增长点,例如直播电商。据Tech星球报道,2020年陌陌集团成立了直播电商部,团队规模在50人左右,准备发展带货直播。

但签约来的带货主播,实际上并不是在陌陌直播,而是在淘宝直播上卖货。也就是说,这更像是陌陌组建的MCN公司,帮助平台主播获得淘宝直播资源以及供应链产品。

事实上,陌陌在电商方面的尝试也未能站稳脚跟,由于电商处于存量竞争阶段,想要从中撕开口子犹如虎口拔牙。在群雄环伺之下,陌陌发展电商的压力非常大。

另外,陌陌还成立了影视公司,进军电影界的陌陌在2021年出品了电影

《不期而遇的夏天》《幻乐之城》《主厨的荣耀》三部影片。由于陌陌影视成立的时间短,目前还未能出现大片佳作,因此也未在市场产生太大的反响。

最新财报显示,挚文集团2021年营收同比下降2.98%至145.76亿元,其中第四季度,挚文集团营收同比下降3.19%至36.74亿元。陌陌是挚文集团的营收主力,2021年四季度陌陌营收为32.36亿元。

从当前来看,直播电商、影视想要成为陌陌营收新的增长曲线,还需要一段很长的路要走。

对于未来,王力称:“集团也会积极利用现金和其他资本工具,更主动地在市场上寻找潜在的机会。而目前陌陌内部已经养育了一些新产品,接下来会推出全新的战略项目。”

但无论如何,陌陌还未摆脱道德争议。我们希望看到的是,陷入冰火两重天的陌陌首先要努力摆脱负面标签,其次需要寻找真正稳定的营收增长点。否则,劲敌环伺的社交战场,陌陌将会消失在年轻人的视野里。

编辑:韩丁

(整理自微信公众号连线 Insight、电科技、网易,有删改)