

深圳短视频直播带货公司

产品名称	深圳短视频直播带货公司
公司名称	深圳市云端之链电子商务有限公司销售部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市龙华新区民治街道新牛社区港深国际中心369
联系电话	13076927178

产品详情

深圳短视频直播带货公司TK、TK直播带货代运营、TK代运营业务、TK国内代运营公司、TK带货、TK海外直播代运营、TK运营、TK专业培训、TK线下培训、TK代运营服务商

深圳云端共赢科技，提供培训，代运营服务，TK+独立站代运营，一站式服务，从0到1，怎么变现，怎么卖货到海外布局，TK+独立站布局。

公司全身心跨境电子商务行业八年服务，有强悍的专业性卓越团队提供外贸跨境电子商务推广一站式服务，包括跨境电子商务行业，外贸网站搭建、独立站开发，2B/2C，Saas服务，erp系统定制开发，外贸企业网络推广，国际品牌营销推广，Google，youTube，代运营推广服务，，蕴藏巨大海外流量和商机，适合跨境商家、出口品牌，及想要成为带货网红的你。

这厢，在谷歌Play商店中的下载量突破10亿，截止到今年2月的全球总下载量逼近20亿；那厢，定位“短视频版Netflix”的Quibi App在4月6日上线，当天因大量用户涌入而导致服务器崩溃。

海外短视频争芳斗艳，背后是海外企业间的角力。

自2018年起，在日本、美国、印度等地强势崛起，增长之快令巨头也感到“江山不保”，而Facebook、Snapchat也均以公开形式将列为重要竞对。

展现出“火箭级”速度，层出不穷的监管争议也随之而来，Facebook等海外巨头更是对展开“防守反击”，意在夺回实地并围剿。

外部环境复杂多变，行进中的能扛起中国互联网的出海大旗吗？

虽如虎狼般飞速成长，但其与巨头仍差距悬殊。

截止到2019年3月，Facebook全球MAU达到23.75亿，日活达15.62亿，而截止到2019年7月，字节跳动旗下

产品的全球MAU超过15亿，日活也是在今年年初才突破4亿。

用户数量上存在差距，商业化层面更是如此。2019Q4，Facebook的广告收入达207.36亿美元，更重要的是，Facebook和谷歌的广告代理体系已遍布全球。

显然，论用户基数、广告收入等硬实力，同样是初出茅庐，而要和海外巨头扳手腕，还得苦练内功。

那么，当高歌猛进时，Facebook的危机感从何而来？

从短视频领域崛起，避开了与社交巨头Facebook在优势领域的直接对话，一步步沉淀用户规模，最终在社交维度抢食Facebook手握的用户流量。

更重要的是，站在了海外短视频需求爆发的风口上，以深谙人性的产品策略获取增长红利，而Facebook旗下的Instagram虽早已推出Stories，主打“阅后即焚”短视频，但也是“雷声大雨点小”。

这也反衬出Facebook所遭遇的增长困境。

以SNS社交起家，通过并购Instagram、WhatsApp，Facebook成长为全球最大的社交媒体，并以此支撑自身广告收入。2019Q4财报显示，Facebook的广告收入占总营收比例超过98%。

“广告王国”日渐强盛，但麻烦也接踵而至，由于2017年剑桥分析的数据泄露事件，Facebook的精准广告系统成为众矢之的，车轮战般的国会审问背后，Facebook正面临前所未有的监管压力。

在监管趋严、精准广告收缩之下，Facebook的广告增速正触及天花板。去年四季度，Facebook的广告收入同比增长25%，连续四个季度同比增速低于30%。

伴随广告业务的式微，社交媒体Facebook已难现昔日辉煌。印度CyberMedia Research的行业情报部负责人普拉布·拉姆表示，等应用的兴起，凸显了用户对老牌社交媒体的潜在疲劳情绪，他们迫切希望通过新的应用和平台来展现自己。

新一代年轻人向转移，这对Facebook的打击可不小。2018年有投行的调查数据显示，只有5%的美国青少年将Facebook视为自己喜欢的社交平台。

Facebook“老了”，这不是好消息。

和Facebook一样，倚重广告收入的谷歌也面临着类似困境。在监管层面，谷歌已经因市场垄断被欧盟开出多张罚单，甚至在2018年7月被处以43.4亿欧元罚款的“极刑”。

同时，在业务层面，谷歌母公司Alphabet去年四季度财报显示，公司总营收460.75亿美元，不及469.4亿美元的分析师预期，原因在于谷歌搜索业务的增长放缓。

谷歌凭搜索业务起家，以此建立起包括浏览器、邮箱在内的流量生态，最终赚取广告收入，但在产品生命周期拐点到来之际，业务增长的瓶颈也加速显现。

另外，谷歌和Facebook还有一个共同点，前者成立于1998年，早已跨过自己的20岁生日，而后者成立于2004年，距离20岁还有不到5年。

20世纪20年代，尼古拉康德拉季耶夫提出“康波周期”理论，认为54年为一个经济发展期，随后历经理论沿革，人们认为一个康波周期大约包含3个库兹涅茨周期，每一个库兹涅茨周期正是20年。

不少企业都曾经掉入康波周期，微软在1997年面临反垄断案时22岁；雅虎在2017年出售核心资产，更名

为Aitaba时22岁；苹果在1996年遭遇大额亏损、销售骤降，连续解雇两任CEO甚至考虑破产清算时也是20岁。

20年，于任何企业都是一道坎。

如今，谷歌和Facebook等一批诞生在千禧年前后的企业，正走入自己的康波周期，收入及用户增速触顶、内部创新弛缓、外部挑战加剧，这都是康波周期里的正常表现。

因此，崛起仅仅是海外巨头危机加剧的引爆点，反观企业内部，Facebook、谷歌们能否跨过增长周期的最低谷，于它们而言都是一次全新挑战，

目前，谷歌正通过并表Youtube、搭建公有云以冲破康波周期的桎梏，但战略业务如何转型为营收支柱业务，谷歌、Facebook们还没能给出最优答案。