

# 出海遇阻，字节跳动还有机会吗

作者 李汶佳

据多家印度媒体报道，6月29日，印度信息技术部根据印度《信息技术法》第69A条规定，援引了包括《2009年信息技术（阻止公众访问信息的程序和保障措施）规则》等其他一些有关规则内容，并考虑到威胁的“现实性”和“紧迫性”，印度方面决定紧急屏蔽59款由中国企业开发的手机应用，因为它们从事的活动不利于印度的主权和完整、印度国防，于印度的国家安全和公共秩序“有害”。

禁用的手机应用程序有TikTok（抖音海外版）、WeChat（微信海外版）、QQ、helo、UC news等等，涵盖了从社交平台、短视频、游戏娱乐、电子商务以及新闻聚落的多个方面。

除此之外还有消息称，印度总理莫迪已经退出了新浪微博，并且印度政府在电力、通信及其他数个领域，准备禁用中国设备。

由于这一系列举动发生在中印边境冲突之后，印度此举故而被认为是中印冲突升级的表现；不少外部观察家还认为，这是印度对中国在经济层面上进行的一次地缘政治对抗，所以中国互联网企业本身就此事可做出回应的余地并不是很大。

## 抖音高额投资印度遇风险

此次，印度的中国手机应用禁令，对于TikTok的开发公司字节跳动所带来的冲击或许最大。印度是TikTok最大的海外市场，这个南亚国家人口规模巨大，尤其是年轻人数量众多。互联网数据资讯网站Sensor Tower的调查数据显示，TikTok在海外有着20多亿的下载量，而

整个印度市场就为TikTok提供了超过611亿的下载量。

TikTok之所以在印度当地受到欢迎，很大一部分原因是其成功地进行了本土化运营。大量本土员工和本土代理商的参与，加上相当程度的广告投入，令TikTok牢牢占据了印度短视频手机应用的头把交椅。

一名字节跳动的员工也在《知乎》透露，在过去几年间，字节跳动已经在印度投入了超过10亿美元，如今的禁令使得旗下的产品在印度市场几乎全部折戟，预计总损失超过60亿美元。这一数字很有可能是其他中国互联网企业因“印度禁令”所造成损失的总和。

当然，这并非TikTok在印度遭遇的首次下架危机。早在去年，TikTok就被印度iOS和安卓手机应用市场联合下架过，原因是不少印度用户上传了大量涉及侮辱女性、种族歧视和宣扬暴力的内容，部分内容在印度引发了多起模仿犯罪事件。对此，TikTok在印度分公司删除了相关内容及封禁了一批账号之后才得以重新上架。不过，印度分公司于该次调查中并没有发现危害印度国家安全的内容。因而，TikTok此次被禁很大程度上也是“莫须有”。

据字节跳动给出的公开信息，TikTok是其印度分公司在印度注册的独立品牌，员工几乎都是印度人，主要收益的主体也是印度分公司。这就好比盖了一间房子，所有人是印度的，盖房子的工人是印度人，住户也是印度人，出租广告是印度人发的，租金是印度人在收，合同内容等关键信息被保存在美国，仅仅因为盖房子时和泥用铲子是中国制造就封掉了这间房子，可以说印度政府的这波

操作真的很“迷”。

此外，就具体的封禁方法来看，封禁手机应用一般情况通过禁止域名解析，要求CDN服务企业暂停手机应用在该地区的商业域名加速服务，要求本地电信运营商关停CDN加速机房，大范围底层网络封禁或是手机应用企业主动甄别用户IP停止动态数据配置下发这五种方法。但前四种要么是普通商业行为，要么政府需要掌控电信基础设施，印度政府方面唯一可以操作的便是企业主动进行配合。

有消息称，字节跳动印度分公司已于近日开始全面配合印度政府，主动停止了印度用户的数据配置下发。更有印度用户近日截图，显示其亦无法访问TikTok域名。

## 抖音禁令或呈现扩散效应

作为中国出海最成功的互联网公司，字节跳动这些年在海外的布局十分深入，旗下TikTok这款手机应用产品做得尤为成功，其海外用户数已基本与国内用户数量相当。

目前TikTok的海外五大市场，印度、巴西、北美、日韩、欧洲，每一个板块都有千万级的日活跃用户数量。

此次，在风口浪尖上的印度市场，去年平均一个季度的营收有25亿卢比，差不多将近400万美元。实际情况虽然不像是印度媒体一直叫嚷着“TikTok在印度赚大钱”，但其一直在默默拿下印度市场占有率，跟印度本土的短视频手机应用商争夺共同的广告业务。

前半年，TikTok在Facebook、Instagram等社交应用上砸下了重金，广告投放增长约50%，希望复制抖音在

中国本土5年内千亿营收的成功路线。2019年TikTok还打算在印度建数据中心，项目之大被印度媒体视作国家战略“数字印度”的一部分，但这一切都随着一纸禁令成为了“未知的烟云”。

比印度更早的是来自美国的关切。去年美国政府就宣布了美国政府雇员和军队不得使用TikTok。美国国务卿蓬佩奥也对福克斯新闻表示，美国政府正准备禁止中国的某些社交应用程序。其中包括非常受欢迎的视频应用程序TikTok。

在主持人询问他美国人是否应该使用该程序时，蓬佩奥称，“我们（美国政府）非常认真地对待这一问题”，并且暗示了禁止的必要性——“除非你希望将自己的私人信息交到中国手中”。

可众所周知，实际情况是，TikTok在美国是由一位美国首席执行官主导，在美国有数百名员工负责信息安全，产品和公共政策方面的决策也是由美国人自己颁布；美国用户的数据存储是放在美国境内，备份数据是在新加坡进行存放，数据安全跟中国没有物理上的交集。

无独有偶，澳大利亚的《先驱太阳报》亦于近日报道称，由于担心平台将用户信息泄露，澳洲相关部门将启动对TikTok的参议院级别调查，希望澳大利亚政府的要求进行整改。目前TikTok在澳大利亚有超过160万的活跃用户。

## 抖音应该如何走自己的路

针对在地化发展的“优等生”字节跳动出海频遭政治干预这一现象，志象网创始人胡剑龙在接受其他媒体采访时说，“字节跳动需警惕在某些国家和地区投资背后所潜藏的风险”。

胡剑龙还强调，政府层面的问题单

靠一家企业是解决不了的，企业能解决的就是要盯紧这种风险，不要低估扩散效应，部分地区海外投资应变得谨慎一些，以便降低损失，俗话说得好，“君子不立于危墙之下”。

至于已经造成损失的印度市场，有业内人士分析认为，字节跳动可以继续通过运营TikTok的印度分公司与印度政府保持沟通。印度分公司之前所展示出来的配合态度已经为双方的持续沟通打下基础，即便沟通结果不尽如人意，字节跳动亦可以通过正常的法律途径来寻求救济。

如今，字节跳动正在成为一支强大的互联网力量。尤其是TikTok，赢得了年轻一代人的心。无论是在印度还是美国，TikTok都成了他们最喜欢的软件之一。曼哈顿风险投资公司合伙人安德里亚·瓦恩表示，TikTok反映了全球消费者的心潮，其已成为社交网络的领导者之一。那么，TikTok被一些国家的政府盯上也是在所难免的。

TikTok当然可以通过在地化努力来消除部分担忧，但更好的做法是字节跳动应想办法将TikTok这一品牌独立出来，做彻底的国际化运营，只有这样才能避免某些政府的“找茬”行为。

至于具体的操作，完全可以借鉴阿里巴巴同蚂蚁金服的关系。母公司字节跳动成为TikTok独立投资方，允许投资方来进行参股，TikTok最终走向完全独立经营。这也不仅仅是一个现实可行的操作方向，而且无论是对于母公司字节跳动还是TikTok这一日趋成熟的品牌来说，都将实现价值上的跨越。

“更上一层楼”，TikTok才有机会成为国际社交网络的巨头之一。■

# 双汇、碧桂园双双进军餐饮 是教育引领还是重新洗牌

作者 高汇

房企、餐企、供应链企业不断跨界，致力上下游互通，实现产业闭环。2020年上半年，这片混乱战场迎来了两家种子选手——双汇餐饮、碧桂园集团旗下千玺餐饮机器人集团。

7月，双汇餐饮与香港崇高美合资重仓上海卖日料。碧桂园以机器人为切入点，提供先进的餐饮业服务升级解决方案。

有评价认为，随着双汇与碧桂园的进入，餐饮业将从传统意义上的口味、品牌竞争，上升至产业链、科技现代化服务竞争。

## 供应链 VS 机器人

6月30日，崇高美集团发布公告称，该公司全资附属公司崇高美中国与双汇餐饮已经订立合资协议。合资公司总投资额为人民币5000万元，崇高美中国出资3000万元拥有60%份额，双汇餐饮出资2000万拥有40%份额。

崇高美官网显示，该公司在香港拥有并经营总共28家全服务式餐厅，涉及十个自有品牌（品越越式料理、稻成亚丁、稻成小馆、稻成京川沪、浦和日本料理、日本牛气涮涮锅、SayCheese、Sweetology、Rakuraku乐拉面、山一），三个特许品牌（Parkview、多贺野、Tirpse）以及一个联营品牌（湘荟）和两家快速服务式餐厅。

有关人士表示，拉面或将成为双汇在上海的首选品类。双汇将负责大部分食品配料和相关物流的供应。崇高美集团得以集中精力专注餐厅业务的其他方面，以保持菜肴的质量及成本控制。

“后续我们将提供‘保姆式’的餐饮业服务，比如你要开餐厅，我们可以为你做餐厅选址、设计、运营，菜品提供、更新，人员培训等全方位服务。”王豪杰对媒体表示，这需要足够的投资、漫长的过程，但从国外餐饮业的发展来看，供应链整合一定是未来的趋势。

有别于双汇与崇高美的供应链合作不同，碧桂园旗下的千玺集团，重点在通过机器人提升餐饮服务。

日前，千玺集团发布“机器人餐饮发展战略”表示，拟通过高科技手段，以机器人为切入点，提供先进的餐饮业服务升级解决方案，致力于打造全球最大的集开发、生产、运营、供应链体系于一体的智慧餐饮集团。

日前，千玺集团打造的FOODOM天降美食王国机器人餐厅综合体在广东顺德正式开业。

在顺德北滘南平路上，一家面积约2000平方米的餐厅，可同时为近600人带来充满科技感的就餐体验。

在餐厅清洁明亮的操作间里，从炒锅机器人、煲仔饭机器人、粉面机器人等20余种餐饮机器人集中“上岗”，每个都“内植”了千玺集团自主研发的核心“大脑”。

进入中餐区，迎面是一面硕大的落地玻璃幕墙，墙内18口炒锅机器人整齐列阵。客人扫码点单后，机器人迅速开始炒菜。

在快餐区，机器人单体设备包括雪糕机器人、自助式蒸箱、粉面浇头机、汉堡机器人等。甜品站内的机器人可以一边制作饮品，一边向客人打招呼“卖萌”。

据介绍，餐厅使用的机器人中，粉面机器人、早餐机器人、咖啡机器人等7款餐饮机器人均为首次亮相。这些机器

人“大厨”可提供近200种各式菜品，最快20秒即可出餐。

## 两大企业跨界餐饮 为抢近5万亿蛋糕

碧桂园进军高科技餐饮始于2018年。

2018年7月，在全国房企企业去房产业化浪潮的推动下，碧桂园作为佛山的房企巨头，从无人商店、新能源汽车小镇、新能源等，不断迈向新型高科技产业。

彼时，碧桂园集团董事局主席杨国强高调宣布，未来将生产几万个机器人，拟建1000家机器人餐厅。从客人下单、炒菜、送菜、洗碗等，全由机器人负责。让餐饮部长姐姐、洗碗大妈、传菜小哥、厨房大嫂全失业。

与碧桂园声势浩大的宣言不同，双汇进军餐饮采取循序渐进式。

2018年双汇投资成立了上海乐只汇餐饮管理有限公司，以轻餐饮行业的“新品类”——热狗为主打产品，并在国内外设立食品研发部，国内设在上海、香港和台湾，国外设在日本，专门研发快餐小吃品类。

2019年9月7日，双汇三文热狗郑州经三路超继运动奥体店盛大开业，是双汇三文热狗郑州首家门店的正式亮相，代表着双汇三文热狗在全国市场正式开展运营。

与美国人一年就要吃掉190亿根热狗不同，拥有14亿人口的中国，热狗年销量仅5000万根。

这次试水轻餐饮，并未能满足双汇进军餐饮的胃口。

“进军餐饮业是公司中长期发展战略。”2020年3月，双汇董事兼总裁马相杰在双汇发展2019年业绩网上说明会上表示，餐饮公司的主要业务是供应餐

饮食材，丰富进家庭上餐桌的餐饮类产品，及以不同的方式参与餐饮门店的经营。

4月份，双汇斥资1亿人民币成立全资子公司双汇餐饮，经营范围涵盖餐饮投资、餐饮管理、企业管理及咨询、酒店管理等等。

作为全球知名的肉类屠宰、加工企业，双汇为什么要做餐饮？双汇餐饮投资管理有限公司总经理王豪杰接受媒体采访时说：“2019年全国餐饮业收入47万亿元，市场空间比较大。”基于庞大的市场，值得双汇进入。同时，餐饮是双汇的下游产业，与公司的关联度很高。

其次，双汇是全球最大的肉类加工企业，而餐饮的肉类需求量大，肉类在所有食材中价值占比也是最高的。双汇的业务包括养殖、屠宰、深加工、物流等，双汇做餐饮，可以把整个上下游串起来做成餐饮供应链。

此外，通过餐饮，双汇能快速了解餐厅、消费者的需求信息。原来双汇卖原料肉就可以了，现在市场发生了变化，餐厅需要更加精细化的产品，知道餐厅需要什么，这也能让双汇在屠宰和肉制品配套方面做得更好。

## 教育引领还是洗牌

那么，双汇与碧桂园的强势进入，对未来的餐饮业市场，是一种教育还是洗牌？

“受新冠肺炎疫情影响，无接触式餐饮蓬勃兴起，机器人餐厅正是这一理念的代表。”中国烹饪协会会长姜俊贤表示：“疫情使消费者更加关注食品安全、营养健康，这将倒逼餐饮业注重各环节的紧密合作及全产业链的协调发展。”

姜俊贤表示，从另一个角度来看，传

统餐饮属于劳动密集型行业，普遍面临人力资本增长、人员流动性强、管理水平参差不齐等挑战，迫切需要加快转型。

相对于姜俊贤对碧桂园机器人餐厅的肯定，餐饮老板内参哥工作室主理人王新磊则有另外一种看法与认知。

“双汇与崇高美合作的策略更好一些。”王新磊表示，因为双汇占股少只负责供应链就好，在崇高美绝对控股的情况下，加上崇高美的品牌、门店管理等优势，这样的合作或将发挥更大的魅力。

与此同时，王新磊表示，从行业发展来讲，这两家企业投资看似低端的餐饮业，对行业当然是利好的。

“大企业对餐饮业的投资，就足以说明这个行业变革已经开始。”餐饮老板内参哥工作室主理人王新磊向《企业观察报》表示，自2012年以来，这个行业经历了公司化进程，现在的餐饮业已经完成了很多进化，大部分头牌企业都已经走向公司化进程，正在迈向资本化方向。

“在餐饮业未来竞争格局中，供应链将是未来很强的环节。”王新磊表示，今天双汇和碧桂园进入餐饮业，都是基于自身的优势，双汇肯定与供应链有关，碧桂园虽然从房地产企业跨界，以机器人为切入点，也属于供应链的一部分。

“这些外来者通过供应链优势进来，对餐饮来讲会有一个启发。”王新磊说，从现在的产品、门店管理，到品牌、组织力都是餐饮行业的内功。双汇、碧桂园的进入，则让更多餐饮业看到，供应链是未来餐饮业可以实现突破的地方，对行业更多的是教育意义。

也许，王新磊的话不无道理。■