来源：视觉中国

作者丨张睿

编辑丨康晓

出品丨深网·腾讯新闻小满工作室

元宇宙业务持续亏损，软件平台Horizon Worlds月活不及预期，广告收入增幅急剧放缓，扎克伯格寄予厚望的元宇宙业务再次让资本市场感到阵阵寒意。

美国时间10月26日美股开盘前，脸书母公司Meta发布2022年第三季度业绩报告。该季度，Meta营收277.14亿美元，同比下滑4.47%；净利润43.95亿美元，同比大跌52.2%。从净利润看，从2021年第四季度开始，Meta的净利润就处于连续下滑的状态。

受此影响，当天盘前Meta股价每股跌了31.71美元，跌幅24.43%。截至当天收盘，Meta盘价报97.94美元/股，股价跌幅24.56%，总市值为2632亿美元，与前一天相比，市值蒸发了约856亿美元。

把镜头回放到2021年10月28日的Connect大会上，宣布以后重点聚焦元宇宙的扎克伯格或许没有想到，在之后的一年时间里，这项业务会让公司亏损127.42亿美元。在扎克伯格的蓝图里，未来十年内，元宇宙将有10亿用户。现实中，Meta推出的元宇宙平台Horizon Worlds的用户还不到20万。

元宇宙一年亏损127.42亿美元

Meta的元宇宙业务主要集中在Reality Labs (RL)部门，包括与AR\VR相关的硬件、软件和内容。硬件方面，Meta于2014年收购Oculus，推出VR头显设备Oculus Quest （后更名为 Meta Quest）。 软件方面，Horizon是Meta构建元宇宙愿景的核心产品。2021年12月初，Meta正式开放元宇宙平台“Horizon Worlds”。据其官网介绍，用户在Horizon Worlds中可以自由走动、结识新朋友、玩游戏、参加派对等。

据《华尔街日报》近日报道，一份Meta内部文件显示，公司将Horizon Worlds的活跃用户目标设为今年年底达到50万，但目前这一数字还不到20万。而且，大部分用户在首月登录后便不再返回Horizon Worlds，用户数量自春季以来逐步下滑。

在Oculus销量方面，据IDC数据显示，2021年全球 AR/VR 头显出货量达 1123 万台，其中，Oculus 贡献了78% 的销量。而据Steam数据显示，今年6月份Oculus Quest 2的市场份额为49.02%，而9月份其市场份额降至41.39%。

Oculus销量及Horizon Worlds用户量均未达到预期，但Meta为其付出的成本依然居高不下。

据Meta财报显示，元宇宙核心项目Reality Labs三季度收入2.85亿美元，同比下跌49%，市场预期4亿美元，而运营亏损高达36.7亿美元。具体来看，2021年第四季度至2022年第三季度，Reality Labs业务给公司贡献的营收分别为8.77亿美元、6.95亿美元、4.52亿美元、2.85亿美元，但Reality Labs业务的运营亏损分别为33.04亿美元、29.6亿美元、28.06亿美元、36.72亿美元。

四个季度亏损了127.42亿美元。对于元宇宙业务的亏损，Meta表示，预计 VR业务2023年亏损会显著增加，但仍然要加速投资来尽快达到长期经营利润目标。这就意味着，在一段时间内，元宇宙业务仍然是Meta烧钱的“黑洞”。

广告业务背腹受敌

元宇宙业务面临巨额亏损，Meta的“现金牛”广告业务在苹果和TikTok等其他应用的双向夹击下背腹受敌。

Meta的收入构成主要分为两部分：一是“应用家族”（Family of Apps），包括 Facebook、Instagram、Messenger、WhatsApp 和其他服务，这部分收入主要来源于广告；二是Reality Labs (RL)部门收入。其中，广告收入是Meta收入的大头，占比在95%以上。

2022年第三季度，Meta广告收入272.4亿美元，营收占比98.3%，同比去年广告收入下降3.7%。需要注意的是，这一季度，Meta应用家族中投放的广告展示次数（ad impressions）同比增17%，但每条广告的平均价格同比降18%。Meta在财报中预计，公司未来的广告收入将受到价格和投放广告数量共同驱动。这意味着未来Meta广告收入仍面临很大的不确定性。

据外媒报道，越来越多的广告主开始分散原本投给Meta的广告费用，Meta的广告业务正在被TikTok、Snap、Pinterest等其他平台瓜分。

Meta高层曾多次在财报会上表示，公司广告业务的增长也受到苹果隐私新规的掣肘。

2021年4月27日，随着苹果IOS 14.5正式发布，苹果历史上最强大的新隐私规则开始落地。苹果强推IDFA新规后，如果APP或者公司想留在iOS系统上，就必须研究自己的归因方案，并且配合苹果SKadnetwork进行技术对接。

对于苹果iOS政策的影响，Meta前首席运营官雪莉·桑德伯格（6月1日离职）曾在业绩电话会上解释，“苹果给广告商带来了两个挑战，一是我们广告定位的准确性下降，这增加了广告商成本；二是衡量广告的效果变得更加困难”。雪莉·桑德伯格预测，苹果IOS政策变动会对公司2022年的收入产生100亿美元级别的影响。

在当前广告生态中，软硬件一体的苹果对IOS系统里面所有APP都有较强控制力，一项隐私新规就让Meta面临百亿美元级别的损失，这就部分解释了扎克伯格为何将未来的战略重点压在元宇宙上。目前，Oculus Quest在全球 AR/VR 头显市场有明显优势，如果Horizon Worlds的用户再能实现快速增长，在未来的元宇宙里，Meta的地位类同于苹果。

据外媒报道，今年4月，Meta宣布向开发者收取高达47.5%的元宇宙内销售分成（包括30%的Meta Quest Store费用+17.5%的Horizon Worlds费用），这远高于苹果App Store应用商店向开发者收取的30%费用。

不过，让开发者心甘情愿掏钱的前提是要有海量用户活跃在Meta构建的元宇宙世界里，不到20万的Horizon Worlds用户很难让开发者心动。

用户增长遭遇天花板

Horizon Worlds用户增长不达预期仅是Meta用户增长的难题之一。元宇宙之外，Facebook及Meta“家族”旗下的社交产品的用户增长也遭遇了天花板。

据Meta第三季度财报显示，2022年9月，“应用家族”（Family of Apps）日活跃人数（DAP） 平均为29.3 亿，同比增长 4%；月活跃人口（MAP）为37.1亿，同比增长4%。Facebook 日活跃用户（DAU）平均为 19.8 亿，同比增长 3%；月活跃用户（MAU）为 29.6 亿，同比增长2%。

对比2020年第一季度以来Meta日活和月活的同比增速可以发现，此前动辄10%以上的同比增速已经成为历史。

对于Facebook用户增长放缓，有行业人士分析，“部分原因是Facebook对年轻用户的吸引力下滑”。

在争夺年轻用户方面，TikTok一直是Facebook不能忽视的竞争对手。有数据显示，2021年9月，TikTok全球月活达到10亿。2021年7月，TikTok成为第一个全球下载量达到30亿的非Facebook应用。

为吸引年轻用户，Meta侧重发展Instgram旗下Reels品牌。Reels是Instagram应用程序的一项新增功能，允许用户拍摄或上传3至15秒的视频，用户在发布视频之前，可以对视频进行编辑、配音、添加效果。不过扎克伯格也曾指出Reels还面临的挑战，其商业变现能力还未入正轨。

用户增长遭遇天花板、广告业务背腹受敌、押注的元宇宙业务还处于烧钱的状态，还没长出第二条增长曲线的Meta下一步该如何走，还能经的起几次股价大跌，这都是扎克伯格不得不思考的难题。

腾讯新闻出品内容，未经授权，不得复制和转载，否则将追究法律责任。