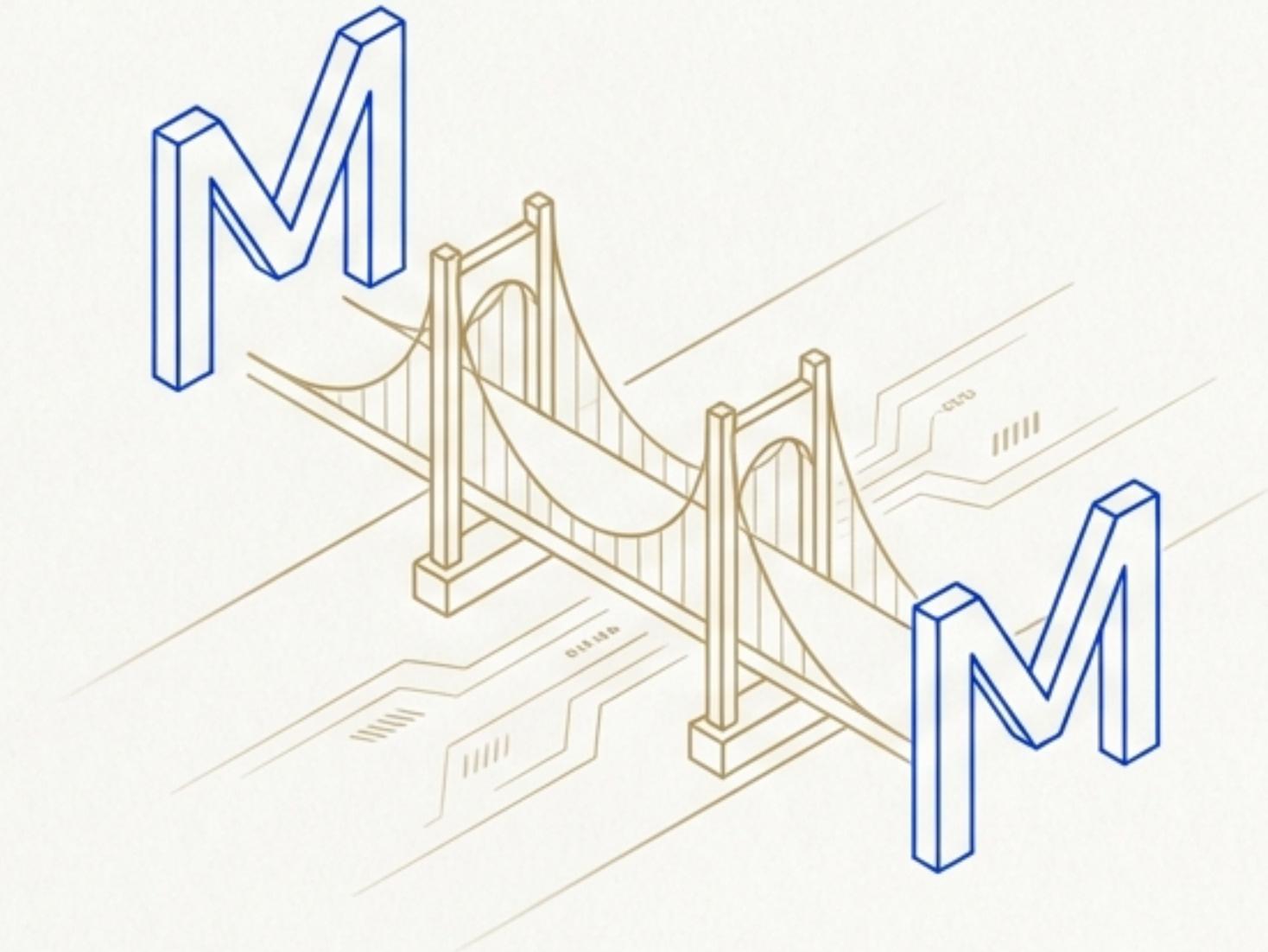


\$20億美元的 「上岸」之路

Meta收購AI新創公司Manus的戰略解讀



\$2,000,000,000

收購金額

< 9 個月

從產品上線到被收購

100% 中國創始團隊

首次被美國科技巨頭收購

矽谷震撼彈：Meta史上第三大收購案



2025年倒數第二天，美國社群巨頭Meta宣佈將收購AI新創公司Manus，涉及金額超過20億美元。

此交易為Meta成立以來的第三大收購案，Manus的創辦人更預計將出任Meta副總裁。

這家成立不到一年的新創公司是誰？祖克柏為何豪擲千金？**其背後的中國背景又為何讓此案意義深遠？**

不只是另一個大模型：Manus打造了第一個真正的通用AI代理

Manus的技術核心是讓AI在各種商業場景中實現高度自主運作。

「HR助理」場景演示



自主解壓縮一個包含15份履歷的Zip檔。



逐頁瀏覽，記錄學歷、經歷等關鍵資訊。



根據要求給出排名建議，提供候選人資料給HR參考。

Key Takeaway: 在多數AI Agent仍顯笨拙時，Manus的表現遠超競爭對手，包括OpenAI的Operator。

史上最快：Manus的傳奇增長曲線



官網流量突破千萬。



產品邀請碼一度被炒到
10萬人民幣。



2025年3月

產品上線，Demo影片病毒式傳播。

< 8 個月後

年度經常性收入（ARR）突破**1億美元**，
創下全球新創公司最快紀錄。

< 9 個月後

被Meta宣佈收購。

「套殼」的指控？不，是聰明的整合與調度

The Criticism

市場初期質疑Manus並無自家大模型，
僅是「套殼」調用其他模型。

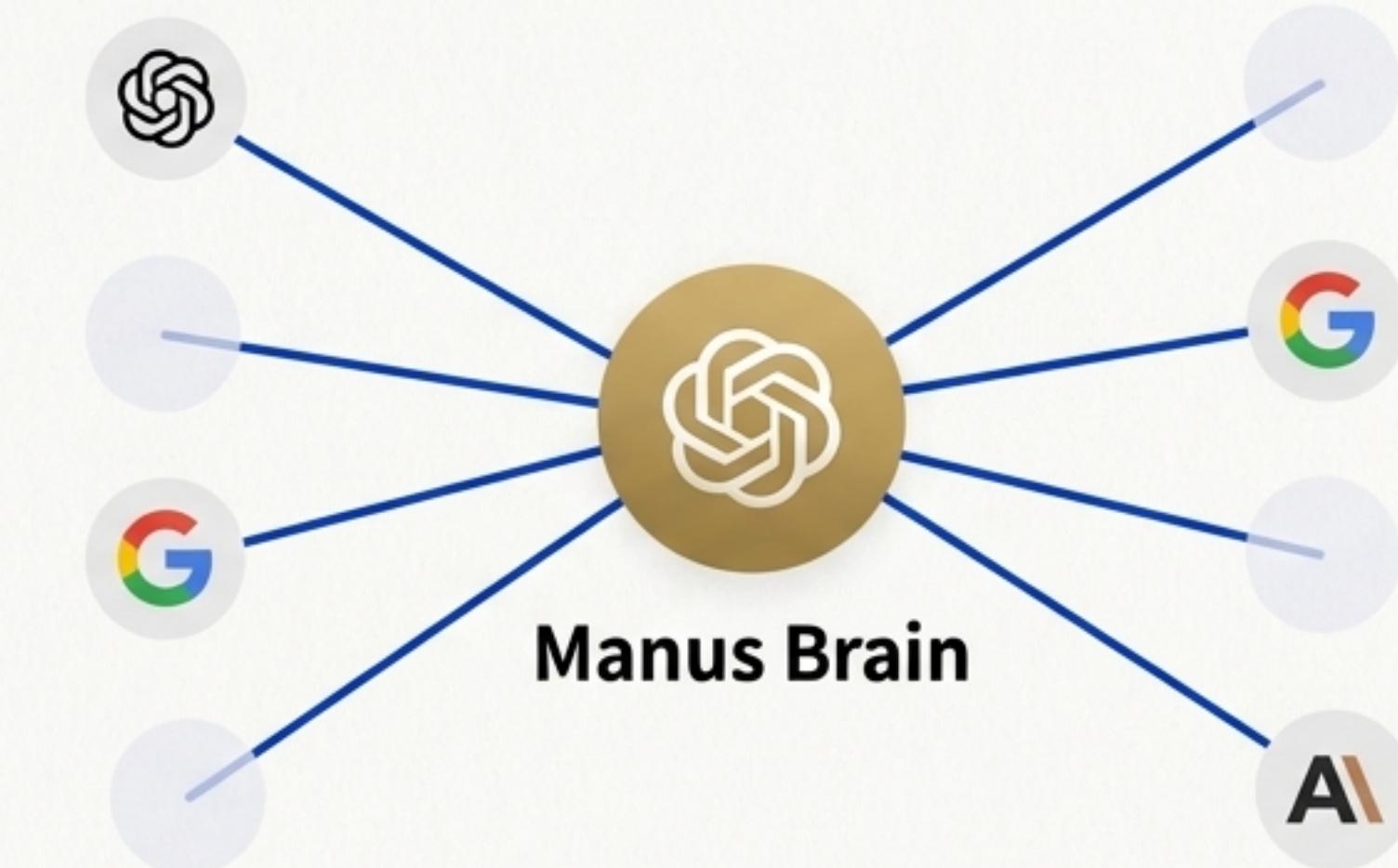
The Reality

Manus的策略是**不依賴單一模型**，而是靈活調用各家大模型的能力來完成複雜任務。



平均調用 (Average Calls)

執行單一任務平均調用 **5.3** 個不同工具/模型。



首次成功率 (First-Time Success Rate)

高達 **78%**。

Meta的AI困境：千億投入換來三流產品

~\$60-70B

2025年Meta在AI領域的投入。

Meta AI

能力被視為「二流甚至三流」。

✗ 基礎對話

✗ 生成影像

✗ 網頁摘要

無法執行訂餐廳、購物或研究等複雜任務。

投入與產出顯然不成正比。收購Manus是彌補其在Agent領域弱勢的捷徑。

不只是技術，更是強大的市場變現機器

對於手握10億用戶但缺乏變現管道的Meta，Manus的市場推廣和獲客能力極具吸引力。

Manus's Marketing Prowess



The Viral Demo

影片沒談技術，只呈現結果，過程無需人類插手。



The Global Face

首席科學家季逸超，亞洲臉孔卻講著母語級的流利英文，消除了跨國市場的文化隔閡。

Zuckerberg's Strategic Shift

Meta已不再大力做開源「慈善」，在投資回報壓力下，正走向閉源和商業盈利。

收購Manus是實現商業化的「最好第一步」。

故事的轉折：一場精心策劃的「去中國化」



遷移時間: 2025年6月

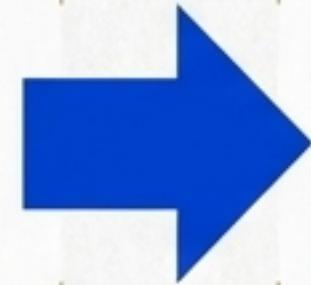
*Manus*執行長肖弘強調，併購後營運總部依舊設在新加坡。

資本的推力：一筆7500萬美元融資引發的連鎖反應



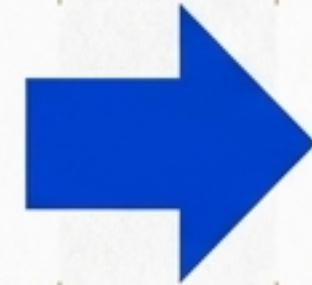
1. 2025年4月

Manus爆紅一個月後，獲得矽谷頂級VC Benchmark領投的7500萬美元融資。



2. 觸發審查

根據美國新規，該投資進入審查流程，因其涉及美國資本流向中國AI產業。



3. 迅速行動

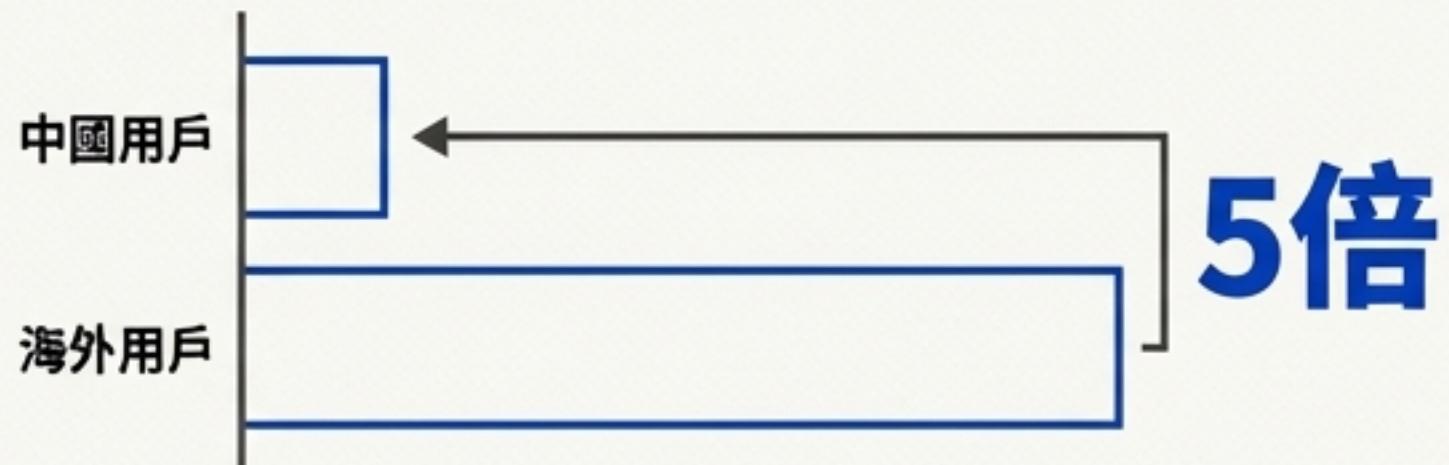
兩個月內，Manus將總部遷往新加坡，並開除國內約七成員工，只留下40多位技術核心成員。

「超級激進的全球化」：Manus從第一天就瞄準海外

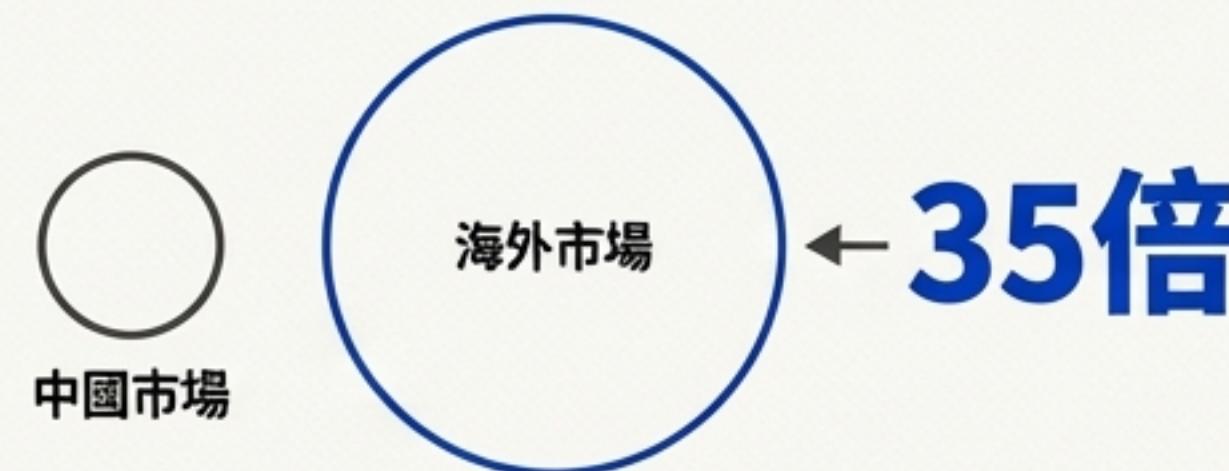
“他認為海外市場商業價值遠遠高於中國國內。”

- CEO 肖弘的戰略思維

The Calculation



海外用戶付費意願是中國用戶的5倍。



用美元收費，海外市場規模至少是中國市場的35倍。

全球化執行細節



Product Design: 官網、註冊系統、定價策略均為海外用戶設計。



Payments: 只支援PayPal，不支援微信支付或支付寶。



Extreme Measures: 關閉中國辦公室，註銷微博/小紅書等國內社群帳號，甚至限制中國IP訪問。

一個全新的出場模板：「上岸」的誕生

Defining 「上岸」

- 中國創業者圈內用此詞形容Manus 走通了這條全球化的路。
- 象徵著：即使是全中國人組成的團隊，只要產品和技術領先，也能在矽谷核心圈獲得數十億美元的最高認可。

The Old vs. New Paradigm



「Manus模式」：中國AI新創的全球化生存指南

1.

全球視野
(Global Vision)



從第一天起就以全球市場為目標，從產品設計到支付方式全面國際化。

2.

技術領先
(Technological Leadership)



打造出在國際上具備絕對競爭優勢的產品，而不僅僅是中國市場的替代品。

3.

商業實力
(Commercial Prowess)



證明強大的市場推廣和快速變現能力，而不只是停留在概念階段。

4.

戰略脫鉤
(Strategic Decoupling)



將總部遷往新加坡等中立地區，以規避美國的投資審查和GPU禁令。

故事尚未結束：併購案背後的隱藏變數

中國學者指出，此併購案尚未真正塵埃落定。



中國法律風險 (Chinese Legal Risk)

交易可能存在「技術向境外轉移」的合規性問題，需遵守中國法規。



創始人國籍問題 (Founders' Citizenship Status)

沒有消息確認核心團隊已放棄中國國籍。作為中國公民，他們依舊受到中國法律管轄。

無論最終結局如何，Manus的「上岸」嘗試已經為全球科技格局劃下了新的分界線。這對Meta和所有渴望全球化的中國創業者來說，都將意義重大。