

# “送走”沐瞳科技 字节再缩游戏版图

字节跳动出售上海沐瞳科技有限公司(以下简称“沐瞳科技”)尘埃落地。沐瞳科技CEO张云帆日前向全体员工发布内部信,正式宣布字节跳动与沙特Savvy Games Group(以下简称“Savvy”)签署协议,以超过60亿美元(约合超过414.3亿元人民币)的价格出售沐瞳科技全部股权。从交易金额看,沐瞳科技最终出售价溢价约50%。盘古智库高级研究员江瀚对北京商报记者表示,此次交易明确了字节跳动战略重心转移。出售沐瞳科技回笼的资金,或将为字节跳动在算力基础设施、大模型训练及高端人才争夺上提供充足的“弹药”。



是否会进一步收缩或整体剥离,以及未来发展侧重等问题,北京商报记者致函字节跳动,相关负责人表示,对此暂不回复。

## 回笼资金或为AI

自2022年起,字节跳动游戏业务便释放出收缩信号;2023年11月,字节跳动更是对游戏发行和制作机构朝夕光年进行大规模调整。

此前,天使投资人、资深人工智能专家郭涛在接受北京商报记者采访时表示,一边是强调敏捷响应、小步快跑的组织文化,而另一边是需要数年时间打磨内容的中重度游戏。字节跳动在游戏赛道折戟的根源在于自身业务基因与游戏产业发展规律存在本质冲突。

“沐瞳科技最终被出售,也明确了字节跳动战略重心转移。字节跳动或将进一步向AI聚焦,减少在传统互联网存量市场的博弈,全力押注下一代人工智能技术,以应对全球科技竞争格局的变化。”江瀚表示,出售沐瞳科技回笼的资金,或将为字节跳动在算力基础设施、大模型训练及高端人才争夺上提供充足的“弹药”。

在字节跳动召开的2026年首次全员会议上,字节跳动CEO梁汝波将2026年的战略关键词定为“勇攀高峰”。据其介绍,短期内的“高峰”就是AI助手“豆包/Dola”。同时,公司将提高人才密度,加大对人才的激励,让薪酬和激励在全球各个市场都领先于头部水平。

苏商银行特约研究员付一夫表示,未来,字节跳动在AI方面的发展或将聚焦三大方向:一是做强Seed大模型与豆包等入口级应用,夯实通用AI能力;二是AI与抖音、剪映、电商、企业服务深度融合,做全生态赋能;三是布局AI生成内容、智能体、多模态技术,落地商业化。整体以“自研大模型+全场景落地+商业化闭环”为核心,集中资源抢占通用人工智能窗口期。

北京商报记者 程靓

图片来源:视觉中国

## 溢价约50%出售

公开资料显示,此次收购价格超过60亿美元。收购完成后,沐瞳科技管理结构保持不变,张云帆继续担任沐瞳科技CEO。同时,基于历史业绩贡献和未来业绩,沐瞳科技还将为员工提供多项激励计划和新的有吸引力的激励方案。

游戏产业分析师张书乐认为,此次收购是一笔双赢的买卖。对卖家字节跳动来说,算是高预期出售了能赚钱但和整体战略关联偏弱的业务。

2021年,据报道,字节跳动以约40亿美元的收购价将沐瞳科技纳入麾下。彼时,字节跳动游戏业务正处于密集布局的阶段。据不完全统计,2020—2021年,字节跳动在游戏领域的投资达到22起,涉及19家公司,总投资

额约300亿元。

从交易金额看,字节跳动最终出售沐瞳科技溢价约50%。

实际上,早在2023年,便有报道称,字节跳动正寻求以不低于50亿美元的价格出售沐瞳科技,并聘请高盛作为财务顾问。2025年底,沐瞳科技再度被传出售。当时,字节跳动被曝正与Savvy展开谈判,以不低于50亿美元的价格出售沐瞳科技。

“沐瞳科技高溢价出售的本质是‘稀缺性资产’与‘战略需求’的精准匹配。从资产价值看,沐瞳科技深耕东南亚市场,具有成熟的发行网络和电竞生态。对急于布局全球游戏市场的Savvy来说,是其快速切入亚洲市场的‘现成船票’。溢价部分其实是对‘时间成本’的买单。”企业战略专家霍虹屹表示,此外,全球游戏资产的估值逻辑正在变化,中东资本的大规模入场抬高了优质出海

资产的定价中枢,沐瞳科技稳定盈利又为溢价提供了业绩支撑,多重因素叠加促成了这笔交易。

## 游戏业务承压

从沐瞳科技本身发展看,虽然旗下爆款游戏《决胜巅峰(Mobile Legends: Bang Bang)》在东南亚市场占据重要位置,但近年来行业竞争加剧,其业绩增长也开始放缓。财务数据显示,2025年一季度,沐瞳科技毛利率从29.22%骤降至18.14%。

值得注意的是,2025年10月,据Tech星球消息,字节将在海外市场推出全新游戏发行平台GameTop。该平台允许用户创作、展示自己的游戏,还提供分享攻略、交流心得的社交空间。

多位业内人士对北京商报记者表示,这

双赢交易也是字节跳动游戏业务战略性收缩的重要转折。未来,字节跳动游戏业务或将转向轻量化和平台化发展。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜补充称,例如,用户生成内容(UGC)与抖音的内容基因高度契合,可形成“短视频种草—游戏转化—内容二次传播”的闭环。同时,游戏业务还能作为抖音生态的增值服务,通过小游戏、直播互动游戏等形式提升用户时长与商业化效率。

另据凤凰网科技消息,随着沐瞳科技完成出售,字节游戏业务也正考虑整体剥离,“成为像懂车帝那样的全资子公司”。

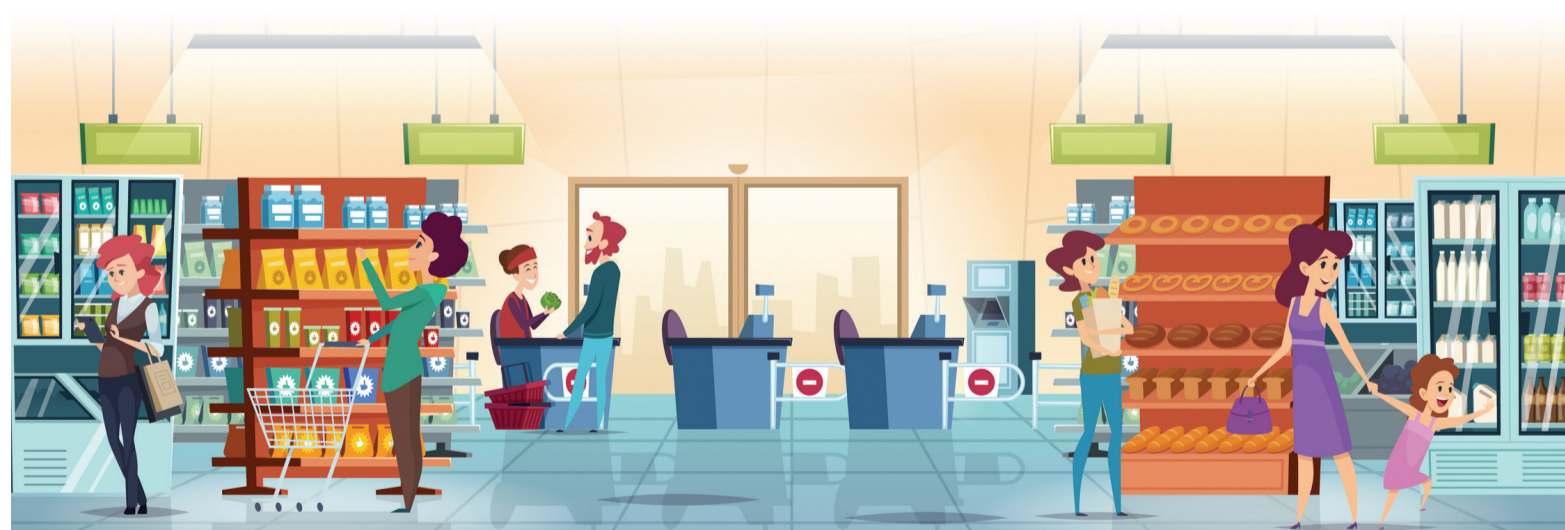
“游戏业务若整体剥离,或将更独立地运营,但字节跳动仍可能通过投资或合作保持行业参与。”科方得咨询机构负责人张新原表示。

针对出售沐瞳科技后,字节跳动游戏业

# 超市转线上 辛选想翻身

辛巴的超市梦迈出第一步。3月22日,辛选集团董事长初瑞雪在直播间宣布,辛选正式推出线上辛选超市。为拉动人气和流量,辛选创始人辛巴还连麦初瑞雪,卖起海南的海景房。直播开播仅5分钟,直播间点赞量超过100万。

历经辛巴退网、直播合作改制等风波后,辛选承受了舆论与流量的双重重压,也向“去超级头部化”更进一步。此次将超市业务从线下搬到线上,是否能为辛选的新增长开好头?



## 超市终“落地”

从初瑞雪直播间挂车的链接来看,此次辛选推出的线上超市商品覆盖生活百货、休闲食品、美妆个护、家电数码等品类,商品主要由第三方商家提供。

辛选并非首次试水超市。2022年,辛巴曾在广州白云区辛选基地开设一家“辛选超市”。根据直播画面,该门店设有日化区、零食区、生鲜区等区域,涵盖一家线下超市的大部分品类。开业当日,超过130万人涌入辛巴的直播间观看直播。不过,此后,该超市未再显露明显进展。

2024年,辛巴前往许昌胖东来考察学习,

辛选布局超市再被粉丝关注。不仅如此,辛选还与孩子王开启资本交往,双方在供应链、电商直播、全渠道等方面进行合作。2025年1月,辛巴放话要斥资15亿元开超市,还表示超市是其人生中最后一个作品,超市的场地建设过程也会亲自参与。

超市业务成为辛巴的执念。据初瑞雪公开透露,辛选超市是辛选战略上的布局。然而,从此次更新的进展来看,辛选超市以线上为主,未显示继续挺进线下场景的动作。在直播中,初瑞雪介绍,主播徐婕将担任辛选超市的店长。据了解,徐婕在快手拥有4082.4万粉丝。

与辛选主账号直播间相比,辛选超市在选品上会有哪些差异性?未来是否会向线下

拓展?截至发稿,辛选相关负责人未向北京商报记者回应。

## 频繁调整求变

根据初瑞雪的描述,此次辛选上线超市业务,可见民生消费和商品将是辛选重要的发力方向。从另一个角度看,在当前消费市场日趋理性、直播流量增量乏力的大环境下,辛选需要找到稳定的流量来源,而刚需购物的消费心智或成为突破口之一。

去年8月,辛巴宣布因身体原因退出直播行业。此后,辛选推出一系列“去辛巴化”的措施。辛巴妻子初瑞雪接任,开始管理公司,主账号也改名为“初瑞雪(辛巴818)”。除了对

外传递出掌舵者的更替,辛选内部也大为调整,包括主播从签约制改为合伙制,流量与培训资源不再聚焦头部,而是向多元化主播倾斜等。

也就是说,直播合作模式变为合伙制后,主播将以独立企业身份与辛选合作,担任自身公司的法人或CEO,自主负责运营并承担法律责任。辛选则聚焦于供应链、中台支持与资源赋能,不再直接干预主播日常运营。换言之,辛选通过改制,一定程度上显现出公司向平台型模式倾斜的趋势。

不过,一位接近辛选的内部人士向北京商报记者透露,虽然合作模式变为合伙制,但一些主播依然选择留在公司,毕竟主播只专业于直播带货,经营公司对于他们来说不仅不存在资金压力,还有管理上的压力。

同时,平台政策环境也在变化。今年3月,快手电商渠道业务兼磁力引擎渠道业务负责人任涛对外表示,2026年平台重点聚焦供给侧改革,核心围绕“做大品牌”和“做好产业带”两大方向发力。数据显示,快手泛货架电商GMV年度增速达到32%,成为增长新引擎。

## 流量沉淀为“留量”

2016年起至今,直播电商走过十年,已进入“去头部化”的下半场。

《2025直播电商行业发展白皮书》显示,2025年,头部主播带动GMV的占比下降至10.66%,而中小主体(包括中小规模主播、中小型商家)带动GMV的占比升至89.34%。此外,品牌店播模式成为常态,其产生的GMV已占据行业整体规模的半数以上。

在零售行业激烈竞争的格局下,如何把流量变存量,成为直播电商头部机构们要面

对的重要课题。近年来,直播机构纷纷布局线下:东方甄选北京首店落地中关村;三只羊在安徽开出小杨臻选首家超市;美腕的奈娃咖啡店将向校园场景扩张……头部玩家均在多场景探索单次带货流量转化为复购留量的有效路径,包括推出线上超市的辛选,也意图将辛巴账号的个人流量沉淀为公司的品牌资产。

“东方甄选、小杨臻选采取重度自营模式,能更好把控产品品质与利润,同时也对公司的资金、选品能力和库存管理提出较高要求。”百联咨询创始人、零售电商行业专家庄帅向北京商报记者表示,与之相比,辛选采用第三方商家供货的轻资产模式,能快速扩充品类、灵活性高,但在品控和供应链稳定性上面临较大风险。

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营表示,辛选的核心优势在于其主播私域流量与高性价比信任,但其要想靠线上超市跑出增量点,需从流量结构、供给侧、顾客经营三方面发力:从直播场域的强IP依赖转向货架场域的产品驱动,降低单场波动;用供应链与品控承接超市的稳定履约,避免第三方供货的质量与价格波动;从卖货转向经营顾客资产,提升复购率与客单价。

“辛选超市需要设计出能持续吸引用户回流的会员或激励机制。”庄帅补充道。

北京商报记者 何倩 实习记者 毛思怡

## 遗失公告

本人张岚(身份证号:110101196401032535)不慎将位于北京市东城区兴化里小区6号楼2单元103号的公有住宅租赁合同遗失,特此声明。

张岚  
2026年3月23日