



7月8日,蓝城兄弟(BlueCity)正式在纳斯达克挂牌上市。蓝城兄弟创始人、董事长兼CEO马保力(耿乐)在致同事们的一封信中表示:从一家个人网站到一家上市公司,我们走了20年。

20年前,耿乐成立了个人网站——淡蓝网;12年前,淡蓝公益成立;8年前,时任中共中央政治局常委、国务院副总理李克强在卫生部举办的座谈会上接见了耿乐——他和另外11个草根组织负责人一起。同年,一站式终端Blued正式上线。

从个人网站、草根组织到上市公司,耿乐和蓝城兄弟(淡蓝)是如何做到的?

从个人网站到草根公益

蓝城兄弟的前身是2000年成立的“淡蓝网”。作为一名当时还没有公开“出柜”的“同志”,渴望获得更多认同的警察马保力用业余时间建立了自己的个人网站,命名为“淡蓝色的回忆”,并给自己取了网名“耿乐”。

在招股书中,耿乐写道:对我来说,这就是互联网的力量——它让我们提升自己,让我们温暖世界各地那些因为性取向而孤独、无助和恐惧的人。

在这里,耿乐写下自己的故事,也分享自己的心情。很长一段时间里,网站的运营和管理由耿乐一个人负责。

随着更多人涌入网站,依靠一个人来维持网站越来越不现实。2006年,耿乐邀请了一些在做类似网站的人组建了团队,并将网站正式更名为淡蓝网,为相关人群提供信息、资讯和知识。

随后,淡蓝网的影响力逐步扩大。但因为政策、社会环境、误解等多种因素,网站在发展过程中遇到一系列问题。

转机发生在2008年奥运会召开前,新华社在一篇英文报道中介绍了北京部分面向同性恋者的娱乐场所和相关话题,其中写道“如今,中国的年轻同性恋者享受着更自由的环境。随着爱白网、淡蓝网等同性恋网络社区的蓬勃发展,同性恋可以很容易地找到彼此,并通过在线论坛或聊天室安排活动”。

在多种因素促使下,2009年,淡蓝团队正式搬到北京。也是在这一时期,身边朋友感染艾滋病的消息,引起了耿乐内心的震动。意识到应为“同志”提供更多帮助和服务后,淡蓝公益成立了,他们主动找到相关部门,寻求在公共卫生、艾滋病防治和检测、反歧视宣传等方面的合作。

高光时刻与发展难题

作为相关人群的聚集平



7月8日,蓝城兄弟登陆纳斯达克

从草根公益到纳斯达克上市

■ 本报记者 王勇

蓝城兄弟是如何做到的?



上市当天,蓝城兄弟宣布再次向“中国预防性病艾滋病基金会淡蓝公益专项基金”捐赠100万元

台,在艾滋病防治中,淡蓝网具有独特优势,受到卫生部门的欢迎,艾滋病检测咨询、感染者关怀、防艾宣传等活动逐步开展起来。

2012年11月26日,世界艾滋病日到来前夕,中共中央政治局常委、国务院副总理李克强出席在卫生部举办的座谈会,接见了淡蓝网、天津深蓝工作组、上海青艾等12家草根组织负责人,听取民间防艾工作汇报。

当时的报道中是这样描述淡蓝网的:淡蓝网是一家为男男人群提供互联网服务的网站,多年来一直致力于利用互联网技术开展防艾工作。今年他们又在北京地区建立了三个免费艾滋病检测点,将网友动员到线下开展艾滋病的咨询检测,收效明显。

会议之后,耿乐与总理握手的照片在社群内、媒体中广为流传,对淡蓝网和淡蓝公益无疑是一种巨大的认可。淡蓝网由此也吸引了更多的用户。

淡蓝逐步发展成为具有较大影响力的民间艾滋病防治机构。从北京市性艾协会、北京市疾控中心、中国性病艾滋病防治协会、中国疾病预防控制中心到世界卫生组织、联合国艾滋病规划署,合作的政府部门、国际组

织和社群机构越来越多。

然而,作为草根公益,淡蓝依然面临着资金上的难题:难以筹款,少量的广告和政府经费支持并不能让团队可持续运转,也难以找到更好的人才。

另一种服务方式

如何才能让机构可持续运转,为相关人群提供更多的服务呢?移动互联网的兴起为淡蓝带来了转机——淡蓝推出了移动端“Blued”。

在垂直领域的用户增长与平台优势,让Blued赢得了投资人的青睐。2013年8月,获得第一笔来自投资人的投资——300万元,淡蓝的发展走上快车道。

2014年8月,A轮融资数千万元;10月,B轮融资3000万美元——这一消息在苹果公司CEO蒂姆·库克公开“出柜”的第二天对外公布。

2016年,C轮、C+轮再次融资数亿元;2017年,C++轮融资数千万元;2018年,D轮融资1亿美元。

与此同时,Blued的产品形态不断迭代,基于精准的地理定位,为相关人群提供通讯、社交娱乐、直播等多种形态的服务。

2015年12月,Blued上线了直播功能,受到用户的欢迎,并通过出售虚拟礼物、虚拟货币以及和普通主播、签约主播的收入分成带来了更多的营收。

2016年,商业化正式开启,Blued国内业务实现全年盈利,海外市场的开拓也开始实施。

用户、流量、影响力的增长吸引了更多的广告。2017年,京东、天猫、淘宝、1号店、杜蕾斯等品牌开始投放广告。

与此同时,为同、异性恋人提供海外辅助生育、海外医疗服务的产品上线。

2018年,陆续推出会员增值、面向男性消费者的内容电商、短视频、游戏联运等新业务。

2019年旗下专注男性健康领域的服务平台荷尔健康上线。

“我们为用户提供一个安全的绿洲,以满足他们对社交网络、信息共享、娱乐、卫生和健康以及为人父母等方面的需求,这些需求还没有被更广泛的社会的一般商业环境完全解决。”耿乐在招股书中写道。

截至2020年第一季度,Blued在全球有超过4900万注册用户,覆盖210多个国家和地区,平均月活用户600万。其中,海外月活用户数占比超过49%,

已经是印度、韩国、泰国和越南等国家和地区最大的在线LGBTQ社区。

7月8日晚,蓝城兄弟(BlueCity)正式在纳斯达克挂牌上市,股票代码为“BLCT”,发行价为16美元。7月9日,收盘价为23.43美元,较发行价上涨46.44%,以收盘价计算,市值为8.35亿美元。

在新闻稿中,蓝城兄弟表示,在纳斯达克成功上市,一方面为全球粉红经济的前景打开了想象空间,另一面则是蓝城兄弟在LGBTQ社群20年的探索 and 深耕。

为公益注入更多力量

在以商业手段为LGBTQ社群服务并获取收入的同时,淡蓝公益以公益的方式为社群提供的服务并没有停止,反而不断壮大。

2017年,淡蓝向社会组织参与艾滋病防治“母婴阻断公益行动”捐款100万元。

2019年,中国预防性病艾滋病基金会淡蓝公益专项基金成立。

2020年,上市当天,蓝城兄弟宣布再次向“中国预防性病艾滋病基金会淡蓝公益专项基金”捐赠100万元,旨在推动艾滋病防控与促进LGBTQ人群的健康。

作为公司内部负责防艾和社群服务工作的淡蓝公益团队,目前服务范围已经涵盖了互联网干预、同伴外展活动、志愿者能力建设和培训、艾滋病检测咨询、感染者关怀等领域。

具体来说,淡蓝公益和全国多个具有影响力的防艾公益机构合作建立了检测点,帮助感染者接受抗病毒治疗。

“快乐检”预约系统收录了7000余个国家艾滋病自愿咨询检测点信息,让用户可以方便的找到离自己最近的检测点,并帮助全国多个城市建立线上预约、线下检测的新型工作模式。

面向青年人群,淡蓝公益推出了“青春零艾滋”活动,推动艾滋病防治知识普及和干预。

与此同时,多个防艾公益机构入驻了Blued公益平台,为用户提供防艾咨询。

淡蓝公益还参与相关部门和学术机构组织的科研活动,先后承担了国家科技重大专项、国家自然科学基金、北京市科委的研究性项目。

此外,淡蓝公益在北京地区有约累计300名志愿者,从2008年至今已累计贡献约3万余小时公益时长,为青年人群提供免费的健康咨询服务。

商业反哺公益已经成为一种现实。“我们不仅仅是一个商业企业。我们的商业运作是我们与世界接触的门户,也是通过消除歧视推动社会进步的温和力量。”耿乐在招股书中写道。

不论是商业还是公益,最终受益的是机构所服务的人群,这或许是淡蓝成功的主要原因。“我们为用户提供全生命周期服务。”耿乐在招股书中强调。