

►藍城兄弟創始人、董事  
長兼CEO耿樂  
受訪者供圖

小眾網站走到國際App  
為邊緣群體開一扇窗



全球粉紅經濟第一股——藍城兄弟（BLCT），今年7月8日在美國納斯達克掛牌上市。一個因互聯網而生的創業神話背後，更是邊緣群體的開始受到關注。藍城兄弟創始人、董事長兼CEO耿樂對《大公報》記者直言，外界從反對抵觸到逐漸包容理解，再到尊重友好，創業20年一步步為LGBTQ（性少數群體）尋找歸屬感的過程，折射的是中國愈加開放、包容，未來希望藍城兄弟在不斷發展商業價值的同時，煥發更多社會價值。

大公報記者 孫志 任芳韻

2003年4月1日，首位公開自己特殊性取向的一代巨星張國榮，因抑鬱症跳樓身亡。耿樂形容當年初聞消息時的震驚，至今記憶猶新，相似的體驗也曾令他極度壓抑苦悶。

20年前，「同性戀」是一個難以向人提起的字眼，LGBTQ只能把真實的自己「深深藏在櫃子裏」，但改變正在潛移默化的發生着。耿樂2000年從警校畢業，成為了秦皇島市的一名警察。那個時代，他對於自己的性傾向感到迷茫，只能在網絡上記錄心情，試圖讓那些可能與自己一樣的人看到，藍城兄弟的前身淡藍網由此而生。

### 推動反歧視 撕掉社會標籤

網站雖小，卻像是一束光照進了那個「孤獨年代」，淡藍網憑藉「同志」相關時事資訊、小說文章、文藝作品、個人心情日記等內容，吸引了首批讀者。「我想在互聯網上給性少數群體打開一扇窗，找到自己的朋友和歸屬。同時也讓公眾通過這樣一扇窗口來了解他們，讓他們能夠平等地生活在陽光下。」這便是耿樂創業的初心。

然而，要把網站營運下去並不容易。進入千禧年之後，LGBTQ雖已不是犯罪和病態，但依然背負着「濫交」、「愛滋病（HIV）」、「不道德」的包袱。受當時網絡信息監管政策影響，淡藍網多次被關閉。耿樂談到，即便在困境之下，淡藍網也始終在LGBTQ群體中維繫着認同，並積極嘗試向外界傳遞LGBTQ群體的聲音。2007年，淡藍網上線了交友平台「BF99」，借助交互體驗，迅速成為垂直社群用戶量最大的交友網站，為LGBTQ找到同伴提供了重要入口。

新華社在2008年發表了一篇介紹中國LGBTQ的外文報道，成為了轉捩點，其中更談及了淡藍網。這是耿樂第一次在中國主流媒體上，看到關於同性戀的正面報道，之後淡藍網面臨的社會環境大為改善，他也帶領團隊從秦皇島到了北京，尋找更好的發展。

為了撕掉HIV在男同性戀身上的標籤，2012年，淡藍網開始與相關部門合作，促進檢測工作順利展開，普及預防愛滋病知識，推動HIV反歧視工作，短期內取得了巨大成效。

### 全球用戶5400萬 海外佔49%

移動互聯網時代也為淡藍網帶來新發展契機。藍城兄弟同年推出的Blued APP，短短幾個月的用戶量便達1200萬個。3年後，公司開啟國際化布局，推出Blued國際版。目前，藍城兄弟產品與服務覆蓋全球210多個國家和地區，全球註冊用戶超過5400萬個，海外活躍用戶佔比49%。公司全球員工逾600人，在海外8個國家和地區設有辦公室。

在今年中概股回歸和美國政府對中企上市收緊的背景下，藍城兄弟在美國納斯達克掛牌上市，上市首日收盤大漲46.44%。耿樂表示，未來將進一步深耕拉美等國家和地區，因當地用戶規模、密度和消費能力均很強勁。他續稱，未來還將招聘更多國際化人才，推動海外市場發展。

耿樂和藍城兄弟20年的故事，是一個勵志的中國故事。耿樂認為，經過20年的積累和沉澱，對LGBTQ群體的了解和認知，已成為公司隱形的寶貴財富。「希望藍城兄弟的上市，可以給更多人力量，讓他們有勇氣面對自己，面對這個紛繁的世界，勇敢追尋自己的內心和美好的未來。」



▲2000年，「淡藍色的回憶」悄悄上線，起初是一個記錄心情的個人網站，之後快速發展成為內地領先的垂直社區 受訪者供圖

## LGBTQ與粉紅經濟

「話你知」 LGBTQ是女同性戀者（Lesbian）、男同性戀者（Gay）、雙性戀者（Bisexual）、跨性別者（Transgender）、酷兒（Queer）、間性人（Intersex）、無性戀（Asexual）及以上未提及的其他性少數群體的統稱。LGBTQ可泛指所有非異性戀者。粉紅經濟是基於LGBTQ群體文化和需求所產生的經濟模式。



## 藍城兄弟兩大業務板塊

### 商業板塊

- 1、Blued移動應用是藍城兄弟的主要產品，是其旗下各平台和服務的一站式終端，使廣大用戶享受到包括社交娛樂、視頻直播、健康相關和家庭計劃在內的便捷和安全的服務
- 2、荷爾健康是藍城兄弟旗下專注男性健康領域的健康服務平台，提供便捷、專業的互聯網健康服務
- 3、藍色寶貝為用戶提供個性化的家庭計劃諮詢服務
- 4、LESDO（樂Do），是中國領先的女性垂直社區
- 5、翻呔（Finka），是中國領先的、面向男性的垂直社交應用

### 公益板塊

淡藍公益是藍城兄弟旗下企業社會責任平台，利用互聯網優勢，提供愛滋病防治等健康公益服務

## 商家每投入1美元 回報180倍

### 投資者說

國宏嘉信資本參與了藍城兄弟「C+輪」融資，其創始合夥人冼漢迪指出，隨着社會對LGBTQ人群的認識和包容提升，越來越多LGBTQ人群願意表達自己的需求，展現優勢和能力。他引述相關數據稱，2023年，全球LGBTQ人口將接近6億，用戶APP使用活躍度高、消費能力強，作為全球最大垂直社群和最懂用戶需求的藍城兄弟，未來發展可期。

「從1到5400萬用戶，我們見證了藍城兄弟團隊創下的一個個里程碑，並在今年登陸美國納斯達克成為全球粉紅經濟第一股。20年來堅持做好一件事，並且做到極致是非常不容易的。」作為創業過來人，冼漢迪認為，作為全球第一家上市的同性社交軟件，藍城兄弟為垂直人群提供多元化服務和溝通交流平臺，同時在防治愛滋病領域積極開展公益活動，獲得有關部門的高度認可。對於未來發展布局，耿樂也透露，大健康板塊將成為第二個增長曲線。

LGBTQ的消費力不容小覷。研究報告指出，截至2018年中國LGBTQ潛在消費能力達5410億美元，商家在LGBTQ每

投入1美元，就會獲得180美元回報，比異性戀高4至5倍。

「多數LGBTQ者沒有家庭、沒有孩子，他們的消費能力更高；加之LGBTQ更容易被歧視、被邊緣化，他們需要用更優秀的事業、更好的收入來證明自己價值，所以生活得更小資，更有消費慾望。」耿樂分析說。

### 藍城用戶黏性高

2016年，Blued在內地業務實現全年盈利。2017年，京東、天貓、淘寶等品牌開始投放廣告。2018年，陸續推出會員增值、面向男性消費者的內容電商、短視頻、遊戲聯運等新業務。藍城兄弟財報顯示，2020年第二季度總收入2.474億元人民幣，同比增長32.2%。耿樂介紹，Blued的直播收入佔總收入80%左右，總付費用戶較去年大幅增長58.5%。

美國老虎證券和香港AMTD尚乘國際等知名機構研究報告均認為，藍城兄弟旗下終端Blued是中國最大的LGBTQ垂直社區，同時在全球範圍內顯現出強大影響力，其產品和服務對於LGBTQ用戶具有特殊吸引力，表現出高黏性和高購買力，建議給予「買入」評級。

## 藍城兄弟融資情況

時間	階段	融資金額	投資者
2013年8月	天使輪	300萬人民幣	上海中路資本
2014年2月	A輪	數千萬人民幣	清流資本
2014年10月	B輪	3000萬美元	順為資本、DCM
2016年4月	C輪	數億元人民幣	Ventech China領投，香港新世界集團、BAI和DCM跟投
2016年7月	C+輪	數千萬美元	嘉御資本領投 國宏嘉信資本跟投
2017年12月	D輪	1億美元	鼎暉投資領投，UG資本跟投

公開資料整理

## 防治愛滋病 民間組織作用大

### 消除歧視

對於耿樂來說，印象最深的一次經歷，莫過於在2012年11月26日，作為11家民間防治愛滋病（HIV）組織負責人之一，在衛生部受到時任國務院副總理李克強接見，並被安排在第一個與總理握手。

「總理說不想聽大家表揚政府，只想了解大家的問題和困難，然後政府怎麼能夠幫助大家把事情做得更好。」耿樂在介紹公司的過程中，總理直接問詢：「你們有什麼困難嗎？」

耿樂談及，最大的困難是社會對LGBTQ存在歧視，HIV只是一種傳染性疾病，並非同性戀專屬，異性戀感染的基數整體比例更大。「得了HIV，只是因為當時沒有保護好自己，與道德無關。」

李克強表示，要發揮好民間社會組織的作用，在防治HIV領域，社會組織的作用有着特殊、不可替代的作用。HIV防治不僅是疾控部門的事，而是需要全社會動員起來一起去宣傳，讓社會消除歧視。

## 公益走向國際 推廣互聯網防控

### 社會責任

每年的12月1日，是世界愛滋病日（內地譯愛滋病）。今年，藍城兄弟旗下男性健康服務平台荷爾健康推出了青春無艾計劃，從「安心檢測艾無憂」、「科學防艾安全愛」、「男性健康好物推薦」三個維度，全方位針對愛滋病毒（HIV）防治推出了系列專項服務、防愛知識專題、防愛工具和優惠權益，並提供免費HIV檢測服務。

2012年，耿樂找到北京市昌平疾控中心，開始了HIV宣傳與防治方面的合作。「我剛到那裏，還擔心被歧視，但疾控中心的官員

見到我很開心，希望我們動員LGBTQ去做HIV檢測。我們就不斷的在網頁上掛宣傳廣告，第一次組織了20多個網友去，結果檢測出好幾例。」近年來，藍城兄弟陸續與全國各地的社區合作夥伴，建立覆蓋全國的檢測網絡。旗下企業社會責任平台淡藍公益推出的軟件「快樂檢」，可通過定位找尋離自己最近的公益監測點進行預約，只需留下手機號碼，甚至無需實名，極大保護了檢測者隱私，也解決了過去目標人群難尋的困難。

此外，Blued代表中國科技企業和公益組織，走向國際公益領域發聲，多次在聯合國

高級別會議和世界愛滋病大會上，分享「互聯網+HIV防控」的理念和實踐經驗。還與「一帶一路」國家疾控部門合作，指導其利用互聯網對HIV進行防控。今年7月8日在美國上市當天，藍城兄弟宣布再次向中國預防性病愛滋病基金會淡藍公益專項基金，捐贈100萬元人民幣，旨在推動HIV防控。

「我所理解的企業社會責任，是一家企業在明確價值觀追求後，具體落實時系統化的呈現措施。藍城兄弟期望能夠通過具體行動，帶動更多的善意，激發更多的潛能，幫助那些真正需要幫助的人。」耿樂表示。

### 藍城兄弟近兩年營收表現

（億元人民幣）

