

媒说

据说

110

工业和信息化部部长苗圩9日表示,工信部启动智能制造试点示范专项行动1年多来,已有110个项目入选试点。2017年将进一步扩大范围,在全国推广有效的经验和模式。苗圩说,制造业是各类资源要素最集中的领域,无疑是供给侧结构性改革的主战场。必须强化创新的引领作用,推动制造业迈向中高端,实现由大变强的历史跨越。

3500万

公开数据显示,中国有3500万程序员,位居世界第一,而薪酬大致是美国的五分之一,与印度相当;中国人口基数庞大,且语言单一,较少有宗教和文化的阻隔,利于市场推广和变现,有独角兽生长的土壤。

328

最先感受到“凛冬将至”的,是那些在互联网产业一线拼杀的企业。数据显示,2016年二季度互联网行业VC/PE融资案例328例,融资规模仅37.79亿美元,融资数、融资规模同比双双下滑,融资规模不到今年一季度87.23亿元的一半。

1万亿

在消费升级驱动下,中国消费者的全球性需求正在爆发增长。数据显示,2014年,中国出境游消费规模已经达到1万亿。从2007年到2015年,不到10年时间,中国赴美生子人数飙升120倍,2008年到2013年,6年时间,个人投资海外房产规模增长150倍,达到150亿美元。

23141.94亿元

中国电子商务研究中心近日发布的《2016年(上)中国网络零售市场数据监测报告》显示,今年上半年中国网络零售市场交易规模达23141.94亿元,相比2015年上半年的16140亿元,同比增长43.4%。其中,跨境电商、农村电商、移动电商成为拉动网络零售增长的三驾马车,继续高速发展。

# 警惕校园贷推广渠道隐形化

在银监会出台治理校园贷的“五字方针”后,据媒体报道,趣店集团宣布已暂停校园地推业务,今后将专注于消费金融业务。不过,在一些平台加速转型的同时,部分高校在9月开学后仍不难看到校园贷的宣传广告。

校园贷在推广渠道、形式上的隐形化趋势,更为值得警惕。所谓的隐形化主要是线上化,即减少校园地推,转而通过QQ、BBS、贴吧等社交软件或平台进行业务推广,这种现象在9月高校开学后被反映较多。

首先,应该认识到,在国内资产荒的大背景下,资金出口有限,校园贷产品的流行有其必然性。这一现实逻辑决定了,校园贷渠道的隐形化有充足的内在动力,因此,也需要

我们报以充分警惕。货币宽松、实体经济投资低迷造成国内的资产泡沫高企,大量的资金找不到好的投资出口,使得优质的投资出口备受争夺。在一定程度上,大学生群体就是这一争夺战的牺牲品。借贷平台运营的关键在于风控环节,其中最重要的是贷前风控,即寻找优质的投资标的。大学生群体比较特殊,借贷平台之所以很少做贷前的资信调查,是因为大学生背后的家庭财力为他们提供了天然不成文的担保,最终的违约风险较小,这实际上促使校园贷平台视大学生群体为“优质的资产端”。

其次,渠道隐形化之后,校园贷市场的参与者可能更多的是一些小平台。此类平台较大平台整体规范度更差,平台运营成本更高,线上化之后,风控

手段也会更加不受制约。网贷之家的数据显示,纯P2P学生网贷平台年化借款利率普遍在10%-25%之间,分期付款的购物平台要更高一些,多数产品的年化利率在20%以上,此外还有隐性费用。高利率在很大程度上是由平台的运营成本决定的。去年以来P2P平台的大面积死亡,根本原因就是成本高昂、入不敷出。像分期付款这种贷款,如此高的利率、如果还款期限较长,很可能超出借贷学生的还款能力。

不合理、不规范的校园贷具有恶劣的社会影响。也造成一些极端恶性事件,例如今年3月9日,郑州21岁大学生因无力偿还60万元网贷跳楼。这种事件对家庭的严重伤害、对社会的负面影响经由媒体的报道被放大,是直观可见的。此外,

校园贷泛滥对于借贷学生群体造成的潜在、长期的负面影响也不容忽视。对没有稳定收入的学生而言,一旦过度透支成为个人习惯,就会扭曲其尚未成型、稳定的财富观乃至人生观,对学生未来的社会生活造成影响。

总体而言,大学生作为一个特殊群体,由于年龄较小、社会经验匮乏、尚未实现经济独立等原因,普遍缺少必要的自我管理能力和理性成熟的消费心态。对于校园贷推广的隐形化趋势,监管部门应该加以重视,一方面要加大助学贷款投放力度,避免一些穷困家庭的孩子被迫选择高息的校园贷;另一方面,在监管中要加大技术手段的利用,对于不合规范,特别是风控环节过度依赖贷后手段的校园贷,予以坚决打击。

话题

面孔

## 设立电竞专业,欠考虑还是“钱”考虑

9月6日,教育部发布《普通高等学校高等职业教育(专科)专业目录》2016年增补专业,确定了13个增补专业。其中包括“电子竞技运动与管理”,属于教育与体育大类下的体育类。新增专业适用于高等职业学校,将于2017年实行。

这两年电子竞技的火爆,大家有目共睹。设立相关的电竞专业,也可以说是与时俱进。但这个新兴的产业是否已经足以支撑一个专业学科的建设,恐怕还需要打个问号。

同样得益于互联网技术和计算机科学的发展,去年市场规模达到16.2万亿元的电子商务,在上世纪90年代起步后,经过近十年的发展,直至1999年华侨大学才开始招收电子商务专科生。

教育部高教司于2000年底和2001年初分两批批准了厦门大学、中国对外经贸大学等13所普通高等院校试办电子商务本科专业,培养电子商务人才。相比之下,时下的电竞产业似乎还不足以支撑制度化、批量化的培养模式。

电子竞技于2003年经国家体育总局批准,成为我国正式开展的第99个体育项目,2011年被重新定义为第78号体育运动项目。也是在这一年,首富之子王思聪的杀入,带动了电竞行业逐渐升温直到火热。

过去几年,曾经的“网瘾少年”摇身一变,成为电竞明星,年收入动辄上千万元;电竞比赛也不再被边缘

化,从闹哄哄的网吧搬到了豪华气派的体育场馆;越来越多的电竞爱好者被包装为明星“主播”……这一切都让电子竞技赚足了眼球与热钱,伴随着越来越多的资本入局和泛娱乐化的加快,2015年国内电竞市场整体规模达270亿元。但对于一个真正火爆的产业而言,这个数字仍旧微不足道。更何况,电子竞技在中国市场的声势,几乎是靠手握资本的大佬用钱堆起来的,目前为止依然没有成熟的变现模式。即便是赚得盆满钵满的王思聪,也是借着电竞之名,通过明星选手经纪与直播平台热闹了一场并圈了些钱罢了。

放眼全球,电子竞技都不能被算做一个庞大的产业。荷兰市场研究公司Newzoo发布的《全球电竞增长报告》显示,2015年,全球电竞市场收入达到3.25亿美元,2016年,这一数据有望增长43%至4.63亿美元。

眼下的中国电竞产业,仍处于蹒跚学步的阶段,管理混乱、从业者收入两极分化,发展状况几乎可以用畸来形容。国之大计,教育为本。急于追赶市场热点,设立这样一个专业,是否有些操之过急?教育大计,又以教师为本。若没有严谨的培养机制和充沛的师资力量,空谈电竞人才的培养,是否也有圈钱之嫌?

一句话,电子竞技有风险,专业设置需谨慎,望三思。

## 实体零售转型 催生返利网站新商机



经历了十年的发展,返利类型的网站似乎仍旧不温不火。以返利网为代表,行业内为数不多的几个玩家几乎占领整个返利市场。在返利网创始人兼CEO葛永昌看来,传统线下消费体验是电商平台短期内不可替代的,实体零售将是返利网站重点布局的领域。不过,葛永昌也坦言,消费者在寻求返利的过程中不得不面对多个App之间切换的情况,用户体验并不完善,这也是未来返利网探索改善的重要方向。

话说

### 互联网教育3年后盈利爆发

“如今,互联网教育还未达到规模效应,今年探讨是否盈利没有意义,未来两到三年,如果产品能为用户创造价值、同时有用用户黏性,公司一定会盈利。”——51Talk CEO 黄佳佳

### 移动出海有助于文明输出

“互联网出海是高级形态的经济出海,有助于推动文明输出。中国制造的出海路,一开始是卖初级产品,然后是工业产品,现阶段是软件和网络品牌的输出,比如微信、唱吧、映客、今日头条出海,这会强化品牌效应,带动世界对中国高科技水平的认知,提高中国商品的议价能力。”——梅花天使创投创始合伙人 吴世春

### 特许经营最核心是供应链

“特许经营最核心的是供

应链,这是企业的生命力,连锁企业的产品和模式以及管理团队等都较容易复制,但完善的供应链才是产品持续保持优质水平的基础。而随着技术手段的进步以及后台供应链的逐渐完善,品牌商对加盟商的管控能力大大增强,新一轮特许热潮正是建立在完善供应链基础上的加盟,因此更具生命力。”——中国食品业评论员朱丹蓬

### 餐饮品牌成线下流量入口

“随着中国成为全球第二大经济体,中等收入消费人群日益壮大,并开始追求品质生活,品牌在消费者心中的影响力和作用也显得越来越重要。而好的餐饮品牌会成为巨大的线下流量入口。餐厅已逐渐被赋予越来越多的职能,它将成为社交场所、娱乐场所、文化场所等。”——正和岛投资创始总裁 陈里