

媒说

“数字货币”引通胀? 没有纸币过量发行可怕

中国人民银行官网发布的直属单位印制科学研究所2017年度人员招聘计划显示,拟招聘6名专业人士进行数字货币研发工作,这使得数字货币再次成为热点。有部分舆论认为数字货币时代到来,纸币将消失等等。

对此,一位参与过数字货币研究的央行前官员告知笔者,对于数字货币,央行也是在研究阶段,能不能普及还很难说。

事实上,央行研究数字货币或受比特币等虚拟货币及支付宝等第三方支付发展的影响。而现实中的货币,比如纸币、硬币根本不可能消失。

现在,一元钱的货币表现形态是一元纸币和金属货币,未来央行发行的一元币就是以加密算法为基础的数字货币,类似于虚拟货币,不过,央行发行的数字货币也将会是法定货币,有国家信用背书。而比特币、Q币等

其实不是货币,没有国家信用为其背书。

央行副行长范一飞曾撰文表示,中国法定数字货币的运行框架倾向于“中央银行-商业银行”二元模式——中央银行负责数字货币的发行与验证监测,商业银行从中央银行申请到数字货币后,直接面向社会,负责提供数字货币流通服务与应用生态体系构建服务。

这跟纸币进入流通领域相差不多。央行发行数字货币也是通过向商业银行贷款、再贷款或其他形式将数字货币借给商业银行。商业银行通过发放数字货币贷款,或者客户自愿将账户中的人民币按照1:1兑换部分数字货币。

央行可能不会随便发放数字货币,其发行依据跟现在发行纸币的依据一样。最有可能的方式是,各家银行用现有的实物货

币跟央行兑换等量的数字货币。否则,央行会非常少量地增发数字货币,与防止通货膨胀来说,数字货币试验的作用要小多了。

不过,用数字货币最大的受益者是央行,因为无论纸币或硬币,都是有成本的。纸币的印刷比一般出版物要高,而硬币成本更高。一般来说,一元硬币跟实物价值等价,当通货膨胀严重的时候,一元硬币制造实际成本可能会是纸币计的两三倍。

因此,丹麦等北欧国家本身就限制现金使用,主要是考虑成本,还有反洗钱和监控、降低逃税,减少非法交易等原因。而我们研究数字货币,也实属必要,包括美联储等很多国家央行都在研究或关注数字货币。

那么,数字货币发行会不会导致严重的通货膨胀?

答案是不会。现在流通的货币假设是100元,央行的数字货

币将发行100元等价替换掉。当然,数字货币发行后,会加快货币流通速度,货币乘数理论上可能会变大。但考虑到前期,数字货币仅限于试点,短期内不会大量发行和全面推广,这点变化也可忽略不计,因此,数字货币根本不会引发通胀。

事实上,引起通胀最大的根源还是来自传统纸币,央行前不久公布今年十月底的数据:10月末,狭义货币(M1)余额46.54万亿元,同比增长23.9%,增速比上月末低0.8%,比去年同期高9.9%。M1是极易变成流通中货币的,M1自下半年来一直保持20%以上的增速,通胀压力巨大。如有人想制造假币一元的金属货币,用同样的材料制造,除去设备外,你亏损多少,实际通货膨胀率就是多少。

如此说来,吓人的不是数字货币,而是纸币。 ■据新京报

据说

570万

据初步统计,近年来,过去从农村流向城镇的农民工、高等院校毕业生、退役士兵等人员返乡创业创新人数累计达570多万人,其中农民工返乡创业累计450万人。同时,过去居住在城镇的科技人员、高等院校毕业生等人员约130多万人下乡创业创新。

1000

11月30日,国家旅游局发布消息,与农业部联合印发了《关于组织开展国家现代农业庄园创建工作的通知》,决定在全国国有农场范围内组织开展国家现代农业庄园创建工作,计划到2020年将建成1000个国家现代农业庄园。

2000 亿元

根据易观智库的预测,2015年中国服务机器人市场规模大约在82亿元左右,2016年将增长至140亿元左右,而2017年市场规模将突破2000亿元。

70%

在离监管期限只剩9个月之时,成功接入银行存管的平台占比不到5%。在分析人士看来,银行存管门槛高、耗费成本大,并且从筹备到正式上线最短也需要半年时间,预计将有七成的网贷平台难以跨过银行存管这道坎。

8.6%

伴随着去产能政策带动传统行业强势复苏,工业企业利润扭转下滑局面。国家统计局11月27日发布数据显示,前10月工业利润增长8.6%。

话题

逻辑思维退出papi酱 网红经济不行了吗?

据报道,逻辑思维已与著名网红papi酱分手。记者调查发现,早在今年8月29日,papi酱所在的公司春雨听雷在股东一栏里就去掉了逻辑思维的投资经营主体北京思维造物投资管理有限公司。

因为逻辑思维的退出,papi酱的唱衰论再度浮出水面。这倒不稀奇,从那场高调而又奇怪的拍卖之后,papi酱尽管努力保持低调,但媒体和围观者对2016年第一网红的耐心,好像一夜之间耗尽了。

逻辑思维的退出事件本身其实并不值得被过度解读。逻辑思维并非投资机构,一家成长中的创业公司因为业务布局退出了另一个更早期的创业项目,这事并不能证明谁输谁赢。但借舆论烟火,我们可以顺势来理解papi酱这一年和背后光鲜又难以理解的网红经济。

papi酱是一个怎样的创业项目?

papi酱为代表的模式,是所有资源维系于一身的明星模式。papi酱一个人就代表了项目的全部核心价值:优质的内容生产能力和粉丝认知度。而商业模型的设计中,要最大限度规避不确定性的风险。所以,papi酱的个人属性既是核心价值,也是其能否成为一个商业项目的不确定因素。

现在,网红的生产普遍有两个套路:一是将网红尽可能地符号化、象征化,如王尼玛、天才小熊猫等等,使得IP价值不会随着个体的流动而一夜尽

失。二是从个体网红发展成为标准化的网红制造公司,打造一个有特征的流水线网红公司。

papi酱发展至今的关键词是两个,短视频、papitube。前者决定了papi酱始终都是一个内容创业者,而后者,正是papi酱试图往流水线化运作的尝试。

从短视频的角度看,papi酱努力将自己打造成一个高度符号化的形象,但现在效果并不明显。至于其流水线化运作的papitube,运营至今,除了吸纳了一大批普通的papi酱风格模仿者之外,也并没有实现流水线的标准化生产。

必须指出,截至今天,仍然不能轻易为papi酱的尝试下定论。从此前papi酱在媒体面前的低调、对直播的排斥和其经纪人反复表态需要给papi酱留下创作时间空间等方面看,papi酱依然无愧“网红界一股清流”的称号。对个人形象的克制使用和保持健康,才是网红经济不成为一锤子买卖的关键。

投资项目是一个逻辑,但很多时候,早期风投投资的其实是个人,不管papi酱的短视频、papitube将来会发展到什么程度,papi酱的创意能力、个人品牌和探索中的付出无法抹杀。从这个意义上说,在借势营销的因素之外,资本投资papi酱,是着眼未来,而非当下。网红经济到底能走多远,papi酱或许也是一个值得观察的标本。

面孔

物联网入口很难垄断



手机普及后物联网似乎已被视为下一个市场机会。科大讯飞轮值总裁胡郁认为,手机并不是万物互联中唯一接触到的终端,人们和电视机、智能家电、车载产品、机器人、玩具之间面临着许多新情况,这些情况并非手机可解决的。作为物联网时代重要技术支撑的人工智能(AI)也决定了新入口并非只有一个。

胡郁认为,拥有巨大的用户数量也并不是物联网时代迅

速占领市场的优势。手机这样的平台是巨头才有利的领域,除了手机以外的智能硬件领域,不会对流量有依附感,产品多样性也会带来更多的创新。

他表示,真正的创新是从理论出发的,人工智能不应太封闭。“当前,交互形式在发生改变,手机设备中千篇一律地使用触摸屏,但是在汽车、家电、穿戴设备中并没有屏幕的依赖,语音也因此成为最为显著而自然的交互手段和入口”,胡郁说,对于下个交互拐点,科大讯飞的观点是“语音和语言入口的认知革命”,目前,语音技术的发展已经可以做到交互和后台都更加个性化。

胡郁同时强调,靠流量和手机这种单一产品已经不能形成直接入口,但语音交互也不会使物联网时代的入口单一。

话说

商业模式创新在互联网+

“现在的技术拐点和商业模式的创新都在互联网+上,而互联网的作用还没有完全发挥出来。我们选择投资战略时表示,首先会选择政策方向影响小一些的行业,其次是行业发展空间要大,最后就是要和实业结合。”——联想控股董事长柳传志

选择投资的创业者看两点

“如何选择要投资的创业者时,第一就是要真诚,不是忽

悠一笔钱就完;第二,创业者的创造力能让自己感到震撼和心跳加速,要能改变一些东西。”——真格基金合伙人王强

不能把高品质等同于高端

“未来将增加高品质产品和服务供给的应该还集中在日常诊疗、体检和医疗旅游等方面。不能把高品质完全等同于高端,高端医疗一般是指价位高昂的一对一服务,而高品质则更加强调医务人员的专业性。”——好大夫在线创始人王航