

今日评

无底线大V被封,娱乐资本化不会收场

当人们还在探讨卓伟、全明星探等八卦大咖被封的时候,一批娱乐公众号于6月8日下午陆续被封。一份网络流传出来的名单显示,这次被封的娱乐公众号有25家,其中不乏有毒舌电影、男人装、严肃八卦等娱乐公号。

无数次“周一见”的惊喜证明了八卦消费品的强大市场。将明星八卦包装成充满看头的娱乐消费产品,借由微博等社交软件进行专业系统化传播,以@全明星探、@名侦探赵五儿、@长春国贸为代表的八卦官微大V找到了自己的生财之道。

广告、电商、社群经济和付费阅读,是如今自媒体变现的四种主要方式。和很多文化影视产品过多依靠前两者不同,八卦产品在后两者的优势更加

明显。比起单一的粉丝经济,八卦的社群经济受众面更广,付费阅读的潜在消费者更多,卓伟的付费问答就是最好的案例。

有高度垂直的领域、有电商和IP潜质,是资本喜欢的两点特质。作为圈里知名的八卦大咖,“关爱八卦成长协会”微博粉丝近500万,早在2015年就谈到1000万元融资,创始人曾表示他们自己也会做投资,比如为丰富自己的产品线投了一家小型漫画公司。

智能手机带来的注意力转移造就了八卦产品新的疯狂。具有特色的自媒体内容估值已高到令人咋舌。2016年7月底,微信公众号“毒舌电影”完成了由BAI领投的A轮融资,估值3亿元。不过背后的投

资者更愿意把自己的投资逻辑归纳为“文化驱动消费升级”。

投资者似乎忘了能驱动文化升级的只有高质且有营养的消费品,而现实中大量充斥的却是“堕落类”也就是所谓“杀时间”的低层次消费品,他们并不会为消费者提供智慧知识,相反他们只负责满足猎奇窥探公众人物隐私的需要,并且不负责辨别真伪,甚至为了博眼球以假乱真。

目前资本偏好内容行业,或许只是避险需求。因为O2O和P2P等行业的投资价值正在下降,资本需要一个避风港。如果没有持续有竞争力的内容供应,投资的窗口期可能并不会太长。

不过,资本出手向来不问“出身”。娱乐俨然成为全民之大爱,成为全社会最大的公共

消费品。人人消费、人人传播,娱乐产业的全民链接似乎比任何产业都直接。

无底线、无原则的消费主义,很容易让人联想到“娱乐至死”。大众文化中的“娱乐膨胀”、“娱乐至死”现象,实际上是庸俗无聊的平面化娱乐消解了文化的精神维度、思想深度、真实性。

波兹曼认为,当前的这个时代是一个娱乐替代一切的时代,“我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿成为娱乐的附庸,毫无怨言,甚至无声无息,其结果是我们成了一个娱乐至死的物种”。

如果资本加持的娱乐经济一直任由吃瓜群众的口味蒙眼狂奔,波兹曼“娱乐至死”的场景一定不会是危言耸听。

■据北京商报

数说

8.75 万亿

中国正在加速进入大资管时代,根据中国基金业协会数据显示,截至2017年3月31日,基金管理公司及其子公司、证券公司、期货公司、私募基金管理机构资产管理业务总规模约53.47万亿元,比2015年底的20.5万亿增长了一倍多。其中私募基金管理机构资产管理规模8.75万亿元。

18.80

中国恒大6月9日晚公告,公司于2017年6月9日作为转让方与受让方签订协议,据此将持有的共15.53亿股万科A股出售予受让方,总对价约为人民币292亿元,每股转让价格18.80元,受让方为深圳地铁。预期将就出售事项产生亏损约为70.7亿元。

10%

继2016年12月做空辉山乳业后,6月7日浑水又宣布做空敏华控股,敏华控股当天暴跌10%,随即停牌。公司名取自“浑水摸鱼”的浑水因长期关注在港股、美股上市的中国公司,被业内冠以“中概股杀手”的名号。截至2017年6月8日,浑水公司做空的中国公司已经有13家。

5000 万

6月5日,同城速递平台闪送对外宣布完成C+轮融资5000万美元,早在今年2月,闪送已经完成了5000万美元的C轮融资,这也意味着闪送在半年之内完成共计1亿美元的融资,但一直没有透露估值。

3

美国哈佛大学与瑞士瑞银集团一份关于中国慈善事业的调查报告显示,2016年,中国大陆排名前100位的慈善家捐款总额是2010年的三倍,高达46亿美元(约合312.7亿元人民币)。

报告认为,“中国慈善事业如今处于壮大、实验和演变的阶段”。

■据新华社

媒说

证监会处罚九好集团 忽悠式重组的券商中介

据新华社消息 中国证监会9日通报,证监会近日依法对5宗案件作出行政处罚。其中,西南证券因在九好集团与鞍重股份重组中未勤勉尽责,被处罚600万元。

农村集体产权制度改革 试点扩容

据新华社消息 农业部部长韩长赋9日表示,今年全国将新增100个县(市、区)开展农村集体产权制度改革试点。

韩长赋指出,各试点县(市、区)要认真实施农村集体产权制度改革试点,全面开展农村集体资产清产核资,并加强农村集体资产财务管理。同时,在成员身份确认的具体程序、标准和办法,将经营性资产折股量化到本集体成员的具体方式和途径,赋予农民集体资产股份权能,农村集体经济有效实现形式以及多种形式发展壮大农村集体经济等五方面进行探索。

上线“土豪金”单车 酷骑苦刷存在感

据北京商报消息 还未正式亮相就因太“闪”而刷屏,酷骑单车“土豪金”外观的新款单车日前赚足了眼球。在摩拜、ofo双雄当关的态势下,把车身“营销”作为主要盈利手段的酷骑单车以及众多共享单车创业企业可谓锲而不舍。此外,这款6月8日现身微博微信的“土豪金”酷骑还有智能语音、自动调节车座、能充电等“高大上”功能,消费者是否买账,市场拭目以待。

面孔

给垃圾贴上二维码,这家公司获政府千万购买服务

2008年,绿色地球环保科技有限公司在成都注册成立,起因是“几个有国外生活经历的年轻人实在看不下去国内的垃圾围城了”。他们来到成都,谋划一件事,采用“扔垃圾—攒积分—换礼品”的路子践行垃圾分类。

“垃圾换积分”是受到美国再生银行模式的启发。绿色地球在成都试点再生银行模式,自然需要设计一个“中国版”。它将银行卡改成了积分账户,消费折扣则变换为兑换礼品。有的商家会将绿色地球平台视为其商品推广和下沉的渠道,低价甚至免费提供部分新品。这样的好运气不多,对绿色地球来说最快捷的方式还是自己采购礼品。

绿色地球的扔垃圾方式和传统的很不一样,扔垃圾也搞实

名制。“这是至关重要的一环。”绿色地球合伙人汪剑超说。绿色地球为参与垃圾分类的住户开设积分账户,如今还给每个家庭发了用于身份识别的专属条形码。

“贴上二维码后,垃圾就是私人财产了,我们要尽可能帮用户保管好。”汪剑超说。从小区垃圾箱运往分拣中心这一环,绿色地球坚持一定自己来做,一来防偷盗,二来可回收垃圾与其他垃圾绝对不能混——它们对于垃圾分类成效的影响至少与实名制同等重要。

2014年,绿色地球已实现盈利。一年后,它又获得2000万元成都市政府购买服务,试点覆盖面进一步扩大。最近两三年绿色地球的收入构成中,



汪剑超

政府购买服务占一半以上。

截至今年5月20日,绿色地球垃圾分类试点已覆盖成都597个小区,20.76万户家庭,回收可再生垃圾1.11万吨。

■据中国企业家网

话题

下一代智能生活,“管家”是音箱、家电还是手机

每年举行的亚洲消费电子展(Asia CES),一直是中国最具活力的消费电子创新阵地。在6月7日至9日举行的展会上,结合了人工智能的“万物互联”已经从工业界走向实用化,智能生活离我们越来越近了。

“在家里,简单一句话就可以听歌、查天气、操控家电;开车时,用语音指令就可以导航、打电话、收发信息……这都极大地节省了人们的时间。人工智能正通过逐步植入消费电子产品进而改变我们的生活,让人更自由、更舒适。”语音识别及语言处理技术公司云知声IoT副总裁陈吉胜说。

不过,未来我们到底是通过

手机、家电还是音箱来“命令”我们的智能设备,主导智能生活,似乎“入口”还不太清晰。例如,从按键、到鼠标、再到智能手机触摸屏,随着技术的发展,人们渐渐发现,通过“语音”来沟通,成为了人机交互的新范式。

前不久,苹果推出了自己的家庭智能音响HomePod,正式与亚马逊的Alexa、谷歌的Home形成正面竞争。在国内,智能音箱也在遍地开花,展会上京东、出门问问等企业,也都发布了各自的智能音箱产品。不过,似乎国内还未出现一款火爆的“现象级”产品。

在本届亚洲消费电子展上,长虹等老牌家电厂商以及苏

宁、京东等互联网企业展示出了自己的智能家居方案:智能冰箱可以识别保质期和一键下单,智能家电可以通过手机在APP上轻轻一点完成开关和调节——手机还有家电本身,都成为可以交流的对象。

专家认为,只有以用户需求为核心,智能家居才会有市场,不能把重点停留在设备及硬件连接上。未来的智能生活可能将又“分散”又智能,获取信息、与“物体”交流的渠道非常多元化。你出现在哪里,你身边的智能硬件,就像一个“管家”一样,可以随时为你的智能化生活升级服务。

■据新华社