

今日评

数说

10%

2017年半年报显示,五大行净利润增速回升,另一方面,随着各地出台多项调控政策,此前表现强劲的个人住房贷款业务增速放缓,从2016年30%左右的增速放缓到10%左右。

20

随着中报季收尾,上半年券商日子如何已可以一览无余。数据显示,29家上市公司合计实现归属于母公司股东的净利润420.15亿元,较去年同期下滑7.68%,仅9家券商净利润实现正增长,20家利润同比下滑。

561 亿元

最新报告显示,2017年上半年,手游市场实际销售收入就达561亿元之巨。但其中近70%占比为腾讯、网易双寡头所垄断。在寡头夹击下,国内上千家中小游戏研发者存在着资本缺乏、推广困难、利润微薄、监管趋严等现实情况。“出海”成了不少中小手游选择的唯一道路。

51.7%

国家统计局、中国物流与采购联合会8月31日联合发布数据,8月份中国制造业采购经理指数(PMI)为51.7%,比上月上升0.3个百分点。专家表示,制造业总体保持稳中向好的发展态势。

9.3 亿

今年上半年我国生产手机总共9.3亿部,同比增长了6.4%。这是记者从8月29日在北京召开的2017(第三届)中国智能终端技术大会上了解到的。

灰犀牛之惑:技术不仅创造了财富,还有泡沫

6月15日,全球最大的奢侈品集团LVMH董事长兼首席执行官伯纳德·阿诺在一次电视采访中指出,几乎每十年就会发生一次金融危机,现在距离2008年金融海啸已近十年。当前利率如此之低,股价又高得离谱,大量的金钱流向世界各地,说明资产泡沫正在形成,而泡沫终有一天会在全球爆炸。

无独有偶,最近,金融大鳄罗杰斯也在一次公开场合,表达了相同的观点:每隔四年到八年,美国(或欧美)便会会出现经济问题,预计下一次金融危机将从今年或明年开始,可能成为你我人生经历中最糟糕的一次危机。

这意味着,比“黑天鹅”更可怕的,所谓的“灰犀牛”正向我们迎面扑来。

其实,从金融市场的历史发展视角来看,无论是出现“黑天鹅”也好,看见“灰犀牛”也罢,经济学家、金融专家等通常会归结于人性的贪婪,以及政府监管的乏力。

然而站在历史的高度来分析,金融危机发生,事实上与科技的高度发展,有着密不可分的关系。据记载:“1780年之后,英国和美国收入增长的百分之九十,归因于技术革新,而不是纯粹的资本积累。”

就像超弦理论创始人之一加来道雄在《物理的未来》一书提到的,由于蒸汽动力引发了第一次“工业革命”,创造了巨大的社会财富。但金钱是永不眠的,财富总会去到具有投机性的计划中,造成的结果往往是灾难性的。

在19世纪初期,由蒸汽动力和“工业革命”创造的过量财富,大多被投入到伦敦股票交易所的机车股票中,泡沫因此而开始形成。而纽约证券交易所上市的公司股票中,铁路公司的股票占了百分之五十。因为机车工业尚处于起步阶段,这种泡沫是无法持续的,最终将破灭,因此而导致1850年的经济大崩溃。

后来事实证明,这种情况周而复始地持续着。比如,由电气革命、汽车革命为主的第二次技术浪潮,又一次创造了巨大的社会财富,过量的财富必须要找到一个去处。

这时候,以家庭电气产品和小型汽车为主的股票,又进入了纽约证券交易所。美国的汽车创业公司在25年内(1900

年到1925年)多达三千多家,市场同样难以承受。这一次泡沫还是无法持续,到了1929年泡沫破裂,经济大萧条袭击全世界。

2008年的金融危机,也可以归因为第三次科技浪潮。由硅谷巨头们创造的惊人的财富,必须流向某个领域,这一次选中了房地产,形成了巨大的泡沫。飙升的房价令人们忘乎所以,纷纷以房产作为抵押品从银行套现,用来奢华消费(购买游艇、珠宝等),助长了泡沫的进一步膨胀,结果引发了百年不遇的金融海啸。

而当下,2008年的金融危机,表面来看似乎早已平息,可事实上,那只是用货币宽松、超低利率、零利率、甚至负利率的刺激,暂时掩盖了危机。之前引起危机的原因并未解决,甚至问题更加严重了。 ■据新京报

话题

VR困境的症结是缺乏场景化

这是VR最好的时代,也是最坏的时代。2016年被称为VR元年,但旋即又在年尾引发“寒冬争议”。

研究机构Canalys近期发布报告,2017年一季度,美国消费者贡献了全球VR市场40%的销售额,日本上升到第二位,达到14%,中国的市场份额则下降到11%,退居第三位。

Canalys认为,中国消费者似乎对VR无动于衷,用户也不愿意为包括VR在内的内容付费。

这多少反映了现实,一大波企业奔着眼镜、头盔等硬件而去,抢着做平台、做入口,但内容的稀缺掣肘了VR产业的良性循环。

VR追求的是沉浸式和场景化体验,但时下用户的参与感太过薄弱,只充当观众的用户量级显然无法支撑VR的全民热情。

VR的叫好不叫座,恰恰与时下流行的直播、短视频乃至新零售理念相悖——原因就是用户参与度的缺乏。 ■据北京商报

直播和短视频追求的是UGC,让用户可以在观众和创业者间自由转换,移动互联网极度降低了参与门槛,让主播和观众进入沉浸式的社交体验。

阿里巴巴和小米推崇的新零售,则是在重构“人货场”的互动关系,尤其是新物种盒马鲜生,让用户从电脑后面回到现实卖场,核心仍是沉浸式和场景化体验。

广告营销大师、分众传媒董事长江南春,在推介老友吴声《场景革命》一书时,将场景革命比喻为流量革命之后最大的商业创新模式——无外乎“圈层化社群化、体验化情感化、新场景新连接”三大特点。

营销和商业模式尚且如此,产品和技术驱动不遑多让。

回到VR、AR、MR,本应更契合沉浸式和场景化体验,却在资本裹挟和流量泡沫中迷失。VR不温不火,是群众基础还不够。

面孔

海底捞张勇:做大的烦恼,盛名难副

海底捞的危机比张勇预知的来得更早一些。

早在2011年海底捞及其服务被捧上“神坛”不久,掌门人张勇便多次公开表达过自己的焦虑,“盛名之下其实难副。”2013年他还曾预判:“五年以后,海底捞有两种可能性。第一种可能性是不行了,管理跟不上,肯定完蛋。第二种可能性是活下来,那五年后一定面临国际化的问题。”

近日,以服务成名的海底捞在后厨安全上失守。这位早年信奉卢梭“人生而平等”理念、靠四张桌子起家的海底捞的“神”如今或许不得不重新思考餐饮业的原点,以及从中暴露的“家文化”经营模式短板。

创立5年之后,海底捞走出四川,从西安、郑州到北京、上海……火锅版图不断扩张,据其官网数据,海底捞目前在57个城市有190家直营餐厅。2012年,海底捞走出了国门,海外第一家店在新加坡开业,现在海外已有9家直营餐厅。

张勇也曾对快速扩张表示



海底捞餐饮股份有限公司董事长张勇

过担忧:“别人都以为现在海底捞很好,可是我却常常感到危机四伏,有时会在梦中惊醒。以前店少,我自己能亲自管理。现在这么多店要靠层层干部去管,有些很严重的问题都不能及时发现;加之海底捞现在出名了,很多同行在学我们。我总担心搞不好我们十几年的心血就会毁于一旦。”

张勇曾在微博上表示:几家火锅店而已,能走多远实在难说。过度关注增加了我们的生存难度。 ■据新京报

扫码订阅《放学后》

《放学后》由湖南日报报业集团主管,华声在线股份有限公司主办,是一定位于素质教育,被国家新闻出版广电总局推荐的优秀少儿期刊。



《放学后》低龄版,秉承“好玩、好看、好玩”的宗旨,为家长和孩子提供读不完的精彩故事,看不尽的美丽图片,玩不够的趣味游戏。



《放学后》小学生,以展现少年儿童个性为主题,用学生成长故事和相应阅读来拓展思维、启迪智慧、陶冶情操,陪伴小读者快乐成长。



《放学后》中学生,引导中学生正确认知世界、认识自我,从而获得精神成长过程中的喜悦。

国内统一刊号: CN43-1518/G4 国际标准刊号: ISSN 2095-445X

重点栏目《走进实验室》,让中小学生在提前走进大学实验室,探索科学的奥秘;《走进博物馆》,介绍各种馆藏文物,以及文物背后有趣的历史故事。

《放学后》低龄版、小学生、中学生,每学期定价各30元。



扫码订阅《放学后》