

今日评

数说

流量在哪,口水就在哪 “头腾大战”让谁头疼

8.8%

海关总署网站公布的数据显示,今年前5个月,我国货物贸易进出口总值11.63万亿元人民币,比去年同期(下同)增长8.8%。其中,出口6.14万亿元,增长5.5%;进口5.49万亿元,增长12.6%;贸易顺差6498.1亿元,收窄31%。

0.46%

中国人民银行6月7日公布的最新外汇储备规模数据显示,截至2018年5月末,我国外汇储备规模为31106亿美元,较4月末下降142亿美元,降幅为0.46%。5月份外汇储备规模为连续两个月下降。

1000亿

黑龙江、安徽、四川、内蒙古、新疆、广西等多地近日发行地方政府新增债。今年新增债闸门5月29日才开启。Wind数据显示,截至6月6日,地方政府共发行新增债超1000亿元。

1400万

社交媒体脸书(Facebook)7日承认由于软件出现错误,导致用户在5月18日至27日期间发布的“私人”帖文,可能会设定为“公开”,即所有人均可以浏览,受影响用户或多达1400万。脸书为此向用户致歉。

140亿

蚂蚁金服8日对外宣布新一轮融资,融资总金额140亿美元。蚂蚁金服方面表示,本轮融资将主要用于支付宝的全球化拓展,自主科研投入和全球顶尖人才的招募,从而提升支付宝及其合作伙伴向全球消费者和小微企业提供普惠金融服务的能力。

据悉,本轮融资既包括来自国内投资者的人民币资金,也包括蚂蚁金服旗下全资子公司——蚂蚁国际筹集的来自国际投资者的美元资金。此前,蚂蚁金服于2015年和2016年分别完成了两轮融资。

都是戏精,无非利益。

龃龉已久的腾讯和今日头条,终于要法庭见了,互诉涉嫌不正当竞争。前者要求道歉并赔偿1元,后者同样要求道歉,并赔偿9000万元。

流量在哪里,口水就在哪里。时间在哪里,竞争就在哪里。至于谁比谁更委屈、谁是“小白兔”,搞这种人设,策略而已,认真你就输了。腾讯说头条内容低俗,头条说腾讯游戏害人,都是奔着对方的七寸去的,都是隔空递刀,让监管部门“为江湖除害”。群众虽然忙着吃瓜,眼睛却也不飘。

天下熙熙攘攘,皆为利来利往。虽然微信和今日头条的

市场细分八竿子打不着,王不见王,可是归根结底,争夺的是用户的时间。直白地说,沉迷得越久,钱赚得越多。这话未必“政治正确”,却是“市场正确”。

焦虑常有。哪怕腾讯的流量优势如此巨大,但今日头条和抖音稍成气候,自己也是坐卧不安,“梦想”包袱太重。用户的时间就那么多,此起彼伏,格局不大的人,总觉得这就是零和博弈,就是“修昔底德陷阱”,不是你跪下,就是我跪下。今日头条也免不了被人说“碰瓷”,疑邻盗斧,“总有刁民想害朕”。摩擦,摩擦,有时候也是魔鬼的步伐。

巨头往往难以改变,能跳舞的大象是少数。从QQ到微

信,腾讯已属难得。即便如此,也在眼皮底下,眼睁睁看着短视频成为别人的船票。没有人能够捕捉到所有的市场革新时刻,能够提供一劳永逸的产品。闭环和护城河,甚至是所谓的生态系统,俱是一厢情愿的乌托邦。强国请服,弱国来朝,在流动的资本和市场面前,不堪一击。

前段时间,互联网巨头言必称闭环,给垄断换个马甲,给帝国些许底气。现在闭环不提了,因为谁都不是吃素的,哪怕一个桌上吃过饭,该翻脸时就翻脸。革命不是请客吃饭,王兴和程维撕了,也不差Pony和张一鸣。事实上,所有醉心于营造闭环和护城河的梦想,都是与全世界为敌。大洋那边的马斯克就一万个眼

不上护城河,巴菲特稍一较真,他立马也要做糖果了。

微信是个好产品,抖音也是个好产品,可是用户想要更多的好产品,而不是“二选一”。花无百日红,产品也一样,在开放的竞争社会里,选择越来越多才是常态和常识。定于一尊的想法,还停留在中世纪。

好在,从3Q大战到“头腾大战”,以及渐渐从幕后走向台前的阿里腾讯之间的双寡头竞争,中国互联网从来就不缺乏竞争。竞争是个好东西,只要竞争存在,尽管“盘外招”大量存在,尽管伴随着“权力的游戏”,我们也对中国互联网的明天充满信心。

■据北京商报

媒说

面孔

售涉黄涉暴力类商品 有店铺被拼多多“拉黑”

据央广网消息 依靠拼单减价的购物平台拼多多最近频繁出现在大众的视野中,其中常见的是综艺广告中无处不在的“植入”。不过,近日有媒体曝出拼多多涉嫌售卖违禁品,而随着“扫黄打非”官方微博的说明,这件事情在网络上引起了轩然大波。

6日有媒体报道,拼多多平台上的商品和个人信息完全无须审核,可以随意发布商品。平台上还出现了涉黄、涉暴力且涉违法的商品,包括开刃刀、伪基站设备、摩托车车牌等。8日,随着“扫黄打非”办公室官微发布的一条信息,拼多多涉嫌存在违法违规的行为被坐实。

拼多多官方回应称,已经启动全面、系统清理,关闭涉事店铺,下架违规商品,情节严重的店铺已被列入平台“黑名单”。

车贷业务P2P平台减半 行业集中度提高

据广州日报消息 中小汽车金融平台正面临新一轮洗牌。业内人士表示,目前P2P车贷业务模式少,同质化严重,大平台的渠道优势、风控能力、资金矩阵、规模效应等等都是中小平台无法达到的,整个行业集中度进一步提升。

业内表示,P2P平台车贷业务主要服务于银行业覆盖不到的人群,以二三线城市为主,市场呈现区域性集中的情况,而目前状况是涉及汽车金融的P2P平台正面临新的挑战,不少中小平台“出局”,整个行业的平台数量也大量减少。来自网贷之家的数据显示,截至2018年4月初,涉及车贷业务的P2P平台,从1741家向859家锐减。

知识付费:文化消费下一阶段的起点



蒋科

他提到一本书——《美国的知识生产与分配》,其中将知识分为五个类别,第一层是实用性知识,比如职业技能;第二层是理性知识,指生活中往往不能直接使用的那类知识,比如历史、哲学;第三层是消遣性知识;接着是特殊知识,比如急救;最后一层是灵性知识,和宗教相关。知识付费涉及前三种,具备了教育的一些属性。

通过供给导向的知识经济,知识付费正在今天的互联网上争夺用户的注意力。它们与社交相结合,利用社交传播、引爆,流量上具备了传媒的特点。

他同样认为,知识付费还有一定的消费属性,可以被定

义为文化消费。

蒋科称,薄荷阅读已经是微信体系内比较领先的知识付费产品,帮助学员提升英语的词汇量和阅读量,完成这些提升后,学员和消费前的自己隶属于两个文化消费的世界。

曾经,学员只能在中文世界里进行文化消费,经过知识付费教育,词汇量增加,就能在英文世界里进行文化消费,比如购买英文原版书等,增加了用户的生命周期。

“知识付费是上一个阶段的终点,也是下一个阶段的起点,能够改变用户消费的路径。”蒋科说。

■据中国企业家杂志

话题

独角兽概念股炒糊了

独角兽概念股成为了当下的最大热点,从三六零到药明康德,再到即将上市的小米以及可能通过CDR回归的阿里,只要和独角兽概念沾边的股票,都受到了投资者的强烈追捧。不过,目前独角兽概念股已经出现了炒作过度的迹象,其中的风险投资者不可不防。

小米上市在即,概念股宇环数控最近股价暴涨,富士康概念股京泉华也遭遇炒作,此外,虽然尚未明确具体何时通过CDR回归,但阿里概念股也提前受到了投资者的热情追捧。如此概念炒作情形,很容易滋生炒作泡沫,尤其对于那些高价追高的投资者而言,即便是真正等到小米、富士康上市利好兑现,预计也很难获

得很大的投资回报。

就目前情况而言,有些独角兽概念股炒作的理由实在太牵强。例如有些公司虽然是小米、富士康的合作商,但业务占比很小,也被冠以独角兽概念股而遭遇爆炒。

值得注意的是,独角兽概念股的炒作目前来看已经属于最后的鱼尾行情。回看所有的独角兽概念股,都已经历了好几轮炒作,无论是股价还是估值都已经不再便宜,支撑股价上演最后疯狂的根本不是公司的经营业绩,而是那些刀口舔血的游资。游资目前的投机性炒作迹象很浓郁,目的就是趁着在利好正式兑现之前上演一波最后的炒作行情,但普通的投资者如果把握不好节奏,则可能成为最后的接盘侠。

从独角兽公司的定义来看,其实是一个中性词语,通常是指公司成立不满一定年限、市值超过一定金额的公司,它只是对公司过去高速扩张的一种总结,并不意味着独角兽公司就一定是高收益企业,也不意味独角兽公司就能继续高速扩张,因而,也不等同于独角兽的关联企业、供应商等都会高速发展。

举个最简单的例子,某共享单车企业规模高速增长,但被曝给它生产自行车的企业得到的不是现金而是大量的应收账款。如果共享单车企业最终出现经营困难,那么这些应收账款最终将很难收回,所以说独角兽企业的供应商未必都能赚得盆满钵满,同样存在一定的经营风险。

■据北京商报