

新产品频亮相 阿里创新声东击西

2020年第一周,阿里旗下唱歌弹幕App“鲸鸣”和图片分享App“图钉”相继浮出水面。此前,弹唱App“唱鸭”、汉服类App“古桃”也已低调更新数月。有观点认为阿里推新的社交意图明显,阿里方面却强调只是在为用户提供价值,不会为社交而社交。在产品迭代阶段,很难定义产品定位,但可以肯定的是,新产品不再以卡位为导向。这是阿里创新业务事业群的想法,也是市场竞争的结果,腾讯、网易的推新思路如出一辙。

阿里创新类业务趋势一览

不为社交而社交

在电商之外的领域,阿里不断推出新产品。最近成为业界焦点的就有“鲸鸣”“图钉”,加上弹唱类App“唱鸭”、汉服App“古桃”、校园类产品“Real如我”,阿里在不到4个月的时间里,已经有5款产品被曝光。

北京商报记者了解到,除了“Real如我”,上述产品都隶属于阿里创新业务事业群,这也得到了阿里方面的证实。

阿里创新业务事业群相关人士向北京商报记者详细介绍了新产品:“唱鸭”“鲸鸣”聚焦音乐领域,分别主打弹唱与语音弹幕的特色功能;“古桃”主要针对汉服爱好者群体;“图钉”提供图片情绪分享功能。几款产品分别属于不同的内容消费赛道,都着力于为用户提供新功能新体验。比如“唱鸭”就是以弹唱功能入手,创造“玩音乐”的新模式,伴随着大量优质UGC内容的出现,我们看到了一个音乐社区的雏形。”

但在业内人士看来,阿里醉翁之意不在酒,目的是抢社交机会。比如“唱鸭”首页的“找人唱”有“××人最近唱过这首歌”是明显的社交功能;“古桃”的社区风格也很突出”,智者分析师刘大伟说。

在部分用户眼中,“鲸鸣”较同类产品的社交属性也更强。唱吧重度用户徐维康(化名)体验“鲸鸣”后反馈:“唱吧”能让我完整唱完一首歌;“鲸鸣”更像玩票。我个人偏向能好好唱好一首歌的产品,如果要分享,只要能分享到微信或微博就行。”

也有用户为“鲸鸣”着迷:“鲸鸣”有魔性,一刷就停不下来,语音弹幕好像朋友们聚在一起K歌,我喜欢这种氛围”,用户韦钰涵(化名)向北京商报记者表示。

对于社交定位,阿里创新业务事业群

相关人士并不完全认同,该人士向北京商报记者解释:“我们更在意产品可以为用户提供哪些独特的价值,不会为了社交而做社交产品。人与人之间关系的沉淀,更像是产品发展过程中的一个自然结果。”

需求为主卡位为辅

阿里的逻辑体现了互联网企业对产品新的思考:以需求为主还是以卡位为主。

比达分析师李锦清认为:“看似头部互联网企业都在做社交尝试,但是这一次跟2011年前后的那次社交争夺并不一样,最主要的变化就是产品逻辑”。

2011年盛大推出“有你”,2013年阿里和网易分别上线“来往”和“易信”,产品均定位于即时通讯,目的简单直接,就是在社交战场立足。

2013年后成功的社交或社区产品陌

陌、抖音、B站、小红书却很难定义产品属性,陌陌是直播+社交,抖音是短视频+社交,B站是视频+社交,小红书是电商+社交。再观察微信,有了公众号、小程序等功能后,现在也很难说它只是一款移动社交App。

“之前提起社交,大家都扎堆做通讯App,现在会先围绕用户需求做内容,用内容把社交带出来。新思路下的产品用户黏性更高,想象空间更大,核心竞争力也更强”,李锦清说。

事实上,这就跟打败微信的,不可能是另一个微信的逻辑一样。腾讯、网易近期上线的新产品也是这般打算。

除了思路变化,这波新产品PK还有另一个特点:各大平台亲自上阵。在业内人士看来,投资和自己做肯定都要尝试,二者也并不冲突。头部互联网公司目前第一梯队的文娱类产品,基本已经完成资本

布局。但无论是出于锻炼团队还是避免被动的考虑,自己做都好处更多”。

对于推新的具体流程以及如何判断新产品表现,阿里创新业务事业群相关人士向北京商报记者透露:“用户数据表现是判断新产品的重要指标,但不是唯一指标。我们不会给新产品制定KPI(绩效),会使用OKR(目标与关键成果法)和PDCA(计划、执行、检查、处理循环)的手段来对新产品进行过程管理。新产品也没有统一的孵化时间,创新业务的目标并非仅打造单点创新产品,而是要开创一套持续在阿里内部加速孵化创新产品的能力和体系”。

谈及在创新业务事业群内部什么样的产品才能获得上线资格,该人士表示:“产品是否具备足够的用户价值是唯一的判断标准”。

从更新次数可以看出,拿到上线资格

的产品正在通过不断升级寻找产品与需求的最优解。

根据苹果应用商店信息:“唱鸭”于2019年5月上线,至今升级24次;“鲸鸣”上线于2019年6月,已完成24次升级;“古桃”同样在2019年6月推出,截至目前升级13次;“Real如我”上线近一年来,已经升级24次。

不再遮掩更加开放

除了自我改良,新产品还在不遗余力地营销。北京商报记者发现,目前“鲸鸣”不光有独立App,还开设了官方微博、微信公众号、官方QQ群及微信客服;“唱鸭”App开设了官方微博、微信小程序、微信公众号;“古桃”App在微信和微信公众号上也有自己的阵地。

这种努力已见成效,以苹果应用商店排名为例,第三方七麦数据从2019年8月开始起,公布“鲸鸣”在免费音乐榜上的排名,名次从一开始的230名稳步上升至发稿前的47名。从2019年8月至今,“唱鸭”在免费音乐榜上的排名较为稳定,几乎都在前十名。“古桃”自上线后,一度数月在免费社交榜位于千位以下,在2019年11月下旬,“古桃”名次蹿升,截至北京商报记者发稿,排在461位。

也有不慌不忙保持神秘的产品:“Real如我”自2019年9月被媒体曝光后,排名一路下滑,但一直在内测中,用户需要有邀请码才能体验。

相比之下,阿里创新业务事业群下的4款App更开放,没有采用邀请制,一开始就面向所有用户开放。对于这种差异性,阿里创新业务事业群相关人士解释:“目前我们的多个新产品都处于初创阶段,产品面对用户是开放的,希望通过快速试错来印证用户价值,继而打造出更多满足需求、创造需求的产品”。

“在重组了创新业务事业群之后,阿里推新变得更有章可循了,或者说看起来更集中更积极了”,李锦清说。

阿里创新业务事业群在2019年6月重组后,业内人士普遍认为:“创新业务事业群是阿里内部赛马的试验场”。近期,此前隶属于该事业群的天猫精灵升级为事业部,这被认为是阿里创新业务事业群第一个成功孵化的项目。

北京商报记者 魏蔚

· 抛砖引玉 ·

视频UGC熬出头了

张绪旺

抖音、快手,各领风骚一两载,岁末年初,轮也轮到B站了。在跨年晚会PK中,B站一战成名,击退的不仅仅是常年唱主角的各大卫视。解读B站成功的角度有很多:这家企业的努力、“80后”“90后”的情怀、弹幕大军的威力……事实就是,二次元起家的“小破站”出圈了,成为了全民网民膜拜的对象。

如果非要给成功找到共性,时也势也,本栏认为,应当把军功章记给UGC。

在UGC战线,抖音、快手和B站其实是一类,恍惚十余年,视频UGC终于熬出头。

UGC是“用户生成内容”的英文缩写,是中国视频产业的龙兴之地,土豆、优酷、酷6等早期视频企业概莫如是,学习YouTube、超越YouTube是这些视频企业的集体心结。

然而,中国视频产业的主流故事,后来走到了另一个方向。伴随着流量中心化思维和广告+会员的商业模式,长视频(影视剧)版权大行其道。优酷、土豆合并,搜狐视频、乐视网、爱奇艺、腾讯视频

你方唱罢我登台,最终,中国视频主战场变成了“优爱腾”也就是BAT三国杀。

相当一段时间,UGC退出了中国视频主战场,即便放眼全球,UGC如今不再性感:相比YouTube,Netflix模式更受欢迎。

有人指出,视频UGC和长视频不应成为竞争模式,而是视频产业发展的先后阶段,分别代表了用户基数和资本力量。擅长跨越式发展的中国互联网,在视频领域也跳到了“影视剧公司”阶段。

固然如此,YouTube在海外视频市场依旧举足轻重。但在国内,相比长视频的火热,三四年前,视频UGC实在拿不出手,既没有数量可观的用户平台,也没有财富惊人的热门公司。

UGC历经磨难,幸好赶上了移动互联网的末班车,出现了抖音(快手类似)和B站两种类型的产业大爆发。

抖音模式,得益于移动网络提速降费,让普通人拍短视频和开直播变得非常简单,在泛娱乐化玩法的加持

下,短视频UGC(包含直播)吃到了互联网最后一波人口红利。

B站模式,从PC互联网时期就蹒跚前行,和技术的关系不大,最初甚至和视频的关系也不大,用户基础的形成,更多是靠文化和年龄圈层。由于操作门槛更高,这是一种中长视频UGC的慢慢积累。无论抖音还是B站,无论长视频还是短视频,内容的生成,在中国互联网尤其是视频行业中,用户参与(UGC)无疑成为最大的比重。

视频UGC从未远去,只是不像影视剧流量大战那么耀眼。那么,视频UGC的爆发,只是等待一个或者几个巧妙的节点,今天没有,明天一定有。

如果翻看B站跨年晚会节目,网友会发现,这些节目说不上多么新奇,但每一类人都会找到属于自己的独特感动。这里面当然有情怀作祟,不过,对于视频产业来说,UGC总算熬出了头,B站所做的不过是根据用户日常喜好,让用户主导节目。

感动,本身就是一种参与感。

· AI一周纵览 ·

■ AI家庭机器人公司Trifo(远弗科技)完成近千万美元的B1轮融资。Trifo主攻智能家庭场景,开发包括传感、感知、决策等技术环节在内的家庭机器人软硬件系统,目前主要产品是智能扫地机器人。

■ 视觉人工智能公司旷视科技与易华录成立合资公司。旷视科技主攻人脸识别等视觉人工智能,而易华录主要为政府部门提供智慧交通、智慧医疗等城市互联网解决方案。

■ 阿里巴巴将天猫精灵业务升级为独立事业部。天猫精灵是阿里巴巴2017年推出的语音AI业务,主推“天猫精灵”系列智能音箱。目前国内智能音箱市场,天猫精灵与小度音箱(百度)和小爱音箱(小米)三强争霸,占据近九成市场份额。

■ 视觉人工智能公司云从科技与广州交通信息化建设投资运营有限公司达成合作。双方将深入到客运物流行业,基于人工智能、大数据技术共同完善客运与物流业务的系统建设,推动广州公共交通智能化建设。

■ 杭州市政府近日出台若干鼓励性政策,支持人工智能基础理论研究和关键核心技术研发,支持人工智能公共服务和共性研发平台建设,最高可补助3000万元。

■ 三星将推出“数字虚拟人”项目Neon。该项目是一项基于虚拟人物的娱乐服务,能够自主创建与原始数据完全不同的表情、新的动作、新的对话等。“数字虚拟人”包括虚拟新闻主播、虚拟接待员,甚至虚拟电影明星。

■ 百度原总裁张亚勤受聘清华大学“智能科学”讲席教授,将负责牵头筹建“清华大学智能产业研究院(AIR)”,面向第四次工业革命,以自动驾驶、人工智能+物联网和类脑智能为关键的技术突破方向,打造创新研发平台。

栏目主持:魏蔚