

微观点

@马云 阿里巴巴董事局主席

成功的企业往往是因为情商很高,但是,如果企业想不败,一定有很高的智商。都说先国际化再考虑全球化,我认为可能是本末倒置,你必须有全球化的眼光和思考,再进行国际化,对你来讲可能问题会小很多。

@马化腾 腾讯董事会主席

18年回头看,最深的感受就是企业的责任,从最基础的让员工有成长,让用户有很好用的产品,如何成长壮大带动合作伙伴,以及如何解决平台上的安全社会问题。可以说中国互联网已经发展到了下一片深水区,已经没有太多的参照物,可以说希望互联网从业者从更高更严的角度要求自己不断努力探索。

@姚劲波 58集团CEO

现在中国处在消费升级的阶段,服务也在升级的过程中,未来服务业会有大发展,58到家不会受现在的形势影响改变战略。现在O2O行业有点像2005、2006年的电商,正在这样的过渡阶段。58到家的用户数据等都是非常良性发展的状态,用户只知道这是不是我需要的,而不是资本、媒体怎么看。

@张一鸣 今日头条创始人兼CEO

从国内来看,流量红利已经耗尽,新的用户增长,必须在全球视野内挖掘。中国的互联网人口,只占全球互联网人口的1/5,如果不在全球配置资源,追求规模化效应的产品,1/5,无法跟4/5竞争,所以出海是必然的。

映客COO杰西:

直播盈利核心是C端付费

直播走过盲目烧钱开始思考商业化模式。“双11”期间包括映客、花椒、哈你等直播平台不约而同联手电商大搞电商直播,一场关于直播平台变现的战役正在上演。在映客COO杰西看来,直播平台盈利的核心还是在于C端付费,未来在B端方向也会产生更多商业模式,但探索全产业链上下游仍是必须工作。

在“双11”前夕,映客与天猫达成了合作,在二者的合作中,映客为天猫提供定制化的整合内容营销及社交营销服务:品牌曝光、商家直播内容推送、“双11”直播活动及直播间的内容互动等。

对于这次合作的效果,杰西表示,相较于传统广告投放,直播的互动性、实时性肯定更强,这是直播本身的属性。如果大家看“双11”明星代言人直播的话,就会看到,他们在直播的同时,底下用户已经在询问一些问题。

“很多广告主对直播都无从下手,不知道该怎么玩,所以如果一个品牌的品牌调性和用户跟直播平台很契合,又可以接受一些创新的玩法,接下来究竟怎么玩就交给平台了。这是对广告主非常负责任的一个态度”。杰西对于如何与广告主合作解释道,一个天然的逻辑是,广告主诉求如果更明确,营销玩法也会更明确,直播给电商平台提供了一个新的传播方式。

杰西表示,映客目前已经拥有1.3亿的下载量和1500万的日活跃用户,这样巨大的流量吸引力也是广告主与映客合作的原因。不过,杰西表示,映客虽然开启了B端商业模

式,但会在考虑用户感受的前提下甄选广告主,所以B端商业变现不会太频繁。她同时解释道,映客现在在做商业化,但直播平台盈利的核心还是在于C端付费。直播平台盈利并不难,映客从产品上线以来,一直坚持32:68的分成比例。早期很多平台为了抢占优质主播资源,给主播很大分成比例,加之运营成本本来就很高,所以难免会出现亏损。试想一下,如果企业规模不大、运营成本可控,以健康方式盈利是可以实现的。

其实,对于直播平台B端与C端两种商业模式是有很大差距的,追求的效果也不同。杰西表示,C端的模式是“播”和“看”两者完成的商业循环,平台在中间,“看”的人完成付费,“播”的人提供内容;B端是三者完成的商业模式,在“播”和“看”之外又加入了“广告主”,三者完成一个付费循环。虽然目前在映客B端的盈利远小于C端,但映客不是在追求收益,而是追求一个模式,看这个模式是否健康、是否能运转下来,来反哺主播UGC内容,这是B端模式探索的意义。

对于B端与C端收益在直播平台的占比预测,杰西表示,未来两者绝对值都会增长,但两年之内B端绝对

值超过C端的绝对值是很难的。C端是用户基数的部分,用户基数的增长一定会促进C端盈利的增长,那曝光价值和品牌价值也会增高,所以可能性不大。

杰西介绍到,映客目前的运营方针第一个是希望给用户完备的社交功能,提供更低的内容贡献门槛;第二是在内容上有一些垂直的、更细致的部分。此前,映客推出了“我的一天”短视频功能,也是映客希望把社交关系更多地沉淀在映客平台内的措施。“因为直播这样的形式不像传统的点对点,譬如微信、QQ等,其实它更像社区,是点对面的。所以无论它是否被界定为媒体,它都是一个流量分发口,具备B端的展示价值”,杰西强调,直播不只是现有的这种模式,映客的愿景是“让直播成为主流生活方式”,所以社交也好、内容也罢,两条线映客都会一直下去。

“如果说在产业链上下游,在整个社交产品的内容营销、增值服务和产品维度上看,映客可能会去做探索,但现在还没有这个计划”,杰西透露,但如果产业链上游太长,映客可能会延期考虑。

北京商报记者 姜红

百度董事长李彦宏:全球创新中心随AI技术发展正在转移

第三届世界互联网大会刚刚落下帷幕,在本届大会上,百度董事长李彦宏多次发表演讲,在总结了互联网发展的同时提出了人工智能(AI)将成为未来技术发展方向的观点,他认为这样的变化也将促使全球创新重心发生转移。

李彦宏多次赞叹互联网为生活带来的巨大变化并以本届世界互联网大会举办地乌镇举例称,如今乌镇具有覆盖全镇的无处不在的免费WiFi上网,有智能停车、智慧医疗等等,短短两年多的时间,乌镇已经变成了一个名副其实的互联网小镇,互联网使这座古城发生了迅速变化。

“其实在互联网时代之前,IT产业发展的几十年中,一直都伴随着快速发展的技术,以及快速变化的市场,这些变化给人们带来了各种各样的惊喜,同时也带来了一些不适应”,李彦宏表示,“今天的互联网已经处在一个新的阶段,两年前来到乌镇的时候还在讲该怎么样去适应移动互联网时代,而现在我要讲的是移动互联网的时代已经结束了”。

李彦宏强调,移动互联网时代结束的意思并不是说以后大家不会用手机来上网,而是说如果今天一个公司还没有成立或者说没有做大的话,靠移动互联网的风口已经不可能再出现独角兽了。因为市场已经进入了一个相对平稳的发展阶段,互联网人口渗透率已经超过了50%。像百度成立的时候不到1000万的中国网民,今天是7亿多的中国网民,百度很幸运从极少的网民人数一直跟着中国的互联网市场成长到现在一个比较大的体量,但是未来没有这样的机会了。

他坚信,未来的机会就在人工智能,“其实,人工智能也是从今年开始变得很火,变得每一个人都非常关注的,



人工智能会给每一个人、每一个行业、每一个国家带来很多的变化”,李彦宏说。

他以无人车举例称,无人车就是人工智能在汽车领域的一个非常大的应用,当然汽车已经是很大的市场,中国60多万亿GDP,有10万亿跟车有关。但是人工智能的影响远远不止在这10万亿里,其实它可以影响到社会生活的方方面面。

另外,李彦宏介绍到,今天的人工智能已经发展出了一系列技术,已经在很多地方都有应用了。9月的时候百度发布了百度大脑,是百度人工智能能力的一个集成。这种人工智能能力包括语音识别能力、图像识别能力、自然语言理解能力以及用户画像能力。语音识别能力现在在安静环境下准确率可以达到97%,什么意思呢?就是它比

正常人的听力还好一点。图像识别能力现在也在迅速进步到实用的阶段,拿手机给小狗拍一张照,就能识别出宠物狗的品种,目前它已经能够识别300多种宠物狗,一般的人可能还识别不了这么多种狗。在自然语言理解能力方面,进步也非常迅速,百度的“度秘”也越来越聪明了。未来不管是海尔冰箱也好还是宝马汽车也罢,都可以用自然语言跟它进行交流。

除了ToC端的可能,ToB方面也有更多的可能性。李彦宏举例说,“我们现在可以用人工智能的方法,帮助医生看病,尤其在罕见病方面将有突出贡献,再比如说物流系统,人工智能将帮助提升效率,还有客服行业,人工智能语音识别也将改变重复工作的难题”。

“未来,每一个人和每一个国家都会因为人工智能时代到来而发生巨大的改变,我们需要重新想象每一件事情,每一个行业,每一个市场”,李彦宏说道。

与此同时,李彦宏认为,世界整个创新的重心在发生转移,尤其是特朗普当选之后,硅谷很多企业家也表示了他们的担心,认为会对美国创新领域造成伤害。

“最近特朗普的一个顾问还公开说硅谷的CEO有3/4都是亚洲的移民,觉得对美国来说这是个问题,对中国来说,如果以我的角度考虑,我非常希望各国的优秀人才都能够移民到中国来,让中国能够在全球创新的舞台上扮演一个更加重要的角色”。李彦宏表示,过去中国公司只能吸引优秀的华人到中国来发展,未来,希望中国公司能够吸引越来越多全球各个国家、各个种族的人来到中国,因为中国有最大的市场,最大的互联网市场,中国也是最大的高速成长的市场,所以希望大家都到中国来一起创业。