

· 资讯 ·

豌豆荚总经理张博:

App分发将由内容驱动

进入成熟阶段的移动应用分发市场,新的支点究竟在哪里?并入阿里移动事业群半年不到的豌豆荚有了新的认识。豌豆荚总经理张博认为,分发体验需要创新和升级,传统的分发平台入口应该转换为流量和内容双入口,同时通过内容促进应用分发是大趋势。

在张博看来,传统的分发形态,用户在移动端只能通过下载App才能触达应用,下载的体验很麻烦,获取内容效率低、精准度差,导致形成用户与App间信息壁垒。对开发者来说,目前Top200头部应用已经占据了行业约55%-60%的流量,大量长尾应用的存在,是因为其内容无法触达用户而造成;头部应用对优质用户的需求有越来越高的内容壁垒。

张博认为,分发体验需要创新和升级,传统的分发平台入口应该转换为流量和内容双入口,通过应用内容聚合和应用内容前置的方式,让用户更高效触达应用内容。同时,通过内容促进应用分发是大趋势。内容促使用户黏性、活跃度增强,带来更优质的流量,同时具备流量优势和内容优势的互联网产品才能实现更长远的发展。“内容分发就像化妆品的试用装,用户使用后喜欢,购买原装的概率也会提升。因为喜欢和需要这款App内容,产生下载行为的用户,他们对App的黏性和活

跃度远高于普通渠道获得的用户。”

他同时强调,内容入口的分发并不是说分发平台彻底转变形态,而是打破用户和App间信息壁垒,增加App内容接触到用户的机会,促进用户下载转化率提升,用户有更深层次需求还是需要下载App才能获得。应用分发平台只是一个提供App部分内容的聚合窗口,并不能取代应用。

张博透露,“豌豆荚会整合阿里大文娱的优势,进一步探索内容入口。目前预计明年2月会发布最新版本,会从短视频开始,逐步探索”。不过他解释道,豌豆荚不是要成为一个新闻资讯的客户端,在阿里大文娱的布局下,已经有UC头条这样的专业产品,这不是豌豆荚的核心阵地。

目前,市场上应用打开正在从分散向集中化转变,不少应用的打开率并不高,因此出现了微信“小程序”这样轻应用的新形态。不少业内人士分析称,这样的轻应用将逐渐取代App。张博对此表示,微信的轻应用主要是解决中小型应用的需

求,做App需要投入至少几万至几十万的成本,所以中小应用开发成本高,针对独立开发者来说或非移动互联网行业的群体,例如真正线下传统行业人大部分很难这样做。因此,为这些企业进行快速上传,统一模板、统一运营所提供的服务,是一种趋势,也肯定能解决大部分中小企业的需要。但是,真正的成本不在于开发而在于整个渠道和资源争夺的问题,包括商业化模式的问题,这个是轻应用最大的难点。这套功能在技术等方面基本不难实现,最早的时候H5界面就可以做了。小程序也是这种模式的一个转型,这种转型同时生成其他资源的入口,现在的作用主要还是对于线下O2O会有更好的拉近,但这是对于生活,对于娱乐的服务,而定制化、个性化需求短期是没办法满足的。

对于目前移动分发市场竞争张博强调,豌豆荚希望把内容分发模式打造为一个优势壁垒,他认为,整个阿里文娱集团中内容上的优势壁垒正在逐渐形成,而如今互联网行业中能有这么大一个集团做全面性的或者全方位内容的,或者娱乐性内容的公司没有几家。对豌豆荚来说,现在有阿里大数据的技术支持,大文娱的内容资源优势,还有豌豆荚多年累积的应用内容发现、聚合能力,时机刚好成熟。

北京商报记者 姜红

联盟电竞深赛格合资电竞场馆

12月21日,全球电竞场馆与赛事运营企业联盟电竞与电子市场企业深赛格宣布战略合作,共同投资成立“深圳赛格联盟电竞有限公司”,围绕赛格旗下物业开展相关电竞业务的联合拓展,并在深圳投资兴建全国最大的多功能电竞场馆。

联盟电竞是一家以“内容+场景”为经营理念,致力于布局全球电竞场馆枢纽,创立自有品牌赛事IP,电竞赛事节目内容制作与发行的公司。旗下已有中国、北美、欧洲三处电竞场馆。值得一提的是,不久前联盟电竞获暴雪官方授权的《炉石传说》比赛在其德国的移动电竞场馆——电竞大篷车Big Betty上举办,该赛事在全球最大直播平台Twitch成为第五大流量内容。

深赛格是中国最早的专业市场经营模式的创办者,在全国开办了近30家连锁专业电子市场。公司是以专业电子市场为核心,集市场经营、电子商务、小额贷款、商业地产运营为一体的深圳市国有控股上市公司,于1996年在深圳证券交易所上市。

拉勾上线云人事平台

互联网招聘企业拉勾近日正式发布旗下人事管理平台“拉勾云人事”,面向中小企业提供包括招聘管理、人事管理、员工自助、企业服务平台在内的一站式人力资源SaaS(软件即服务)服务,第一版产品囊括招聘管理、员工管理、考勤管理、移动审批、自动计算薪资、工资条发放、智能数据分析等功能模块。

数据显示,目前国内使用专业人力资源服务的人数超过2000万,不过市场需求超过7.7亿,行业市场缺口巨大。

目前“拉勾云人事”采用的基础功能免费+高级版30元/月/人的按需付费模式。为进一步降低中小企业使用云人事平台门槛,拉勾网CEO马德龙宣布启动“小目标”计划,在两周内寻找1000家种子企业为其提供永久半价的拉勾云产品服务,除招聘管理、员工管理、考勤管理、移动审批、自动计算薪资、工资条发放、智能数据分析的第一版拉勾云人事。

乐刻运动拟开设5000+智能健身房

近日,专注于提供企业员工健康管理、运动健身服务的O2O平台乐刻运动宣布未来预计在全国范围内开设5000+家智能健身房,目前乐刻在全国五座城市已开出50多家门店。

据了解,乐刻依托于“教练脱媒”和“场地共享”的理念,首创99元/月不限课次不限使用次数的互联网+健身房模式,目前在线会员数量20万。为实现“每日响应1亿人运动需求”的未来发展目标,乐刻宣布与优创工场、中国百货商业协会副会长、华远集团、浩思智慧、沃尔玛、家乐福等展开全面合作,共建1.5公里半径内健身智慧能量空间站。

据乐刻运动披露,2015年8月乐刻获得IDG资本领投300万美元A轮融资,2016年7月乐刻获得头道基金、华晟资本领投,IDG、普华、雍创跟投的1亿元人民币B轮融资,成立一年半的乐刻运动目前绝大部分门店实现盈利。

运营直升机举办互联网运营峰会

由兑吧-运营直升机主办的NOMS全国运营峰会近日召开,围绕“First Bump”主题,探讨运营行业最前沿的实践、思考和判断,畅谈互联网下半场运营的新机遇和挑战。

据悉,运营直升机是8个月前由兑吧市场团队根据公司内部运营经验及运营市场需要从而孵化的内部创业项目,旨在为运营从业者提供学习交流的机会,从而帮助运营行业快速发展,成为公司的核心竞争力。目前运营直升机已经直接覆盖2万用户,传播近30万运营人员。

本次运营峰会是全国首次聚焦运营行业的盛会,也是运营直升机的第一次峰会,本场大会围绕用户内容、内容运营、产品运营三个大方向展开讨论,50位嘉宾,从不同的角度解读了对运营行业的理解和看法,同时也根据自己的实战经验给出一些运营难题的解决方法。北京商报记者 魏蔚/整理

百度AR落地:北京朝阳门原址“重生”

12月21日,不少地铁乘客发现,早已消失在地标上的朝阳门在地铁朝阳门站内又“活”了过来。据悉,这是百度发起的一场通过增强现实(AR)技术复原朝阳门的行动。途经现场的乘客可利用手机对准墙面或地面上的巨幅朝阳门手绘图拍照,利用AR技术唤醒老城门,并与其“零距离”互动。此次复原行动再现了老北京当年的民俗生活,让体验者能充分感受老城门的历史文化。

活动现场,许多乘客都被这种前沿科技带来的全新展现方式所吸引,纷纷拿起手机体验。通过手机百度App触发AR后,乘客可以看到元末明初时期老百姓在朝阳门的各色各样生活场景,同时还可与复原的朝阳门进行人机交互。据悉该活动会在朝阳门地铁站F出口区域一直持续到元旦期间。

朝阳门位于北京东二环线上,

元朝称齐化门,是漕粮出入的城门,京城百姓的口粮基本来源于此。朝阳门由城楼、箭楼、闸楼及瓮城组成,早在1915年,为了修建当年的北京环城铁路,朝阳门的瓮城及闸楼被拆除。50年代,城楼、箭楼等剩余建筑先后两次被拆除。至此,朝阳门彻底消失,只是将名称作为地名保留了下来。时至今日,北京的九大城门仅存的只有正阳门和德胜门箭楼的部分残垣。

“为什么前门有城门,朝阳门却没有?”这可能是很多新北京人心中的疑问,不过很多人并没有就此深入了解过。一位来自百度深度学习实验室(IDL)的计算机视觉工程师却因为女儿提出的这个疑问,深受触动,他选择用自己的方式,给女儿一个生动有趣的回答。他在工作之余尝试用AR技术对朝阳门进行了复原,希望通过这种故事化、可视

化的形式让自己的女儿了解到,北京这座城市正在被人们遗忘的文化底蕴。这在百度内部也引发了很多关注,大家希望让更多的人感受这座城市悠久的历史,有机会接触前沿的人工智能AR技术,于是才有了今天朝阳门的这次AR复原行动。

另据了解,百度还选定了地铁的西直门站及2号线的一辆列车,在春节期间“上演”一场AR复现老北京九大城门的历史文化之旅。据百度介绍,之所以选定2号线,是因为在众多地铁线路中,它是唯一一条贯穿老北京九大城门的地铁线路。

除此之外,无法亲临现场的网友也可通过其他方式体验:打开手机百度App,点击拍照按钮,在通用模式下对准上图(朝阳门的手绘图)拍照,随后点击“发现AR动画”,即可看到消逝的朝阳门在手机里朝阳门的手绘图上复现出来。

顺义国地税探索税收风险协同管理

顺义区国税局、地税局进一步探索合作方式、创新合作手段,结合风险管理内容,通过日常征管信息甄别涉税疑点,筛选涉税风险,重点对未按规定履行纳税义务的纳税人加强监控和管理,提升征管质效,避免税款流失。

及时交换信息,协同管理同步。通过分析日常征管状况,整理出存在涉税疑点的纳税人信息,主要包括未按期申报纳税、未按规定缴销

发票、注销税控等,实现双方信息共享、同步管理。

联合风险管理,促进堵漏增收。制订风险管理合作计划,确定合作的工作内容和措施。双方每季度通过风险分析、风险识别、等级排序确定并交换高风险纳税人名单,建立纵向联动、横向互动和内部协作税收风险管理格局。

多渠道提示告知,加强违法企业管控。对存在涉税违法行为的纳

税人,通过多种方式督促纳税人尽快到对应税务机关接受处理。对拒不配合的纳税人,共同通过限制其办理涉税业务和严格日常监管等措施,提高其纳税遵从度。

加强跟踪管理,依法规范非正常户。每季度通报非正常户认定情况,交换非正常户清单,对于单方联系不上的非正常户,由另一方协助联系查找,督促其依法履行纳税义务,规范非正常户的管理。