

王兴看好“上天入地全球化”

如何抓住互联网下半场机会

美团点评CEO王兴是“互联网下半场”概念的首倡者,从不被认同到广为人知,移动互联网时代向人工智能时代转型的关口,创业者该如何选择成了万分痛苦的一件事。

摩拜4月14日宣称,日订单超过2000万,服务频次超过6亿,比行业其他对手的综合还要多。摩拜如此高调,打的是竞争对手ofo。

ofo当然不服,3月初就宣布日订单超过1000万,标签也是创了行业纪录。

数据这件事,从来没有定论。假如水分不大,比数据PK更值得关注的则是,为什么摩拜、ofo能够以如此惊人的速度建立看起来很美的商业版图。摩拜用了一年,ofo用了不到两年,比滴滴、陌陌、微信、微博,那些曾经标杆式的产品都要快。

但现在却是王兴、马化腾、李彦宏等一众大佬口中,人口红利和流量红利失效的互联网下半场。

看似悖论,实则有迹可循。王兴说,互联网下半场有三个方向:上天、入地和全球化。目前中国互联网用户的普及度已超50%,不会再有翻倍空间。在此背景之下,互联网公司的发展模式也面临着转变。

入地即深入产业链。王兴表示,互联网公司只做C端连接已经到了

瓶颈,需要在产业层面做更多连接。比如最近火热的共享单车,他认为“摩拜的方向是对的,改造了整个自行车产业链,而ofo连接所有自行车的想法是错的。”他再以美团点评为例,现在已经在做餐饮的B端,比如ERP、收款等IT系统。

王兴是摩拜的投资人,他的身份并不能中立,事实描述也略有瑕疵,但逻辑并不错误。改造整个自行车产业链,其实是摩拜和ofo殊途同归的路径,只不过摩拜更坚决,ofo尺度小一点,两个企业都在从自行设计、生产的源头动了心思,付出巨大努力。

正因为深度连接线下和线上,摩拜、ofo被已经功成名就的巨头看好,并开出价码成为腾讯或者滴滴生态链条上的一环。

上天即高科技。在王兴看来,之前的中国互联网是应用传统科技,主要关注商业模式方面的创新,而在互联网下半场,更多的要关注底层科技,比如AI、大数据、云计算等。他以美团外卖为例,主要的痛点是最快到达,降低配送成本。而AI就可以应用到路径分析和智能调度上,未来甚至会利用无人驾驶技术和机器人来配送。

这并不是王兴的发明,百度

CEO李彦宏的力度比他要大得多,整个公司已经全面转向了人工智能,阿里云、360如是。

而人工智能在创投领域的火爆同样证明,能拿到融资,AI是个不错的方向。

第三个方向则是全球化。在王兴看来,互联网下半场已经是中美两国的竞争。“美国互联网公司做全球市场,中国互联网公司如果不‘走出去’,会缺乏竞争力。”他进一步表示,虽然目前美国在高科技领域领先,但中国在C端已经做到了领先,比如共享单车、外卖等。“对于中国互联网公司来说,全球化是必须要做的,也是超越美国的一个很大机会。”王兴说。

摩拜、ofo在国内都算是新生儿,但概念领先的他们已经走出国门,在新加坡甚至美国市场展开争夺。相比之下,华为、小米引领的中国安卓机在全球攻城略地成了再自然不过的事情。

即便“冷门”如猎豹移动这样的安全工具厂商,也凭借免费模式在欧美市场大杀四方,而在得到内容付费概念的加持后, live.me这样的网络直播同样在欧美市场火爆,突破文化壁垒的产品也能由中国公司运营。

北京商报记者 张绪旺

· 资讯 ·

Uber 2016年净亏损28亿美元

北京商报讯(记者 张绪旺 姜红)近日,有消息披露了Uber 2016年的业绩情况,2016年该公司营收为65亿美元,平台上发生的交易总额同比翻番至200亿美元,调整后净亏损为28亿美元,Uber在一封邮件中确认了这些数字。

Uber去年亏损28亿美元,这一业绩数据不包含中国业务。去年8月,Uber全球将其中国业务(Uber中国)出售给滴滴,滴滴收购了Uber中国的品牌、业务、数据等全部资产在中国内地运营。

目前,Uber还没有上市,所以并没有公开发布财报情况,不过,Uber表示,该公司一季度业绩“似乎符合预期”。

2016年四季度,Uber平台的交易总额环比上季度增长28%,至69亿美元。不过,同期Uber的亏损也上升至9.91亿美元,营收则环比增长74%,至29亿美元。

近来,Uber负面新闻缠身,多名高管相继离职,其中包括,Uber全球公共政策和沟通主管蕾切尔·怀特斯通、Uber地图和商业平台副总裁布莱恩·麦克伦登、Uber工程高级副总裁阿米特·辛格尔、Uber人工智能实验室负责人加里·马库斯等。

搜狗AI口腔实验室向公众开放

北京商报讯(记者 张绪旺 姜红)自去年人工智能大火后,各家科技公司纷纷开始放飞自我,于是各种画风清奇、高能有料的人工智能喷薄而出。近日在杭州西湖文化广场菠萝科学奖现场,人们聚集到一个可深度体验人工智能的展位——搜狗AI口腔实验室。

要想在AI手下拿到高分,得先过颜值这关。只要你站在镜头前露齿一笑,机器就能通过图像识别,判断你的颜龄;第二关搜狗汪仔机器人担纲主角的“八音符酱”绝对不容错过;测试的重头戏是15秒内读出屏幕上的绕口令,读得越多,准确率越高。

只要完成全部三项挑战,就能拿到一份来自“搜狗AI口腔实验室”的诊断证明。实际上,真正接受测试的并非是用来参加科学节的观众们,而是进行识别的搜狗人工智能技术:颜值测试使用的是搜狗的图像识别技术,通过机器识别判断挑战者的美貌程度和牙齿健康度;而绕口令则使用了搜狗的语音识别技术,将语音识别成文字。虽然受到活动现场嘈杂环境的干扰,搜狗语音依旧成功识别出了观众们或快或慢、口音不一的绕口令,实力超群——毕竟是识别准确度超过97%的超级火爆App搜狗输入法。

人工智能并非远在天边,搜狗此次的AI口腔实验室将人工智能带到人们的面前,除了这次在菠萝科学节上用游戏展示出的语音识别技术,搜狗在问答、对话、翻译上也不断有技术突破和产品落地,如搜狗立知、汪仔、搜狗英文搜索等。其实人工智能每天都在让我们的生活变得更加有趣。

巨人网络成立巨人新进扶持创业

北京商报讯(记者 张绪旺 姜红)日前,巨人网络壳公司世纪游轮发公告,与合作伙伴共同出资5000万元设立合伙企业杭州巨人新进创业投资中心(以下简称“巨人新进”),扶持大学生创业。这意味着,注重发挥年轻人创造力的巨人网络把孵化平台下沉至大学校园。

巨人网络及其全资子公司巨道网络,与合作伙伴签署合伙协议,共同出资设立合伙制创业孵化投资平台巨人新进。注册资本为5000万元,不对外募集。

作为支持大学生创业的创业创新孵化平台,巨人新进主要从事大学生(包括在校大学生、大学毕业生)在科技、互联网、文化等新经济领域的孵化和早期投资。投资对象主要为,处于种子期、初创期等在校大学生或毕业生创业早期的企业,单笔投资额约在50万-500万元区间,致力于挖掘、扶持有创意的初创团队。

巨人新进不仅为大学生创业团队提供资金支持,也与成熟的技术专家、商业化顾问密切合作,对接优势资源,帮助大学生创业团队快速健康成长。

这些年,巨人网络一直注重发挥年轻人的创造力,注重对年轻人的激励与支持。早在2012年,巨人就大胆引入公司首位“85后”副总裁吴萌,自主研发了国民级精品游戏《球球大作战》。至今《球球大作战》全球总用户已突破3亿人,月活跃用户1亿人。

巨人网络董事长史玉柱也曾多次公开强调,未来是年轻人的天下。史玉柱认为,自己属于上一个时代,要把互联网的机会留给年轻人。公司只有大胆启用年轻人,才能保持它更强大的生命力。

优酷联合戛纳幼狮推进年轻化内容

美国前总统罗斯福曾说过,“不当总统就当广告人”。这也正是时下热爱创意的年轻人的心声。近日,全球创意最高殿堂——法国戛纳创意节幼狮中国区选拔赛已经拉开帷幕。作为拥有庞大年轻用户的视频平台,优酷始终致力于打造从看到玩的一站式文娱酷体验,以更贴近具有年轻心态的用户群体。此次优酷联合戛纳幼狮,希望与更多的年轻创意人对话,选拔精品年轻化内容。

戛纳国际创意节素有“广告界的奥斯卡”之称,戛纳幼狮是该创意节为鼓励更多年轻人加入创意行业、选拔全球最顶级的年轻创意人而举办的竞赛,选手均为30岁以下的创意人,经过多年的发展,已经成为全球青年创意精英交流、分享的重要赛事,吸引了世界各地年轻创意人的目光。目前2017戛纳幼狮中国区选拔赛选手征集活动已经开始,持续至4月16日,选拔赛分为学生组和专业组(在职人员)两部分,中国赛区的现场提案及终审将在5月2日-4日展开,届时将按照比例选拔出两组获胜者亲赴戛纳国际创意节。

无年轻,不创意

作为最受年轻人喜爱的视频平台,优酷一直致力于与年轻人一起去发现多元世界的无限精彩,而戛纳幼狮作为年轻人创意力量的大本营,与优酷品牌焕新后的年轻化品牌调性不谋而合。正是基于年轻人好奇心强、热点敏感度高,以及喜欢

边看边玩,乐于表达自我意见的娱乐消费特点,优酷在发出“这世界很酷”的自信赞叹之后,将与年轻人一起“酷到底”。

为实现“从看到玩的一站式文娱酷体验”的承诺,优酷从内容、平台、运营等多个方面入手,全方位赋予优酷“阳光、活力、有趣、新玩家”的个性。为服务好年轻群体,一方面优酷不断优化平台体验、更新产品技术,从点播到点播+直播,从弹幕到视频互动,从线上到线下等多种创新方式,为年轻人提供最酷的使用体验,让其获得最大的娱乐满足感。而在不断提升平台使用满意度之外,优酷还深入年轻群体,根据对年轻用户观看习惯和心理变化的深度把控,主动展开最核心的内容变革。通过燃血青春、纯美绝恋、欢乐喜剧和超级热剧组成“3+X”超级剧集布局,由脱口秀、喜剧、真人秀、亲子、偶像养成、音乐和垂直爆款形成“6+V”矩阵,实现了对当下年轻人最爱的节目和剧集的全方面覆盖,不断为年轻观看群体奉上众多可口剧集和缤纷美味综艺。在为他们提供最爱的精神食粮的同时不仅实现了播放量上的不断突破,也在年轻人群中树立起了高口碑,实现对年轻人群的锁定。

有分析认为,优酷的这次出手正是对“年轻人心态”的布局,也是品牌焕新之后,优酷年轻化精神的一次精确传达。

无创意,不内容

“要洞悉年轻用户,从生活方式

和生活状态看整个内容消费的趋同性和未来潜力,回过头来再布局内容。同时,一定要大量起用年轻人,相信年轻人,机制+人的结果一定是好的,不能说100%的内容都能做,至少成功机率会变得很大。”这是阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群总裁杨伟东对优酷品牌焕新内在机制的一次诠释。年轻人总是能提出许多新奇有趣而又不拘一格的创意思法,充分展示“年轻无极限”的个性特征,戛纳幼狮选拔赛对于优酷挖掘新生的创意人才及有志于从事创意设计行业的未来人才而言拥有非凡意义,优酷将在选拔过程中与参赛选手一起深入内容制作核心,在各方面探索新的可能性,这也将为优酷不断创新内容、革新制作提供驱动力。

正如杨伟东所言,“实业做文娱是我们的战略之一,对于人才我们也是实业心态,我们期待的是‘种树’,而非‘摘果子’。”优酷联合戛纳幼狮选拔赛更是为了培养中国创意行业高素质年轻力量,这个平台不仅仅是针对从业者的,也是对所有有志于从事创意设计行业的学生开放的,参赛者都能在参赛过程中边做边学,因此优酷的全程助力无疑给中国的年轻创意人提供了一次非常好的学习和才艺展示机会,使他们的创意能力得到提升的同时也将激励更多学生参与进来,帮助众多优秀的年轻人走向国际舞台,在为年轻人的世界注入积极正能量的同时也促进了中国文化艺术产业的良性发展。