

· 速读 ·

抛砖引玉

美团点评启动全球化扩张

北京商报讯(记者 魏蔚)两个月间,美团点评连续投资两家海外科技公司。2月8日,美团点评参投印度最大的外卖平台Swiggy最新的1亿美元融资,一个月前,前者刚刚完成对印度尼西亚最大生活服务平台Go-Jek 5000万美元的投资。在业界看来,这是美团点评加速国际化的信号。

从地域上,印度和印度尼西亚与中国存在很多共性:人口密集,城镇化速度快,移动互联网普及率迅速提升。Swiggy在印度最大的10个城市的外卖业务保持全面领先,并不断在餐饮生态系统中进行创新,甚至“改变印度饮食方式”的公司使命与美团点评也遥相呼应;Go-Jek则被称为Uber和Grab在东南亚最强有力的竞争者,通过网约车业务切入,在成立短短三年时间内形成了网约车、移动支付、外卖、电商、物流等多场景的综合生活服务平台,已成为印度尼西亚市值最高的科技企业。

美团点评战略与投资平台高级副总裁陈少晖表示,美团点评响应国家“一带一路”倡议,积极探索全球化机会。通过与当地优秀团队合作,输出中国的先进经验,为新兴市场的互联网用户带来最好的本地服务体验。美团点评CEO王兴曾经指出上天、入地、全球化是未来科技企业发展的主要方向。在互联网领域,中国经验和中国方案可能比美国经验和美国方案,对发展中国家更具有借鉴意义。中国企业的商业模式已经成为全球新兴市场的学习典范,这正是中国企业走向全球的最好时机。美团点评的全球化探索之路,才刚刚开始。

墨迹天气 瞄准企业消费升级红利

B端服务商业化,为墨迹天气在广告营收之外打开了另一扇窗。根据近日证监会“增加制度的包容性和适应性”的表态,业界认为,A股未来有望迎来更多优质的“独角兽”公司,拥有5亿用户的墨迹天气值得关注,尤其是近年来墨迹天气在气象商业化层面的探索,让这家做天气生意的科技公司在抓住企业消费升级红利的路上,提供了收割路径。

根据墨迹天气递交的资料数据,成立于2010年的墨迹天气,目前占有中国天气应用市场近70%的份额、拥有5亿多用户,2014—2017年,公司营收分别为0.45亿元、1.27亿元、2.1亿元、3.1亿元,2017年前9个月,墨迹天气营收2.23亿元,已超过2016年全年收入。

除了互联网企业普遍依赖的广告营收外,墨迹天气针对B端的商业化进入天时地利阶段,也成为墨迹天气未来最值得期待的盈利模式。2015年6月,气象局颁布了一项法令宣布开放中国气象信息,并于2020年完全放开,鼓励民营资本和气象局合作,国内气象信息开放后的巨大创业机会开始显现。

“当墨迹天气提供定制化的商业服务,将天气预报变成一种商品的时候,就意味着我们对B端企业有很大的价值提高。”墨迹天气创始人兼CEO金犁这样认为,墨迹天气为此已做好准备。

据墨迹天气高级技术总监王磊透

露,针对B端的短时气象数据服务已于2015年底正式推向市场,短时预报功能可以预测未来2小时内,逐分钟逐公里的天气情况。数据显示,相比于传统的预测准确率30%左右,墨迹短时预报的准确性普遍在80%以上。

王磊介绍,短时为目前墨迹天气针对B端的核心产品,利用FCN网络(全卷积网络)和Conv-LSTM网络(长短时记忆网络)等AI技术,实现机器短时预报,墨迹天气用来训练机器的数据有将近十年的积累。目前,墨迹天气的B端客户包括河北省气象灾害防御中心、中石油研究院、美团点评、饿了么、百度外卖和阳光保险等。

不过,这些还远不能体现气象商业化的前景。2014年国家气象局和国家统计局的调查显示,我国按需定制的公众气象服务的年市场价值达2000亿元,越来越多的企业已经逐步意识到气象对公司业务的影响,在制定业务方案的时候会将气象因素考虑在内,气象需求已成为企业消费升级的表现。

或许,西方经济学中的德尓菲气象定律可以给墨迹天气更多的理论支持,气象投入与产出比为1:98,也就是说企业在气象信息上投资1元可得到98元的经济回报。为此,业界可以将墨迹天气对标美国天气公司TWC,所有iPhone、安卓手机(除中国区)内置的天气数据都来自TWC,后者一半的营收来自气象商业化。

微信看不上内容生态吗

张绪旺

微信用户太多了,多到一丁点的风吹草动,外界都会有诸多猜测。近一个月时间,微信频繁更新技能,小游戏横空出世,春节期间又要为小程序摇旗呐喊。

但如果从次数上看,微信对于内容生态的调整更多,比如要推出独立的公众平台App、微信公众号文章可以修改、个人公号注册数量调整……

乍看上去,内容创作者很是兴奋,细细看来,又觉得不是滋味。还是上述三件事儿:公众平台App不是信息流,只是移动版的编辑后台;能够修改的微信文章只限5个错别字;个人公号注册数量从5个降为2个。

对于内容生态,微信似乎在有意识地保持克制。对外而言,这是手机百度和今日头条的福音,腾讯新闻客户端和天天快报两个自家兄弟也免于同室操戈。对内而言,被呼唤了好久的微信内容大爆发,始终欠了很多火候。

当然,这样说对微信未免不公平,无心插柳的订阅号,已经是自媒体时代的内容领军者,数量庞大的公众号文章,已经是内容定价市场说一不二的重要标准。

说白了,公众号作者和用户的不满,来自于对微信流量的渴望。毕竟从产品机制上,微信文章没有明确的推荐机制,不像今日头条、手机百度,把内容这道大餐,直接喂到用户口中。

微信一度在搜索业务上厉兵秣马,但对比已经全面转向信息流“推荐引擎”的百度,微信搜索反倒像个老古董产品。

尤其是现在,微信把重心转向了小程序,这是一个与搜索商业模式相悖的产品:搜索是中心化的,侧重线上导流;小程序是去中心化的,侧重线下随用随走。

说到底,不是微信看不上内容生态。内容是互联网广告的最好载体,四大门户以此为生,百度和今日头条争夺着一年1000亿元以上

的市场份额,微信不可能错过。

但现在,内容仍然是流量导向,带有强烈的中心化思维。这与微信倡导的去中心化理念着实相悖。因此,即便没有苹果商店规则问题,微信文章在测试了“赞赏”功能很久之后,也并未大张旗鼓地推动内容付费。

因为付费就意味着涌现头部作者,微信就要去推荐头部作者。而现在,“六神磊磊”、“迷蒙”这样的微信大号,算得上真正的口口相传,与粉丝个位数的新公号相比,微信也并没有给予大号更多助力。

业界经常有这样的声音,在内容生态竞争中,从业者最害怕的就是微信。内容创业的产品门槛极低,不管图文、视频还是直播,太容易被流量所主导。每隔一段时间,内容创业者就会有这样的想法:微信做不做信息流?微信做不做直播?微信做不做短视频……

现在看来,微信仍然足够克制。

华夏幸福三个产业新城项目 入选财政部第四批PPP示范项目

2月6日,财政部发布《关于公布第四批政府和社会资本合作示范项目名单的通知》,共有396个项目入选,比第三批减少了约25%,且呈现出项目规范性稳步提高、充分体现政策导向性、注重项目经营性现金流和实施进度,以及项目评审全过程规范透明等四大特点。在其中15个城镇综合开发类项目中,华夏幸福3个产业新城项目入选,分别为湖北省黄冈市团风县产业新城项目、浙江省湖州市南浔区产业新城项目、河南省郑州市新郑市产业新城项目。

华夏幸福是中国领先的产业新城运营商,也是国内最早以PPP模式整体开发运营产业新城的民营企业。多年来,华夏幸福深耕县域,通过创新升级“政府主导、企业运作、合作共赢”的PPP市场化运作模式,接受合作区域政府的委托,立足区域实际,提供一套可持续发展的全流程综合解决方案。

如在湖北团风,华夏幸福立足扶贫攻坚重点县实际,打造团风特色的“绿色材料-构件”的产业集群,旨在最终实现产业突围,消除贫困、改善民生,逐步实现共同富裕;在浙江南浔,结合当地江南水乡特点,着力打造科技水乡城市、世界级文旅小镇,并形成智能制造装备及新一代汽车两大产业集群;在河南新郑,依托区位优势打造“中原产业中枢”,以智能终端、新型显

示、新能源汽车及零部件、智能制造装备产业为主导,以创业孵化、研发中试、市郊商业等服务业为亮点,建设产城融合、宜业宜居的现代化产业新城。

华夏幸福执行总裁吴中兵介绍,产业新城PPP模式利用产业服务和城市运营方面的经验和资源,补齐了县域发展中资金、人才、技术、能力等方面短板,一定程度上解决了发展的不平衡不充分问题;通过创新体制机制,探索出社会资本参与城镇综合开发的新路子;坚持科技创新和资本创新驱动双轮驱动,以促进科技成果转化为重点,以龙头项目为牵引,加速项目落地,推动产业集群集聚,为区域转型升级提供了新动能。

位于北京天安门正南50公里的固安产业新城,是固安县政府与华夏幸福自2002年以来合作开发运营的。15年来,曾经的农业大县已经转变为现代化工业强县,产业新城财政贡献率达到68%,累计招商引资达1500亿元,初步形成新型显示、航空航天、生物医药等三大千亿级产业集群。“产业新城的模式是有竞争力的,是可以复制的。”清华大学PPP研究中心首席专家王守清曾对媒体表示,“固安模式”具备自我造血功能。

加上此前入选的河北固安产业新城、江苏溧水产业新城,目前华夏幸福已有五个产业新城项目入选财政部PPP示范项目名单。