

10 回眸2016

品品互联网产业的资本味道

本报记者 陈静

回首2016年互联网产业的发展轨迹,资本的力量始终清晰可见。

从网红 papi 酱获千万融资,到滴滴与优步中国合并;从 ofo、摩拜作为共享单车的领头羊先后获得过亿美元融资,到美图秀秀赴港上市拉开互联网第六波上市潮,资本的力量仍然耀眼。但在另一方面,“资本寒冬”之说也不绝于耳。

这一年,资本推动互联网产业斩获了哪些硕果,未来又将看好哪些风口?

资本始终是撬动互联网产业最重要的支点之一。

一直以来,资本的活跃支撑了互联网的创新和繁荣,但是不管人们愿不愿意承认,“资本寒冬”也已经成为今天互联网产业必须直面的“新常态”。尽管作为仅次于美国的全球第二大创投聚集地,我国天使基金、创投机构总量接近3000家,但来自市场研究机构易观的数据显示,2016年互联网行业新增创业公司数量2677家,同比下降77%;获得投资的互联网企业数量为5644家,同比下降26%。

易观分析群组总经理董旭表示:“今年投资机构的投资频率降低、谨慎程度提高,不再是创业公司拥有流量就能获得资本的青睐,但优质企业仍然能拿到不错的融资金额。与其说是‘资本寒冬’,不如说是资本趋于理性,投资机构更关注企业的运营和持续盈利能力。”

“下半场”已经来临。当互联网回归商业本质,资本的真金白银又将涌向何方?

“流量红利”终结时

资本的态度变化来自“流量红利”的终结。

数据服务商 GrowingIO 创始人张溪梦坦言:“马太效应在这一年体现得更为明显,弱者越弱,强者越强,头部流量集中在BAT这3家企业中,剩下

的机会越来越少,流量价格也越来越贵。”

创客金融服务商微商创客 CEO 曹升同样表示:“互联网用户数量的增长已经进入瓶颈期,而创业产品的供给太多了,因此消费者的注意力很容易被分散,很多项目很难获得注意力和相应的收入。”

这让“上半场”通行无阻的“烧钱补贴赚客户,靠流量卖广告拉投资”的一整套“组合拳”开始失去了以往的犀利。投资机构凯璞庭资本董事会主席李金华表示,互联网曾经讲究的是“眼球经济”,包括阿里巴巴、滴滴等在内都是先做品牌做营销,甚至烧钱,把用户先争取到再说,“页面浏览量越高,意味着越能先独占市场,至于赚钱,那是之后的事”。

但是,现在,投资方的关注点开始从订单量和交易额等指标转向了盈利能力和何时能够盈亏平衡,这意味着市场告别了贴钱做规模的粗放阶段。

市场研究机构亿欧创始人黄渊普以O2O为例分析了行业的变化,“过去有流量红利、人口红利,拿补贴换用户,成本相对还算可以承受,但现在市场从增量市场变为存量市场,巨额补贴会明显因为用户减少而出现边际效应递减,盲目补贴已经失去了实际意义。”

那么,“下半场”的互联网市场又将转向何方?留住客户、提升黏性、满足刚需、扎实盈利,这显然是所有人都看得到的方向。谁能实现这一点,谁就能获得资本的青睐。有创业者坦率地告



VR、AR、人工智能等新技术成为互联网产业的新风口,图为外国用户体验天猫VR购物。



互联网医疗的迅猛发展,为基层群众提供了更加便捷的公共卫生和基本医疗服务,远程问诊大专家不再是梦想。这是在宁夏银川,智慧医疗深入社区,医护人员为居民现场演示智能血压测量设备。 本报记者 陈静摄

诉记者,喊着做概念、做生态已经落伍,只有解决实际问题,靠技术和模式本身解决“痛点”的服务,才是穿越“资本寒冬”的撒手锏。

互联网因势而变

互联网正在因此而变“重”,仅仅停留在线上的商业模式已不足以吸引资本的目光。

乐刻运动近日宣布,将在全国范围内开出5000间智能健身房。这是个惊人的数字,因为与之相对应的数据是,美国最著名的小型健身房 Anytime Fitness 的门店数量仅为3000家左右,乐刻运动也因此在今年7月获得了头头是道基金、华晨资本领投的1亿元人民币B轮融资。乐刻CEO韩伟表示,乐刻的竞争优势在于:线下,功能集中的迷你健身房能保证最大化的坪效,而在线上则以平台的模式为教练提供服务。“私教在乐刻收入能够提高50%到100%,这些都是通过数据化的互联网改造来实现的,从本质上来说,乐刻是一个数据公司。”韩伟表示。

而联盟电竞同样选择将触角伸向线下,这个从事自有品牌赛事运营、电竞赛事节目内容制作与发行的公司,将与电子专业市场经营者深赛格合作,在深圳华强北兴建一座面积近2000平方米的线下电竞场馆。而在此前,联盟电竞还在美国投资了 Esports Arena 的全新

电竞场馆,并在欧洲启动了电竞大篷车项目。联盟电竞的投资方联众董事长杨庆表示,电竞是泛娱乐行业里最具有IP黏性的产业,普及线下电竞场馆,有助于“金字塔根基”的建设。

互联网也在变“细”。直播行业的内容垂直化正是其中的生动写照。

“今年第三季度以来,网络直播出现比较明显的带宽增长,这其中就包括最近兴起的旅游直播、电商直播等垂直领域直播。”中国信息通信研究院政策与经济研究所主任何伟表示。

直播平台同样意识到,在行业洗牌中,优质内容才是引入大流量、保证平台胜出的根本。曾经以礼物打赏为主要收入来源的直播平台,开始利用直播这一流量入口逐步渗入各个业态,以提高行业变现能力。拿“直播+电商”一个细分领域来看,今年6月,淘宝、蘑菇街、聚美直播上线,途牛影视与花椒达成战略合作;7月,苏宁直播上线,“一直播”则于近期推出了电商橱窗功能,在直播的同时发起商品售卖。

技术的核心竞争力也在得到更多的认同。“六和桥”“独角兽”孵化器创始人马海邦告诉记者:“未来获得资本青睐的互联网创业项目,必须有产品有技术壁垒,必须以科技的核心竞争力为基础,有颠覆上游行业的能量。从今年来看,仅有互联网商业模式的创业项目并不吃香。相反,包括生物医药、机电一体化、机器人等仅将互联网作为工具的项目,反而获得了各方私募和风投的青睐。”

“互联网+”带来哪些改变

互联网+农业: 强农惠农添捷径

“互联网+”现代农业,可以说是继家庭承包经营、农业开放入世、农民工大量进城之后,新一轮指导农业发展的方式方法和规则模式的改变与创新。

农业部对“互联网+农业”已经制定了明确目标,要抓好市场信息服务、试点示范和信息进村入户,利用互联网等现代信息技术推动农业转型升级,力争到2020年农产品网上交易额占比达到8%。物联网等信息技术应用比例达到17%。

行走在广大农村,这一年记者们亲眼见证了集互联网、移动互联、云计算、大数据和物联网技术为一体的农业生产方式,正实现着现代农业的实时监控、精准管理、远程控制和智能决策。

一方面,信息技术正在对传统农业进行改造。在大数据的精准“计算”下,农业的各项资源要素被优化配置。插上信息化翅膀的农事活动变得不再繁重,在农业生产基础较好的各地农垦系统,基于环境感知、实时监测、自动控制的网络化农业环境监测系统正在普及。“2015年以来,农业部在8个省份开展农业物联网试验示范,推介了426项技术、产品和应用模式。”农业部市场司副司长王小兵说。

另一方面,越来越多的农民上网“触电”,确立了互联网思维的新农民逐渐学会运用现代信息技术进行农业生产经营。农民正在实现从传统的单一生产者向生产经营主体的转变,懂生产、会经营、善管理的新型农民队伍正在壮大。

更令人欣喜的是,“互联网+”已经成为强农惠农、增加农民收入、缩小城乡差距的一条现实途径,特别是农业电子商务对农民增收的作用已经显现。浙江省遂昌县将农业电商作为县域经济发展的重要引擎,变区位优势为生态优势,连续多年农民增收超过全省平均水平。通过发展农业电子商务,茶叶、猪肉、禽肉远销国内外,仅地瓜干从线下到线上身价就增长了4倍。互联网催生的分享经济新模式,让农民共享现代化的发展成果。(端然)

互联网+工业: 柔性制造渐成风尚



电商时代,大规模流水线的制造业遭受到巨大冲击,个性化定制、柔性生产已经成为中国制造迈向中国智造的必然选择。传统制造业拥抱互联网,要改变的不仅是工厂,更是企业的思维模式。

这是互联网服装品牌茵曼的设计师正在用自动化设备打版。利用柔性供应链,采用“小快多”生产模式成为各大电商的标配。 本报记者 陈静摄

互联网+旅游: 线上线下走向融合

今年下半年,在线旅游市场迎来整合潮。去哪儿度假与携程旅游合并,此前携程对去哪儿、旅游百事通进行战略投资,国内三大线上线下旅游企业在度假领域开始全面整合。此外,同程旅游旗下的同程国旅也合并万达旅业,充分实现线上线下融合发展。

“互联网+旅游”何以蔚然成风?根本原因就是线上线下旅游企业都急需补齐“短板”,以便在高速增长旅游市场上占据先机。

携程、途牛等在线旅游企业,虽然在旅游品牌、产品、技术等方面优势显著,但是在用车、门票、导游等线下服务方面则显得“底气”不足。毕竟旅游消费并非只是在网上订好机票和酒店那么简单。消费者来到景区时,仍然离不开打实的旅游服务。同时,对传统旅行社而言,积极拥抱互联网,主动将互联网技术应用到旅行社业务当中,则可以借助线上的品牌影响力和流量,有力扩大客源,创新服务,实现自身的更好成长。

在线旅游企业和传统旅行社应该加快融合发展,因为他们本就是处于旅游产业链的不同位置。在线旅游企业要借助传统旅行社“落地生根”,而传统旅行社企业则应充分树立互联网思维,加快产品创新、提升服务能力。对此,中国旅游研究院副研究员杨彦锋表示,未来线上线下旅游的分界线会越来越模糊,旅行社市场会向综合体方向发展。(端然)

你和我——2016“共享”新经济

通过手机“搭伙吃饭”、拼车出行、预订短租房……2016年,基于互联网平台而生的“共享经济”为消费者带来许多新体验

在天津市河西区,18岁的张畅(左)与26岁的张钰手持手机在后者通过Airbnb旅行房屋租赁社区出租的公寓内留影(12月9日摄)。房客张畅是天津理工大学的大一学生,这是她第一次使用Airbnb租房。房东张钰将上世纪80年代的房子改造成更符合年轻人审美的公寓,自今年7月出租以来,这间公寓已迎来超过100名客人,其中多是和她年纪相仿的“80后”“90后”。 新华社记者 白禹摄



在上海市虹口区,司机王丝维(左)和乘客朱变分别展示“滴滴出行”手机软件的司机页面和乘客页面(12月2日摄)。 新华社记者 丁汀摄

在浙江省杭州市西湖区,白领童丽莎(左)展示手机和通过家庭厨房共享APP“回家吃饭”订购的午餐;半小时前,在距离她不足3公里的居民楼里,家庭主妇张净(右)展示手机和为童丽莎制作的菜肴(12月1日摄)。 新华社记者 黄宗治摄

