

▲ AR有可能将地图和摄像头识别变成新的本地商务入口

▲ AR红包通过虚拟互动连接支付宝在线上线下庞大的商户资源和流量用户资源,既可以吸引消费者到店,又可以通过强化推广单品及爆款来大幅提高营销的精准度



艺术复制品值得买吗

双木

随着艺术品投资市场的升温,各种艺术复制品不断出现。收藏者并没有把这些精致的复制品“拒之门外”,一些复制品不仅登堂入室,而且还卖出了高价。高价购买艺术复制品究竟值不值?这一问题越来越为收藏者所关注。

在艺术品投资中,谁都愿意购藏真迹名作,但真迹却只有一幅,且大多收藏于博物馆或收藏大家之手。复制品的出现则满足了不同层次收藏者的需求,一些受欢迎的复制品,不仅完整漂亮,而且价格最贵不过几万元,一般收藏者都可以接受。复制品的历史价值与艺术价值不可与原作用并论,但观赏价值不相上下,也是保持原作艺术寿命的有效途径。

目前市场上,艺术复制品较为常见的是在宣纸、绢本、油画布、水彩纸等材质上进行艺术微喷复制。依托新的印刷技术,不仅能大量生产制作,并且价格适中,适宜保存,收藏爱好者比较容易接受。另外,市场上通过水印木刻、珂罗版等版画技术制作艺术复印品的传统工艺也渐渐复苏。值得关注的是,艺术复制品与赝品有很大区别。赝品是故意隐瞒其仿制身份的仿制品,其用途是被充当真品来出售的。复制品同原作、真品相近,也是一种艺术品。它从用材、形体、工艺、风格上,要与真品保持一致。复制品由于同真品近似,不仅历来为收藏家所看重,甚至可作为博物馆的陈列品,以保护真品免遭破坏,或补救真品之遗憾。

追溯起来,我国艺术品的复制已有上千年历史,书画临摹的历史能追溯到三国时代。正是有了复制品,才使许多书画延续至今,使我们得以窥见其中的变迁。而且,一些优秀的复制品随着时间的推移成为真正的艺术品。如古代书画中的《洛神赋》、《女史箴图》、《韩熙载夜宴图》、《兰亭序》



节前迎来“喝酒行情”

本报记者 温济聪

农历春节临近,茅台、五粮液、泸州老窖等上市酒企纷纷传出“限量令”,并提高白酒出厂价格。在从来不缺少热门概念板块的A股市场,节前白酒板块表现突出,大幅跑赢大盘,迎来一波“喝酒行情”。

以2017年开年第一周的股票行情为例,白酒板块录得3.97%的单周涨幅,不仅跑赢大盘,更是在食品饮料子行业中称雄。同时黄酒、啤酒行业分别以3.48%、3.14%的单周涨幅在食品饮料子行业中位居第二和第三。在18只白酒板块个股中,有14只个股单周上涨,占比高达77.78%。其中,伊力特单周上涨5.45%摘得桂冠,而贵州茅台、五粮液、金种子酒、泸州老窖、古井贡酒、水井坊的单周涨幅均超过3%,其中贵州茅台为4.97%。

与股市资金热捧相对应的是,不少业内人士认为白酒板块有较高的投资价值。兴业证券食品饮料行业分析师陈嵩昆认为,除了临近春节旺季,白酒需求持续增长,批发价超预期上涨这一因素外,白酒板块经过3年的调整后,呈现出“库存极低,价格回升,渠道盈利”的卖方市场特征。主要表现在:社会库存极低,经销商补库存动力强。从目前时点看,高端白酒市场库存处于历史低位,渠道补库存将成为拉动行业增长的重大动力;价格方面,茅台、五粮

等,就是在原作泯没的情况下靠临摹复制得以保存至今,否则后人根本无法看见这些名迹。

在西方,艺术复制品占相当的市场份额,消费者可以根据自己的需求和消费水平进行选择。国际各大博物馆和收藏家也有收藏高品质复制品的传统。西方的艺术品市场上有70%产品是有限印刷品,原作市场只占三成。许多画家甚至以复制自己的作品作为主要收入。

其实,高品质的复制品同样具有投资价值。北京荣宝斋20世纪50年代用木版水印技术印制了唐代的《簪花仕女图》等古代名画及齐白石、徐悲鸿作品,当年几元钱或几十元钱的齐白石、徐悲鸿作品的水印木刻复制品如今也已是收藏的珍品。近年来在国内艺术品市场上,也有多位现当代艺术家的作品被制成限量版复制品销售。艺术家吴冠中的艺术复制品,曾创造了复制品拍卖的天价。

面对五花八门的复制品,该如何分辨?

有专家表示,判定复制品是否具有收藏价值和升值空间,可以通过3个标准,即原作价值、原作名气和复制技艺。北京故宫博物院专家介绍:故宫的画师一年只能临摹一两幅复制品,这些复制工艺精湛的复制品本身就可以作为艺术品来收藏。

收藏者在选购艺术复制品时,一定要擦亮眼睛,千万不要被那些升值的神话所迷惑。流水线上批量生产的印刷品、粗制滥造的地摊货,就算被冠上再响亮的名头、用再正式的展销方式销售,也是没有收藏价值的。收藏复制品,一定要具备一定的文物知识,要对艺术品制作工艺有所了解,把握好对原作价值的认识。最重要的是,收藏者应当怀有对传统文化、艺术的喜好,因为热爱而收藏。

AR红包的醉翁之意

本报记者 温宝臣

2016年没有尝鲜任天堂AR(增强现实)手游《Pokemon GO》(口袋妖怪)的朋友,可能有些遗憾。不过,今年1月4日以后就能在麦当劳找到代替品——AR红包:支付宝AR红包与麦当劳合作,在北上广和杭州部分连锁店推出了“新年专属红包”。消费者前往这些麦当劳餐厅,打开手机支付宝AR红包,找到线索扫一扫,就可能收获惊喜。

AR红包与口袋妖怪玩法类似,同样基于地理位置信息和增强现实,只是将寻找的对象从精灵变成了红包。

如果只把AR红包当成讨好消费者的玩意儿,可就有点小瞧支付宝了。AR红包的醉翁之意可能不在红包。一位业内人士认为,AR有可能将地图和摄像头识别变成新的本地商务入口。

初体验如何



2016年12月22日,支付宝发布了10.0版,最大的特色就是加入了AR实景红包。

具体来说,用户可以在支付宝上点击“红包”,选择“AR实景红包”,再选择“藏红包”,用户分别设置完位置信息、线索图、领取人等后,就生成了AR实景红包。领红包有两个条件:一是走到藏红包位置的500米范围内;二是找到线索图中的物体,打开支付宝扫一扫。

知名产品运营师张恒表示,想让玩家一个游戏能持续,需要不少条件:虚拟GPS定位,在更多的位置发红包;藏红包的“目标物体”必须是一个标准且常见的物体,这样用户的参与门槛才会足够低;能让用户快速了解领取红包所需对标的“目标物体”是什么,用户才不会放弃;用户领取红包之后至少有一些惊喜才会鼓励身边的人也参与进来,等等。

基于“LBS(位置服务)+AR+红包”的方式,AR红包互动性和趣味性都强了很多。

同时,聪明的用户也给了支付宝不少“惊喜”。由于AR红包是按图索骥,在外观是标准化的物体且在范围之内,即便不是同一个物体,只要外形相同且背景变化不大的话,也可以识图获得红包,不少高人就抄近道直接“P”图。1月5日,支付宝发布了10.0.1版本更新,虽然官方并未对此给出更新信息,但很可能是针对实景红包等功能的错误修复等。

“红包之争”争什么



2014年春节期间,腾讯推出微信红包功能,着实火了一把。其亮眼成绩吸引了支付宝等互联网公司跟进,尤其是新浪微博和支付宝。此后,每逢春节便成了互联网巨头公司红包大战最激烈的时候。

不过,今年春节可能会让不少人遗憾,因为支付宝和微信都不准备像往常一样剑拔弩张了。2016年12月28日,微信创始人张小龙明确表示,微信摇红包的历史使命已完成,希望在春节期间微信的使用者能够用更多的时间陪伴家人。就在此前,AR实景红包的产品负责人零龙也表示,今年没有红包大战,支付宝对于红包产品没有任何拉业务的指标,“我们所有的目标就是在春节这样的时刻回馈用户,通过支付宝红包让人和人之间能有更多的互动,为春节增加更多年味、快乐和正能量”。

经过几年的消费教育和使用习惯培养,消费场景搭建已基本完成。同时,红包功能并没有削弱,腾讯和阿里的红包大战不会谢幕,而是要不断升级创新了,毕竟消费者也愿意尝鲜。

中国电子商务研究中心主任曹磊表示,春节历来是互联网公司推广产品的好时机。红包一端连着人,另一端连着钱,是移动互联网与线下商业结合的良好载体之一,是发展新用户的重要渠道。

安信证券计算机行业分析师胡又文表示,红包的社交与金融双重属性带来了二次流量分发的机会。此前腾讯推出微信红包被马云称为“偷袭珍珠港”,正是利用红包的社交与金融的双重属性,将大量微信社交流量



成功转化为金融流量,进而成为其互联网金融业务的敲门砖。

长江证券的研究显示,支付宝的月活跃用户约3.14亿,微信支付的用户约4.9亿。支付宝虽然在纯支付APP里用户数遥遥领先,但是却面临着社交巨头微信支付的强大竞争挑战,亟需通过新的营销渠道来获取新用户。

上海帅醒科技CEO张俊告诉记者,AR红包只是一次简单的试水,AR的作用有可能是将地图和摄像头识别变成新的本地商务入口。果真如此的话,阿里巴巴将抢先获得新入口的门票。

线下引流利器



阿里巴巴集团董事会主席马云在2016年的云栖大会上表示,阿里巴巴今年将不再提“电子商务”,而是要发展新零售。线下的企业必须走到线上去,线上的企业必须走到线下来,线上线下+现代物流,合在一起,才能真正创造出新的零售业。

这样看来,线上与线下以及物流的统一,应该是阿里巴巴下一步的重要方向。阿里线上流量资源在电商领域占有绝对优势,在线下凭借口碑网,其商家资源也十分丰富。数据显示,2016年“双12”期间,有近千家大型商

场和超过100万家商户与支付宝合作,并创造出销售额新高峰。

目前的难点就是如何将线上流量引流到线下商铺。民生证券分析师郑平认为,AR红包通过虚拟互动连接支付宝在线上线下庞大的商户资源和流量用户资源,从而把线上用户向线下商户引流。对于商家而言,AR红包既可以吸引消费者到店,又可以通过强化推广单品及爆款来大幅提高营销的精准度。

实际上,已经有不少商户对此进行了尝试。张恒运用AR红包对其作品《运营制胜》进行了推广。在他使用AR红包当日,《运营制胜》在当当的出货量一共63本(减去每天正常的15本左右的订单量),付费转化率高达11.62%。张恒认为这是一个不错的数据。

国海证券分析师孔令峰认为,支付宝AR实景红包意图帮助线下商家基于LBS位置以红包形式吸引客流,最终增加营收。这也正是阿里巴巴“为小微企业服务”使命的体现,同样能为阿里带来巨大的价值。

另外,AR实景红包可以收集消费者的经常性消费地点的数据,也可以掌握消费者的消费品类和频次数据,实现线上线下的融合。

当然,也有人短期内不看好AR红包,或者由于用户体验不佳,或者因其竞争优势不明显。比如,张俊就认为,暂时看,AR红包比较适合商家发优惠券和企业晚会现场活动使用,我们期待它的下一手。

陶教授来了

★ 课堂

【世界货币】

世界货币即货币越出国内流通领域,在世界市场执行一般等价物职能。世界货币可购买外国产品,也可平衡国际贸易差额。执行世界货币职能的货币一般是贵金属自然形式,主要是黄金。但少数经济实力强大国家的纸币在一定程度上也执行着

世界货币职能。

【国债到期收益率】

到期收益率又称最终收益率,是投资购买国债的内部收益率,即可以使投资购买国债获得的未来现金流量的现值等于债券当前市价的贴现率。它相当于投资者按照当前市场价格购买,并且一直持有到满期时可以获得年平均收益率。

【买房为何不算消费】

买房和买车不一样,不算是消费而

是投资。宏观经济学中,投资作为GDP的组成部分,是指对未来生产更多物品和劳务的物品的购买。买房行为,更多的是将自己的流动资产转换为固定资产,因而购买商品房产通常属于投资,而不是消费行为。

★ 茶座

【营销队伍中的“兵、将、帅”】

①兵:下等兵见客户只谈产品,这是推销;普通兵以谈产品为主,聊生活为辅,这是销售;上等兵以沟通生活为主,谈产品为

辅,这是产品营销。②将:与客户以事业和生活沟通为主,亦师亦友,这是关系营销。③帅:与客户沟通价值观,尊重客户,客户感恩,这是营销。

【定价的七个原则】

①价格应根据商品在消费者眼中的价值而非成本来制定。②价格应该是切实的。③价格应在可控范围内具有可比性。④如果想调价,必须调整服务或产品构架。⑤价格差异是赢利的关键因素。⑥定价沟通影响消费者的看法。⑦若想提高利润,必须做好牺牲部分销售额的准备。

【经济学解读“幸福四要素”】

“幸福=土+Y+衣+一口田”。幸福就是:有安身立命的一块地,不愁吃喝的一些钱,有可挡风雨的衣服穿,有可早晚耕耘的一份事业。

【股市里头看人生】

①谈朋友叫→选股;②订婚→建仓;③结婚→成交;④生子→配股;⑤超车→增发;⑥感情不和→套牢;⑦白头偕老→做长线;⑧自由恋爱→开放式基金;⑨父母给钱→资产注入;⑩离婚→解套。(文/王琳整理)