

市场瞭望

向移动优先方向转型

电视购物拥抱短视频

本报记者 马洪超

近日,在由中国传媒大学、家有购物集团联合主办的第二届中国电视购物创新发展研讨会上,与会专家认为,伴随我国居民消费升级和媒体融合发展,电视购物正面临着转型升级的机遇和挑战。今后,我国电视购物行业要在推进营销规范化、经营品牌化的同时,积极向移动优先方向转型。

不久前,商务部发布的《2017年中国电视购物业发展报告》显示,2017年我国获得电视购物经营许可的34家企业实现销售额363亿元,同比小幅下降1%,降幅比上年收窄7个百分点,市场规模趋于稳定。截至2017年底,我国电视购物会员人数突破8200万人,同比增幅超过9.3%。

“取得上述成绩实属不易。”国家新闻出版广电总局发展研究中心信息研究所所长、研究员李岚表示,电视购物行业发展既与宏观经济运行态势密切相关,又受到广告分流、电子商务发展的影响。今后,我国电视购物行业一方面要挖掘自身潜力,探索转型升级;另一方面,应在合作共赢、产业融合基础之上,以短视频为主打,实行移动优先战略。此外,还应树立国际化视野,努力形成全球产业价值链。她指出,2017年我国跨境商品销售总额比上一年上升了117.5%。

家有购物集团董事长黄剑平表示,在媒体融合背景下,当前电视媒体产业面临着总量萎缩、广告增长率下滑等不可避免的现实。以电视为核心平台的电视购物行业,直接受到了传统电视媒体下行趋势的影响,同时也面临新兴媒体发展带来的机遇和挑战。数据显示,互联网电视渠道连续两年保持良好发展势头,2017年销售总额同比增长了37%。

“媒体购物要素正呈现出前所未有的复杂性、系统性和迭代性。”中国传媒大学教授、国家广告学院院长丁俊杰指出,无论是内容驱动、技术驱动,还是传播驱动、渠道驱动,电视购物的驱动方式越来越呈现出系统性,而且电视购物产品开发频率大大加快,周期大大缩短。面对新的挑战,应该以购物规律和发展潮流设计电视购物的路径,其中之一便是开展全渠道营销,特别要注重移动优先。

北京亿欧网盟科技有限公司副总裁由天宇建议,电视购物内容形态、传播手法以及互动方式要符合渠道的特征,要从新兴渠道特点和个性化做新兴内容,建立自己的品牌号召力和号召力。同时,电视购物还应增强社交属性,利用社交传播和社交关系,开展营销传播。他预测,电视购物行业未来会发生资本整合,从更高层次推动用户的变化和变革。

在中国传媒大学新闻学院副教授陈锐看来,电视购物行业潜力仍然很大,单位产出也很大。他建议,一要把用户数据更多积累到电视购物平台上,用透细分;二要重视社会关系的营造,做“关系促进型”媒体购物;三要挖掘深层次需求,深入挖掘受众价值观,塑造自己的平台价值观;四要不断创新,电视购物可以与综艺节目等进一步融合发展。

产业一线

打造稀土新材料产业基地

兰州将成立稀土产业研究院

本报讯 记者陈发明报道:近日,在由兰州市政府和兰州大学联合举办的稀土功能材料研究与产业发展(兰州)研讨会上,甘肃省委常委、兰州市委书记李荣灿表示,兰州要创新体制机制,成立稀土功能材料产业研究院,打造全新的政产学研联合体。兰州将推动稀土元素功能开发、机理研究和稀土功能材料整体创新,加强稀土新产品开发,形成具有国际竞争力的稀土材料及应用产业,把兰州打造成为国家重要的稀土新材料产业基地。

中国稀土行业协会副会长、秘书长杨文浩说,经过几十年的努力和发展,我国已在稀土矿产领域和冶炼产品的供应、技术、装备、生产管理等方面处于国际先进水平。

甘肃拥有发展稀土产业的基础,始建于1969年的甘肃稀土公司是中国稀土产业奠基企业,见证了我国稀土产业从无到有、从小到大、从弱到强的历程。目前,该企业发展形成了稀土加工分离、稀土金属、稀土研磨材料、稀土贮氢材料、稀土磁性材料、稀土发光材料、氯碱化工等七大较为紧密的产业链。同时,兰州在稀土材料基础研究方面有着以兰州大学为代表的雄厚技术和人才支持。

记者了解到,稀土功能材料产业研究院将由兰州大学、兰州高新区管委会、甘肃稀土新材料股份有限公司共同组建。在发展定位方面,该机构将围绕催化材料、发光材料、磁性材料、贮氢材料、研磨材料五大研究方向,实施精品战略,开发高附加值、高技术含量的稀土功能材料产品,建设国内外知名的高端稀土功能材料研发基地和产业化基地。

兰州市委常委、市委秘书长、兰州高新区党工委书记张国一介绍,稀土功能材料产业研究院计划从2018年至2025年分3个步骤推进。从2018年10月份到2019年3月份,成立稀土功能材料产业研究院,建立完整组织架构,先期设立稀土催化材料、发光材料、磁性材料3个实验室,具备基本研发能力。

“第二步从2019年到2020年,再设立稀土研磨材料、贮氢材料两个实验室,建立稀土功能材料产业联盟,突破一批关键技术,产生一批产业化成果。”张国一称,第三步从2021年到2025年,届时将建成稀土功能材料产业园,孵化培育一批创新型科技企业以及“瞪羚”企业,形成具有国际竞争力的稀土功能材料产业集群,力争稀土产业营业收入达30亿元,间接产业相关经济效益100亿元以上。

本版编辑 杜 铭

新东方在线和沪江教育谋划赴港上市

在线教育产业成资本追逐焦点

经济日报·中国经济网记者 陈 静

透视

最近,新东方在线、沪江教育计划赴港上市,在线教育领域资本热潮涌动。一方面,在线教育打破时间空间限制、推动教育资源均等化的优势十分明显;但另一方面,互动性不足、效果不明显等劣势也一直饱受诟病。随着人工智能等新技术新模式的应用,在线教育产业正不断探索克服自身弊端,提供更加多样化个性化的教育服务——

中国在线教育市场交易规模



上周,新东方在线递交招股说明书,计划赴港上市;就在月初,沪江教育也向港交所递交了招股说明书。此外,“作业帮”宣布获得3.5亿美元D轮融资,今日头条被传收购“学霸君”部分业务。

尽管来自电子商务研究中心的数据称,2017年中国在线教育市场交易规模约2402亿元,相比2016年的1560亿元规模增加了53.97%;预计2018年这一交易规模还将超过4000亿元。但2013年至2016年间,包括梯子网、老师来了、小马过河等在线教育平台的黯然离场仍让人记忆犹新。当前,在线教育产业有何新变化?为何会再次成为资本市场关注焦点?

整体尚处“跑马圈地”阶段

“我国人均教育投入只有发达国家的十分之一。随着收入水平不断提高,家庭教育投入正在不断加大;再加上人口基数的优势和开放‘二孩’政策出台,在线教育大有可为。”电子商务研究中心分析师陈礼腾表示。

同时,政策利好也在不断释放。去年8月份,国务院印发《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》就提出要壮大在线教育,建设课程教学与应用服务有机结合的优质在线开放课程和资源库。今年4月份,教育部《教育信息化2.0行动计划》提出,努力构建“互联网+”条件下的人才培养新模式、发展基于互联网的教育服务新模式、探索信息时代教育治理新模式。

新东方在线招股说明书中给出的数字也印证了这种变化。与更为“刚需”的大学教育相比,学前教育是家庭消费新需求。尽管新东方在线学前教育的营收占比仅有1.5%,但在2016财年至2017

财年的报名流水上,学前教育增速达到了惊人的515%,大学教育增速则为41.9%。

不过,招股说明书透露的信息也并非一片光明。新东方在线2017年营收成本及经营成本达3.81亿元,其中销售与推广开支就占了1.33亿元,远高于0.74亿元的教学人员和课程研究人员成本。2017年,沪江教育收入从3.39亿元上升至5.55亿元,但亏损也从4.22亿元上升至5.37亿元。另一家已上市的在线教育服务商尚德机构2018年一季度财报也显示,虽然净收入同比增长高达161.1%,为4.064亿元,但净亏损也有2.452亿元。这就意味着,尽管规模实现快速扩张,但高额营销成本也在拖慢在线教育服务商的盈利脚步,在线教育产业仍处于“跑马圈地”阶段。

人工智能可创造好老师

消费需求相当明确,资本市场热情高涨,政策利好不断释放……尽管力度有所差别,但这些因素在上一轮在线教育热潮中同样存在。实际上,在线教育产业也在不断摸索,试图通过技术和模式的变化弥补短板,提升竞争力。

在技术方面,人工智能是最好的例子。“按照场景,人工智能的介入可以分为‘人工智能+教学’‘人工智能+测评’和‘人工智能+练习’三个部分。‘人工智能+教学’目前还不成熟,但‘人工智能+测评’和‘人工智能+练习’已经对教学提供了确切的帮助。”投资机构头头是道基金董事许维表示。

在测评端,论答CEO王枫表示,利用论答的人工智能算法,“平均只要8道题就可以了解学生对中考代数涉及的74个主要知识点掌握情况,找出其薄弱

环节,准确度在92%以上。好老师就是要找到学生的问题,有针对性地提高成绩,人工智能为每个学生创造出了专属的好老师”。这种基于数据的精准分析并非线下培训机构所长。

面部识别技术也被在线教育机构屡屡应用。好未来的魔镜系统摄像头能捕捉学生上课时的举手、练习、听课、喜怒哀乐等课堂状态和情绪,帮助老师获得课堂反馈分析报告。TutorABC则宣称能够分析学生上课时的面部表情乃至开口时长,从而提供更精准的教学服务。这些尝试也正是为了弥补在线教育以往互动性差的短板。

在练习端,英语流利说等公司已把语音识别技术应用于教学,作业帮、小猿搜题和学霸君则成为主打图像识别技术的拍照搜题公司。在基础应用之上,人工智能还能直接给出对学生练习的建议。“比如,人工智能判断学生对这个知识点已经掌握了,就不用再花时间练习。分析同样类型学生的学习轨迹,就能更准确地帮其找到接下来的学习内容。人工智能带来了学习效率的提升。”“掌门1对1”联合创始人余腾说,这种“千人千面”式教学是在线教育新的竞争力。

不过,人工智能的能量毕竟来自“喂养”它的海量数据。海风教育创始人郑文丞说:“教育培训不属于数据基础特别好的行业,公立学校课堂教育和线下培训班教学都没有留下历史数据。人工智能应用的好坏,也要看在线教育平台能够积累怎样的教学数据。”

产品更加垂直化精细化

技术加成之外,在线教育产业的模式也在变。从将老师和学生连接起来的平台型,到以视频课程为核心内容的内

容型,以及提供题库、评测的工具型等,“眉毛胡子一把抓”正在被更加垂直和细分的产品取代。“目前,在线教育行业已经出现了内容型、技术型、平台型、工具型、设备型、社区型和其他类型7种模式。”云朵课堂联合创始人王庆表示。

从服务内容看,除了语言教育、考证和K12基础教育这传统的“三板斧”之外,在线教育领域也在不断拓宽。尚德机构主打成人职业教育,另一家专攻编程教学的在线教育服务商“编程猫”也在不久前获得了3亿元融资。

“为什么前几年大平台上的百度传课、淘宝教育和腾讯课堂都没有做好?这是因为教育项目很难实现品类之间的交叉销售。如果学生抱着学英语的目标,那么平台上的烹饪、编程等课程就不仅提供价值,反而造成干扰。如果在在线教育平台上的用户画像复杂多样,价值就不大。”许维表示,这也正是在线教育由“粗”转“精”的重要原因。

此外,授课模式也变得更加精细,一对一教学和小组授课成为新的发展方向。郑文丞介绍,一对一教学最早出现在口语外教领域,目前已在K12在线教育中广泛应用。“我们发现中小学课外辅导培训真正的市场在于满足中等以下学生的补课需求。这些学生很难通过标准化大班授课提升成绩,需要老师一对一指导,而且越来越多家长对个性化学习的整体需求也在快速增加。”

但是,一对一授课面临着性价比问题,皮皮鱼和魔力耳朵等主打少儿英语培训的在线教育服务商用“一对四”的小班授课模式在市场上寻找机会。“和一对一授课相比,小班授课模式能够保持学生必要的互动性和趣味性,运营成本和客单价也更高,有助于获客。”真格基金副总裁姜敏表示。

工信部向首批15家虚拟运营商颁发经营许可证——

移动转售业务迎来商用新起点

本报记者 黄 鑫

经过近5年左右的试点,近日首批15家虚拟运营商终于拿到了正式“上路”的牌照。移动转售业务在促进市场竞争、推动跨界融合创新,以及为消费者提供更多选择和差异化服务方面发挥了积极作用。虚拟运营商在实名登记、防范垃圾短信、骚扰电话和通信信息诈骗等方面仍需要深入推进

行业观察

23日,工信部网站发布消息称,已于近日向与中国联通首批签约的15家虚拟运营商发放了经营许可证,批准其经营移动通信转售业务。这意味着经过近5年左右的试点,我国移动转售业务发展迎来了新起点。

工业和信息化部信息通信管理局副局长隋静表示,本次第一批企业获得正式许可也标志着移动转售业务进入了新的发展阶段。移动转售企业在实名登记、防范垃圾短信、骚扰电话和通信信息诈骗等方面仍需要深入推进。

据了解,截至2018年上半年,我国移动通信转售用户数接近7000万,企业盈利状况持续改善,移动转售业务在促进市场竞争、推动跨界融合创新,以及为消费者提供更多选择和差异化服务方面发挥了积极作用。4月28日,工信部印发《关于移

动通信转售业务正式商用的通告》,标志着国内移动转售业务结束试点期,进入正式商用。从2013年年底开始试点,到今年5月份正式商用,再到正式牌照发放,不到5年的时间,移动转售企业充分发挥机制体制灵活、市场反应迅速、勇于开拓创新的特点,进一步挖掘移动通信市场潜力,增强行业发展动力,激发业务创新活力。

人民日报出版社副社长刘华鲁认为,尤其是最近两年,移动转售企业除了在基础通信服务、国际漫游业务等方面继续创新之外,还紧扣时代发展脉搏,进军物联网、可穿戴设备、政企信息化等“蓝海”市场,并借助平台化运营构建产业生态体系,走出了特色化发展道路,促进了移动转售企业商业模式初步形成。

移动转售企业也被称为虚拟运营商。“从2017年5月份开始,我国就

成为全球最大的虚拟运营商市场。”中国信息通信研究院规划所电信行业研究部主任许立东表示,从规模看,我国前十家移动转售企业用户都超过了200万,其中最多达到了1200万,用户超过百万级的移动转售企业则有19家。

许立东分析说,从盈利看,我国虚拟运营商盈利状况是正常的。因为新兴产业在发展初期都需要投入大量资金。但从2015年开始,我国部分虚拟运营商已经实现了盈利,到2018年6月份有16家企业盈利已达40%。从全球来看,国外虚拟运营商普遍要用5年至7年才能实现当季盈利,我国在4年左右时间就有四成虚拟运营商实现了盈利。

对于虚拟运营商未来发展的潜力,许立东认为,在试点之初,我国移动普及率就已经很高,但事实证

明,我国虚拟运营商的发展空间依然很大。根本原因在于,一是与很多国家相比,我国的人口规模以及市场容量都非常大;二是我国整体经济发展不均衡,地域差别比较大。传统运营商只提供统一的标准服务,其中一部分细分市场没有得到有效满足,给虚拟运营商提供了很大空间。

刘华鲁也认为,随着正式商用的推进,促进信息消费等工作深入和万物互联时代到来,移动转售将开启发展新篇章,移动转售企业将迎来大好的历史机遇。

“希望移动转售企业珍惜当前大有可为的历史机遇,加强规范自律,合法合规经营,注重互惠合作,深入融合发展,强化安全保障,不断开创我国移动通信转售行业的新局面。”隋静说。

隋静强调说,移动转售企业要切实承担主体责任,严格落实安全管理责任,加强安全手段建设,维护安全可信的信息通信环境,严格执行用户实名登记要求,综合整治垃圾短信、骚扰电话,防范打击通信信息诈骗。积极履行开户人义务,审慎签订商业合同,建立健全信用评估机制,夯实移动通信发展基础。