

继腾讯之后,阿里巴巴投资B站——

二次元市场如何“掘金”

本报记者 陈 静

行业观察

- 据第三方市场分析机构推算,2018年中国二次元用户规模达3.7亿人,其中泛二次元用户2.7亿人,核心二次元用户1亿人
- 泛二次元市场仍面临“叫好不叫座”的尴尬,巨大的流量依然需要转化为真金白银的“出口”
- 广告和用户付费是二次元市场在内容端的主要盈利途径

最新一季净亏损达2.5亿元,净亏损率23%,亏损幅度仍在加大。

泛二次元市场究竟该如何“掘金”?广告和用户付费是二次元市场在内容端的主要盈利途径,手握“源头”内容版权仍是巨头们的诉求。

去年2月份,爱奇艺动漫APP上线,收录了超过2500部国产漫画,其中有10部漫画改编为网络大电影。此外,爱奇艺还通过轻小说孵化项目“轻春联盟”,通过与多个平台合作获得版权。优酷也自2016年起推出了动漫“创计划”,每年将投入5亿元,持续孵化国产动漫精品内容。

在国漫孵化方面,最成熟的运营方来自腾讯。去年8月份,腾讯将QQ动漫

升级为“波洞星球”。截至去年11月份,“波洞星球”月活跃用户超过3500万,拥有超过1万部作品。腾讯公司平台与内容事业群增值产品部总经理刘亮凯透露,“波洞星球”瞄准二次元版权内容的多元化发掘和衍生品商业化,其平台上的国漫和网文内容,已开始通过有声漫画、广播剧、影视剧等方式变现。

在内容变现方面,多个平台瞄准了国漫“出海”。其中,WebComics瞄准欧美地区,其创始人林松表示,截至去年11月份,WebComics月活跃用户达230万,主要通过与国内漫画平台合作,将内容向海外输出。Mangatoon则瞄准东南亚市场,其英文版于去年7月份上线,印尼版于去年9月份上线。Mangatoon创

始人潘卫表示,目前其用户规模已超过千万,主要营收来自付费阅读,付费用户占3%到5%。“从移动互联网、移动支付即将爆发的趋势来看,预计未来2年至5年,东南亚的内容付费相关行业会迎来高速增长。”

另一个相对成熟的方向则是衍生品开发。动漫衍生品市场红火,体现了年轻用户碎片化消费需求不断上升的趋势。资深动漫迷“趴趴兔子”告诉经济日报记者,“比如日本动漫衍生品市场非常发达,在东京的秋叶原,甚至可以买到印着动漫角色形象的面包,顶级的手办(动漫人物形象的人偶)不彻夜排队基本上买不到。”

市场研究机构艾瑞的研报显示,在动漫产业发达的日本,衍生品市场规模达到内容播映的8倍至10倍,国内远远达不到。“国漫衍生品品类相对比较单一,质量也很一般。”“趴趴兔子”表示。

这也正是淘宝入股B站的重要原因。一方面,B站在游戏、动漫等方面手持的版权能够为衍生品开发提供“弹药”,淘宝从产品研发到营销的一整套流程早已“驾轻就熟”,能够帮助目前相对空白的市场快速成长。另一方面,在二次元市场中,“粉丝经济”属性更为明确。因此,通过持续的衍生品开发,淘宝也能够应对社交电商崛起过程中,持续稳定地获得流量。

市场瞭望

瑞幸咖啡继续“叫板”星巴克

“小蓝杯”改变了什么

本报记者 顾 阳

近日,国内咖啡店的骨灰级元老“雕刻时光”正式关闭了位于北京中关村的五道口店。事实上,作为国内第一代咖啡品牌,“雕刻时光”早在数年前就感受到了同样来自中关村3W咖啡、车库咖啡等新锐品牌的威胁,如今其走向衰退也并不让人感到意外。

与“雕刻时光”的小众市场不同,真正让市场兴奋的,是近年来国内咖啡连锁企业的“蓝绿杯大战”。

过去1年,从零起步的“小蓝杯”瑞幸咖啡迅速完成了2000多家门店的布局,并宣布今年门店数量将增至4500家,志在“超越星巴克”成为中国最大连锁咖啡企业;不过,“绿色双尾美人鱼”星巴克拥有深耕行业40多年,在华发展超过20年的积淀,瑞幸的赶超注定不会是一片坦途。

春节期间,星巴克CEO凯文·约翰逊放言“瑞幸咖啡2019年不大可能超越星巴克”。然而,瑞幸咖啡立即宣布将新入驻18座城市;到4月底前,全国入驻城市数量将达40座。沉寂已久的咖啡市场悄然弥漫着硝烟。

不过,对消费者来说,无论谁胜谁负,可能都是利好。尽管目前对大多数中国人而言,咖啡还谈不上生活必需品;但年轻一代消费群体迅速增长,正成为咖啡消费市场的有力支撑。数据显示,近年来中国咖啡消费量以年均20%的幅度持续增长,中国已成为全球咖啡消费增速最快、最具潜力的市场之一。

有分析人士把国内咖啡用户分为“咖啡爱好者、咖啡刚需者和星巴克爱好者”3大类,虽不是很精准,却大致勾勒出了当前咖啡消费者的群谱特征。比如,咖啡爱好者大多不屑大规模工业化的咖啡产品;星巴克爱好者更看重星巴克营造的“第三空间”概念;咖啡刚需者则是依赖咖啡提神的消费者,对性价比、便利性和个人体验更为敏感。

由此可见,瑞幸与星巴克所面对的,是两个有交集却又存在较大不同消费特征的客户群体。“小蓝杯”主要服务咖啡刚需者,星巴克则执着于传统线下品牌的塑造。在移动互联网时代,如果把星巴克比作苹果,瑞幸则与华为、小米这样的本土品牌极为相似。可以预计,在未来一段时间内,双方“官斗”有助于做大中国咖啡消费市场的蛋糕。

作为咖啡业界的新势力,瑞幸的出现正改变着中国乃至全球咖啡连锁业的市场版图;对于“中年大叔”星巴克来说,这个有点棘手的年轻对手正倒逼其加快转型步伐。不过,中国消费市场的奇妙之处,就在于瑞幸在培育咖啡消费者的同时,也在向更多竞争对手输送着市场份额,那些散落在全家、711等便利店里各式咖啡同样不容小觑。中国咖啡连锁业更为精彩的好戏还在后头。

中汽研报告显示,使用生物柴油不影响车辆整体经济性和动力性——

在高原地区推广生物柴油十分必要

经济日报·中国经济网记者 王轶辰

透视

柴油车是大气污染的重要来源,推广使用环境效益显著的油品对防治重型柴油车大气污染具有重要意义。近日,中汽研发布报告显示,与使用国六柴油相比,采用B5和B10生物柴油,车辆整体经济性和动力性变化不大,对高原地区环境保护非常有利,具有很好的推广应用价值——

近日,生态环境部、发改委、工信部、交通运输部等11部门联合印发的《柴油货车污染治理攻坚战行动计划》提出,到2020年,柴油货车排放达标率明显提高,柴油和车用尿素质量明显改善,柴油货车氮氧化物和颗粒物排放总量明显下降。专家表示,生物柴油的普及推广有利于降低柴油车排放,有利于防止“地沟油”重返餐桌,在国家政策的支持下,市场有望再度转暖。

黑烟冒得少便宜又环保

柴油车是大气污染的重要来源,推广使用环境效益显著的油品对防治重型柴油车大气污染、推进我国汽车产业高质量发展具有重要意义。

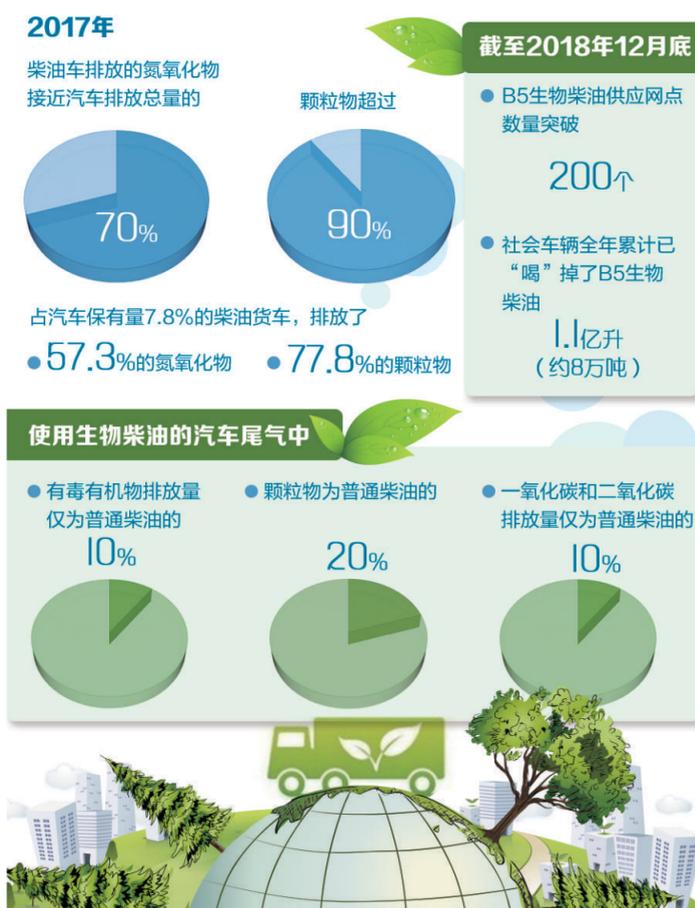
生态环境部发布的《中国机动车环境管理年报(2018)》显示,机动车污染已成为我国空气污染的重要来源,是造成环境空气污染的重要原因,机动车污染防治的紧迫性日益凸显。2017年,柴油车排放的氮氧化物接近汽车排放总量的70%,颗粒物超过90%。占汽车保有量7.8%的柴油货车,排放了57.3%的氮氧化物和77.8%的颗粒物,是机动车污染防治的重中之重。

“解决柴油车排放污染问题是当务之急。”中国循环经济协会垃圾资源化专委会秘书长张凯表示,使用生物柴油汽车尾气中有毒有机物排放量仅为普通柴油的10%,颗粒物为普通柴油的20%,一氧化碳和二氧化碳排放量仅为普通柴油的10%。

生物柴油是指植物油(如菜籽油、大豆油、花生油等)、动物油(如猪油、牛油、羊油等)、废弃油脂或微生物油脂经过一系列转化形成的燃料油。目前,在极少数加油站能够加到的B5生物柴油,就是经过处理的各种油脂(包括“地沟油”),与普通柴油按照5:95的比例混合制成的能源。

“黑烟冒得少,便宜又环保。”这是不少使用生物柴油司机的印象。同济大学汽车学院教授狄明表示,研究表明,目前采用B5生物柴油的车在动力性、经济性、排放性等方面与原先用普通柴油基本一致。

与此同时,与传统车用柴油相比,B5生物柴油具有环保性能好、原料来源广泛、可再生等特点,推广使用可降低石化燃料排放对环境的危害。



高原地区减排效益显著

虽然拥有诸多优势,但从近年来的发展情况看,生物柴油原料资源收集困难、原料成本较高和政策不完善等因素制约着生物柴油产业发展,生物柴油亟需找到市场突破口。

近日,中汽研汽车检验中心(天津)有限公司发布报告显示,通过云南省对重型货车使用不同种类油品(国六柴油、B5生物柴油、B10生物柴油)在高原地区实际道路测试发现,与使用国六柴油相比,采用B5和B10生物柴油,车辆整体经济性和动力性变化不

大。在全工况条件下,排放的颗粒数量、一氧化碳和总碳氢均有所降低;在中低速条件下,排放颗粒数量和一氧化碳降幅较为明显。

“山地与高原占全国总面积的58%以上,高原地区海拔高、气压低、氧含量较平原地区低,导致重型柴油车辆在高原、山地行驶时燃烧不完全,排放废气大幅增加。”生态环境部环境规划院环境政策部副主任董成锋说,实验证明,使用B5和B10生物柴油在基本不影响车辆经济性情况下,环境效益显著。随着这类技术日趋成熟,对高原地区环境保护非常有利,具有很好的推广应用价值。

记者了解到,目前在高原地区柴油车排放超标普遍存在,且非常严重,云南、贵州等地大型运输车辆驾驶员普遍反映车辆动力不足、加速缓慢,当地居民对于行驶车辆爬坡时冒黑烟也颇有微词。

“高原地区通常生态脆弱,环境承载力低,同样程度污染对于高原地区的影响甚于平原地区。从这一角度看,在高原地区推广应用减排效益显著的油品十分必要。”董成锋说。

中国石油大学正和生物柴油实验室主任冀星表示,在高原地区单靠油品升级来改善柴油车排放,效果并不好,在高原缺氧环境下更应该强制推广生物柴油。

打通销售“最后一公里”

早在2017年10月底,上海奉贤区和浦东新区的两个中石化加油站作为试点,开始对外销售B5生物柴油。从市场反映来看,B5生物柴油销售使用情况良好。截至2018年12月底,B5生物柴油供应网点数量突破200个,社会车辆全年累计已“喝”掉了1.1亿升(约8万吨)B5生物柴油。

上海模式的成功,在于建立了餐厨废弃油脂“收、运、处、调、用”的闭环管理体制,并变废为宝,制成生物柴油。中石化加油站加注“地沟油”制B5生物柴油,打通了餐厨废弃油脂制生物柴油进入成品油终端销售市场的“最后一公里”。

不过,全国其他地方推广生物柴油仍然举步维艰。目前,我国企业制备生物柴油的主要原料是“地沟油”,由于销售渠道一直受阻,生物柴油不能大规模推广应用,生物柴油生产企业时开时停,导致成本过高。

“从实践来看,推广生物柴油目前面临的障碍是销售渠道不畅通,因此失去了市场空间。”云南盈鼎生物能源股份有限公司总经理张钰说。

“中国石化在上海销售餐厨废弃油脂制生物柴油的成功案例,是可以在全国积极推广的。”昆明理工大学航空学院常务副院长沈颖刚表示,这需要制定地方性的法规和政策,引导或者强制要求燃油供应企业在石化柴油中添加5%到10%的生物柴油,同时加强监管力度,将“地沟油”全部用于加工生物柴油。

目前,我国的生物柴油生产技术成熟,产品质量稳定。国家生物柴油产业技术创新战略联盟理事长吕勃建议,尤其是在高原地区,可采取循序渐进的方式,先做一个封闭示范区,对全产业链从原料、加工、生产、销售实施封闭运行,就地转化当地的餐厨废弃油脂。



1月11日,游客、市民在重庆北仓文创街区一家咖啡店体验城市慢生活。新华社记者 王全超摄

移动互联网流量需求成倍增长

光通信行业迎来高景气

本报记者 梁 睿

最近一段时间,光通信行业新闻不断,迎来了新的景气时期。我国首次实现了1.06Pbit/s超大容量波分复用及空分复用的光传输系统实验,传输容量是目前商用单模光纤传输系统最大容量的10倍,可以在1秒之内传输约130块1TB硬盘存储的数据。这标志着我国在“超大容量、超长距离、超高速率”光通信系统研究领域取得了重大进步。近日,中国移动发布了采购大单,集中采购普通光缆产品,金额超过101亿元。

当前,随着移动互联网应用日益繁荣,大流量应用将快速普及,数据流量需求将成倍增长,运营商现有通信网络带宽面临巨大的承载压力。未来3年至5年,骨干通信网、城域网需持续新建和扩容,通信行业基础设施扩张仍将持续。可以预期,继中国移动百亿元采购大单后,中国联通、中国电信等运营商也有望开展大手笔采购。

目前,我国已在光纤和光纤预制棒领域占据全球50%以上产能。超大容量波分复用及空分复用的光传输系统新技术有望进一步提升光纤数据传输能力,节约光通信设备投资。

尽管在光通信领域取得了诸多进步,但我国光通信产业仍面临“缺芯”之痛。在上游产业高端光芯片和光模块方面,关键零部件多来自进口。通信器件领域,高端产品严重依赖国外。如光迅科技、海信集团等国内企业目前仅能量产10G及以下的有源芯片,25G、100G高速光电子器件几乎全部依赖进口,在速率更高的400G/1T领域,国外企业已有相应样品展出,国内尚处于理论设计阶段。相关厂商需要加快技术进步,实现全产业链共同进步,更好分享行业高景气带来的市场机遇。