

行业观察

文·本报记者 马爱平

分答“素颜”回归 前路几何

9月27日9点43分,分答通过在服务号上发送一张图片——“小别胜新婚”,宣布了自己的回归。

47天,分答这次引人注目的“停摆”最终竟持续了如此之久。一个半月的时间看起来不算长,但分答实际“年龄”不过135天。

分答新版本在“找人”页面上体现出差异:“名人”“兴趣”“机构”及“其他”四个大类完全去除。仅存的“名人”也只剩下了职场、健康、科普三个小类。

为什么要删除分类呢?不愿透露姓名的业内人士解释,一是纯技术问题,果壳正在整理每个分类下的答主;二是虽然分答被“限制”显示

这几项内容,但是单个用户信息不受影响。

在内容展示机制方面,在分答新版本中,往常那些大牌明星的内容并不容易看到,而是充满了各行各业的专家。

对于“分答关闭这么久,再次启动回归会有重磅招数出来么?”的问题,分答产品经理朱晓华在新上线的分答中说:“我们这段时间做了很多研发,产品上也有很多的更新,但是不会一次性全部放出来。大概十天前陆续会放出一批新的功能。”

而对于“分答强势回归,现在心情如何?”的问题,朱晓华说:“这段时间对于我们来说真的很难,调整非常大,现在的感觉是‘拨云见日’。

终于又重新开始了奋战了,团队的士气非常高涨。后续还会有更多功能推出来,我们还有很多硬仗要打。”

回顾过往,“分答”这款产品的成功主要归功于以下两点:偷听机制和粉丝经济。

这次,从分答产品的各种改变来看,分答团队选择了逐渐“远离”之前所依赖的粉丝经济,转而凭借其有用的内容与果壳一决高下。

果壳网CEO姬十三也在之前的发布会上曾表示:“知识经济+粉丝经济=分答。”

新上线的分答在经过一轮“冷冻”之后,变成了一款“知识分享”产品,而不是一个收钱才能听八卦的平台。这与一些知识分享平台不

同,比如,国内最重要的知识分享平台——知乎,上面同样含有不少“娱乐化”的问答内容。

因此,是否要对问答内容进行限制?是否在保证知识平台的纯粹性?在这两个问题之上,果壳和知乎已开始走上了分岔路。

令人印象深刻的是,果壳在短时间将一款产品打造成型并且赚足人气之后,将理想目的之外的部分斩断,提前试验纯粹的知识经济。这与果壳乃至分答团队所奉行的快速试错策略环环相扣。

那么,“纯粹的知识经济”能不能走下去?未来能走多远,这还需时间和市场来给予答案,因此,分答的未来同样变幻莫测。

IT辣评

点评人:本报记者 王小龙

“刷”字当头,互联网应该脱脱水



9月底,部分知名微信公众号头条稿件的阅读量陡然从数万跌到了数千甚至数百。有网友爆料称此事由公众号“刷量”工具崩溃所致。随后,腾讯官方对此事发表回应:“随着平台的壮大,刷阅读量、刷点赞数已经成为一条较为成熟的黑色产业链,平台与黑色产业链之间的技术对抗一直存在,并且在不断升级。”

点评:电商刷单、直播刷在线人数、公众号刷阅读量……目前红红火火的互联网行业像是集体吃了“伟哥”一般,处于难以自制的亢奋和不知是虚是实的繁荣当中。人们迷信数字,可以为数字三天三夜不眠不休,也可以为数字铤而走险、不择手段。“互联网+”下的中国流行“只要站在风口,即便是猪也能飞起来”。旺盛的虚火催生了一个又一个“奇迹”。而让那些本不该飞起来的“猪”飞起来的,一个重要的“鼓风机”便是数据造假。无论是在硅谷还在中关村,这早已是公开的秘密。究其原因,或许与互联网产业天生的特点相关,或许是数字经济发展过程中必经的一环。但无论怎样,造假更像是一剂毒品,对创业者尤为有害,一旦沉迷其中必将万劫不复。

欲盖弥彰,机场X射线安检惹众怒



国庆前夕,四川双流机场开始使用“弱光子人体安检仪”给旅客安检。经过媒体调查,这个名为“弱光子”的东西实质上就是“X射线”,不仅会给人体健康带来隐患,还可能在成像时显示个人隐私。

点评:虽然目前成都双流机场已将“电离辐射”警示标志由安检仪机箱位置移至安检仪入口端醒目位置,并设置了醒目的“人工安检通道”和“自愿快速安检通道”引导牌供旅客自愿选择。但很难想象如果没有“好事者”的“较真”,这样的“免费赠送”还会存在多久。按照机场的说法,这种安检设备不仅符合国家标准,甚至比美国标准还严格。安检仪的辐射量控制在安全范围内,不会对人体造成损伤。但事后多家媒体求证发现,这只是机场单方面的说法。这样的设备未经成都市环保局审批,在中国计量院也没有相应的计量检测资料。为了安全大家都理解,但这种剥夺旅客知情权的行为实在让人愤慨。拿出可靠的技术和设备,事先摆明利害关系,供旅客自愿选择才是正确的做法。

裁员回购又卖楼,联想前景让人忧



9月30日晚间,联想控股发布公告称,该公司全资附属联想(北京)有限公司与北京市海淀区国有资本经营管理中心订立股份转让协议,拟以17.8亿元出售联创瑞业(北京)资产管理全部股权,其主要资产为北京联想研究院大厦。

点评:“联想又卖楼”,在国内各大媒体被房价和放假刷屏的国庆前夕,联想再次通过卖楼在IT新闻版块占据了一席之地。而这距离上次联想出售旗下地产项目仅过去不到半个月的时间。有网友甚至戏称联想为“联想房地产开发有限公司”。诚然,联想出售自家的资产,他人无可厚非,这样的举措在业界也屡见不鲜,前有诺基亚,后有索尼、雅虎。但有些问题也必须直接面对。8月18日联想发布第一财季财报,公司净利润同比上升64%至1.73亿美元。数字好听,实际却并不乐观。除股票回购和裁员外,这一收益主要得益于一次性资产出售,即卖楼所得。联想PC业务的营收连续六个季度出现负增长;手机部门同比下降6%,依旧亏损。面对上述窘境,联想并非毫无作为,但似乎都没有落在点上。卖楼、裁员、回购这样的短期行为无法掩盖实际业务增长的乏力。这个曾经收购IBM个人电脑业务和曾经的手机“一哥”摩托罗拉的企业要想再选辉煌,或许应该在创新和战略上进行新的调整。

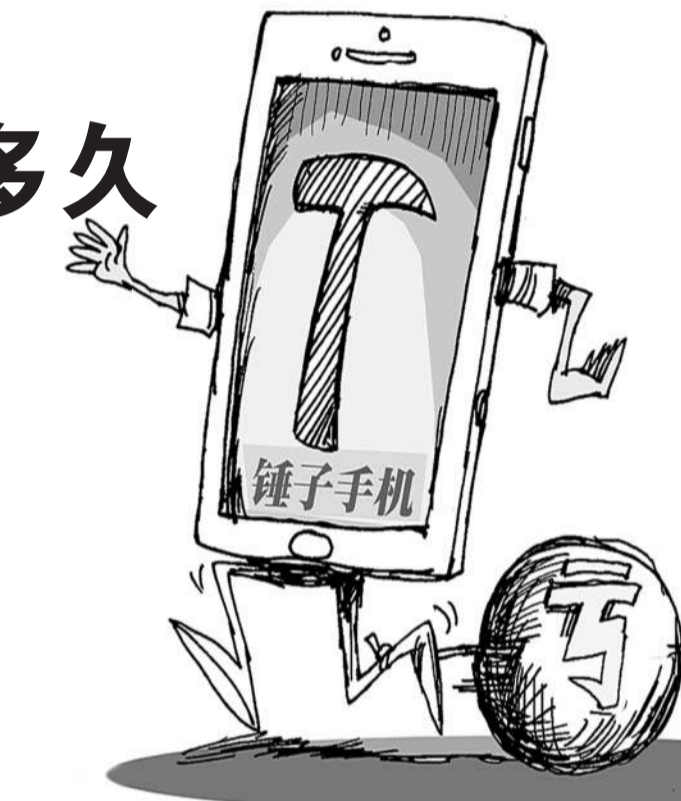
(图片来源于网络)

锤子手机:情怀的故事还能讲多久

文·本报记者 刘艳

江湖曾传言锤子科技也要在9月手机产品扎堆发布季举办新闻发布会,随后被爆因“手机测试问题”导致10万部手机返厂,发布会“跳票”。最近证实,锤子科技的新产品将于10月18日在上海梅赛德斯-奔驰文化中心举行,10月9日开始售票。

此时,距锤子科技上次新机发布已接近9个月,从当前手机厂商一年多款的新品发布节奏看,“生性傲娇”的锤子科技依旧特立独行。但是,锤子T3——这场发布会的主角,它的品质和销量如何,将决定锤子科技的未来发展。



晚上两点回家,手机还有百分之十几的电。从这一款开始,再也不会让Smartisan OS的用户因为电不够用而痛苦了,明年的产品更有电池方面的终极解决方案……”

但是,业内人士对锤子科技的新机能否获得市场认可持保留态度。

罗永浩创立锤子科技之初,业内就有预测,“罗粉”不完全等同于“锤粉”。罗永浩如果做导演或文化公司,难度比做手机小得多,宣传推广能力、个人影响力对文化产业所起的作用很大,

但电子产品不同,长长的产业链不是一个刚入行者所能控制的。

外界对锤子科技生存能力的质疑,直接折射出“罗永浩效应”迅速聚集的大批支持者和关注者并没有迅速完成商业上的转换,随着时间推移,这个用户群体正在不断被稀释。如果说锤子科技的第一款产品难以取得商业成功的原因在于产能方面的欠缺,第二款产品面临代工厂问题和推出时机不合适,到Smartisan T3,锤子科技已到了非常关键的时间点。

财务数据曝光加重市场质疑

因为那些理想主义的标签和情怀故事,锤子科技的每个传言都在手机江湖引起很高的关注度。近日被曝出的亏损、资产缩水印证了业界对锤子科技的财务状况已经捉襟见肘的猜测,市场上对锤子手机以及罗永浩一片看衰。

9月21日,一份来自成都尼毕鲁科技股份有限公司的招股书使锤子科技核心数据曝光。招股书披露,2015年锤子科技全年亏损4.62亿元,2016年上半年亏损1.92亿元。锤子科技资产总额由2015年底的8.25亿元缩水至2016年6月30日的2.96亿元,资产半年“蒸发”5.29亿元。

某基金管理公司陆先生在和记者谈到此事时说:“财务数据和创业公司估值并无直接关系,财务情况能反映营收,但不等于估值下滑和投资缩水,也可以理解为锤子科技半年烧了5.29亿元,截至6月30日账面现金剩2.96亿元。不能仅依据这个财务数据推断锤子科技到

了‘并购补偿投资人’的阶段。”

带着“让世界变得好一点的初心”做产品的锤子科技,虽然市场失利,却自有它的独到之处。锤子科技在业内最先推出低价意外维修服务,揭露了手机测评和跑分的一些漏洞与猫腻,产品UI和外形设计也堪称国内手机界的“清流”。

在智能手机严重同质化的当下,锤子科技独特的UI外形,软件应用和操作系统方面的设计,在用户体验方面有很好的口碑,而这是国内手机圈的欠缺。

锤子科技工业设计副总裁李剑叶说,“我们希望一部好的智能手机首先是在尺度、比例、材质和细节上都要尽量接近完美。”大概正因为这样的观念,锤子科技的第一款产品 Smartisan T1 就获得了有“工业设计界的奥斯卡”之称的iF设计金奖,截至目前这仍是大陆首例且是唯一一例。 CFP供图

天才的人生凡人不懂

在进入手机市场之前,“自带聚光灯效应”的罗永浩早已“网红”很多年,他鲜明的个性特征和行事风格直接作用于锤子科技及产品,由此不断引发争议。

罗永浩的履历豪华而励志——新东方老师、牛博士网创始人、老罗英语培训学校校长,锤子科技创始人兼CEO。此外,他还写过书、和方舟子掐过架、用锤子当街砸西门子冰箱、在全国高校大规模巡回演讲……

在新东方教书时,颇具理想主义情结的罗永浩最受学生欢迎,“老罗语录”风靡大江南北,“彪悍的人生不需要解释”更成为许多年轻人的座右铭。

任英语培训机构校长时,罗永浩出版了励志自传《我的奋斗》,迄今为止,以此命名的另外两本书,分别是阿道夫·希特勒和本杰明·富兰克林的自传。

当高调跨界杀入手机市场后,“锤子”便成为罗永浩的专有印记。

罗永浩最早与锤子扯上联系是在2011年11月20日,他化身“维权斗士”,手持锤子,在西门子总部当街砸掉三台(音乐人左小祖咒、作家冯唐及罗永浩自己)西门子冰箱,这也成为了当年的热点事件。

而做手机,罗永浩声源源自工匠梦想,锤子工匠的工具,锤子logo(商标)和ROM(锤子科技基于安卓而深度定制的操作系统的)的命名源自于此。公司的域名Smartisan则是smart(智能)与artisan(工匠)的组合。

谈情怀的人很多,卖情怀的却只有罗永浩一个。锤子科技开创的“买情怀送手机”的销售模式,目前尚无其他厂商学会。当然,也现身说法地展现了一家手机厂商搞不定供应链会陷入怎样惨淡的困境。

情怀难换市场

虽然锤子科技每场发布会几乎都创下观看人数与到场人数的新纪录,但其手机销量却一直不尽人意。

2013年3月27日,锤子科技发布基于安卓而深度定制操作系统;2014年5月20日,首款智能手机产品Smartisan T1发布;2015年8月25日发布面向年轻人群体的坚果手机;2015年12月29日,发布Smartisan T2。

遗憾的是,“情怀”难以刺激消费,市场反响不佳。据有关数据,Smartisan T1上市一年销量仅为25万台,被用来“冲量”的899元起的坚果手机销量不足100万台,而T2目前在各大渠道价格一降再降。

对即将发布的新产品,罗永浩9月18日的微博这样描述:“新机基本上是早晨九点出门,



IT江湖

文·本报记者 马爱平

小程序能否撑起微信的大未来

9月21日晚间,名为“微信公众平台·小程序内测邀请函”的图片刷屏很多人的朋友圈。

随后在9月22日零点25分,“微信公开课”推文《这次我们邀请你来做一个小程序》,正式昭告自媒体人——“现在,应用号暂定名为小程序,进行内测”。对此,自媒体人对于“小程序”的各类功能、内测渠道以及细枝末节的猜测呈信息爆炸状态。

小程序是否能带来新的互联网运营风口?创业门槛变低,新一轮内容传播渠道真能再次引爆?会做小程序的程序员将成为公众号运营团队的必备人才?一时间,各种讨论激起千层浪。

设计方便体验出色

9月23日晚11点25分左右,“微信公众平台”推送文章《公众平台小程序文档和工具》,首次详细介绍了小程序更具出色的使用体验,以下为正文:

近期,微信公众平台推出新的能力,可以开发一个微信小程序,并且正在小范围地邀请内测,为了让更多开发者了解平台新能力,现

提供如下文档和工具:1.小程序开发文档;2.小程序设计指南;3.小程序开发者工具。尚未获得内测邀请的开发者,可以先通过以上文档,了解微信公众平台提供的新能力,并且可以使用我们提供的开发者工具开发小程序和模拟运行效果。

微信本次发布的文档和工具,是为了方便运营团队程序员进行相关设计,专门提供了一套可供网页设计和小程序使用的基础控件库,同时也为开发者调用资源提供方便。

“微信公众平台”文章《公众平台小程序文档和工具》文末附带的文档将引导有需求的人们一步步创建完成一个微信小程序,并可以在手机上体验该小程序的实际效果。

这个小程序的首页将会显示欢迎语以及当前用户的微信头像,点击头像,可以在新开的页面中查看当前小程序的启动日志。

App Store里看不到模拟器,也没有运行程序环境,更不允许第三方应用在自己平台上做应用商店,微信小程序是否在打苹果的“擦边球”?如果小程序真的对苹果应用产生影响,微信就是在布一个很大的局。

因为微信难以企及的用户规模,所以小程序备受关注。根据目前内测用户传出的截图,微信小程序所在的页面,会是微信用户每次点开朋友圈的必经之路。

根据京东的财报显示,2015年第一季度,京东完成订单量为2.272亿,其中通过微信和手机QQ渠道完成的订单量约占总完成订单量的42%,较去年第四季度36%的占比再上涨了6个百分点,而同比增幅高达329%。

因此,在用户行为方面,碎片化时间成为京东微信购物的最主要场景,而微信的社交属性在带动用户打开、购买等方面的作用不可忽视。

创业门槛再被降低

微信所能提供的巨大流量难以预估,为了一个小程序内测“抢破脑袋”的盛况顿时可以理解。

但同时也有相当一部分业内人士不看好微信小程序,认为这仅仅是个泡沫。

公众号“康国平说”的作者康国平认为,会写小程序的人,不因微信多了个小程序而写更多的小程序;此前微博,甚至更早的开心网、人

人网,也做过这样的尝试,可是那些程序员还在写代码,可他们的代码的承载小程序都阵亡了;编小程序和写公众号一样,是有门槛的,不是谁都能做好。

微信订阅号的流量和盈利行为等核心数据和业务依然由微信牢牢把控。那么小程序同理,谁能在这里赚到钱?

时至近日,一些程序员们已就微信小程序组件库源文件的使用推出了详细教程,再配合微信发布的小程序文档和工具,在微信管控全部操作细节的前提下,开发一个小程序并不是一件十分麻烦的事情。

目前已有自媒体相关人士表达,对于平台或者内容创业团队来说,此番可能又是新的机遇,订阅号风口已过,小程序一经推出,大家又“回到最初的起点”,并肩从头来过,哪怕是草根团队,也依然和业界大佬们几近平等。

部分开发者推测,因为小程序的推出,创业门槛儿被再次降低,互联网运营团队对于小程序的开发需求会突飞猛进。作为一个新媒体运营,如果到现在还只会和内容死磕,那么移动端的设计规划机遇就可以抓住了。