

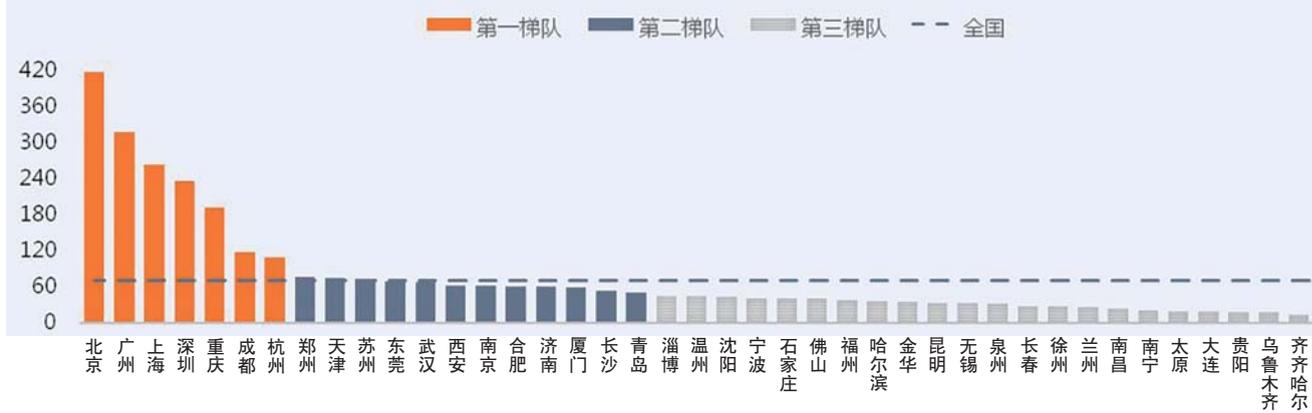


一周财经言论

不收佣金,这只“猪”往哪飞

猪八戒网掘金大数据,测出中小微企业活跃度

城市中小微企业活跃度指数



“买商品上淘宝,买服务上猪八戒”,网上这句流行语里的重庆猪八戒网络有限公司(即“猪八戒网”)2006年正式商业运营,如今这个互联网平台已经蜕变成估值超百亿,拥有上千万用户的中国最大的文化创意服务交易平台。10年累积的用户数据,不仅让猪八戒网的商业模式有了跃迁,而且12月28日其发布的中国中小企业活跃度指数报告,也让这些数据有了更多的社会价值。

本报记者 张頔

不收佣金,猪八戒网还能靠什么赢利

2006年,朱明跃创立猪八戒网的时候,恐怕不会想到10年后这个起初只是“卖点子”的网站,能成为国内最大的企业一站式服务众包平台。

2005年,在重庆晚报担任首席记者的朱明跃突发奇想,创建了一个网上平台,买卖双方交易的都是不需要物流递送的智力或创意类产品。2006年10月,朱明跃干脆辞职创业,猪八戒网进入商业运营。

这种现在被称为服务众包的模式,简单讲,就是谁需要为自己的公司设计LOGO,或者搭建简单的网站都可以在平台上发布需求,待人接单,最后由买家择优录用支付报酬,而网站则在其中提取佣金。

规模做大之后,烦恼也随之而来。朱明跃发现抽佣模式存在着严重的瓶颈。抽佣,意味着网站要别人的“蛋糕”,买卖双方都希望避开佣金,频频发生的“跳单”让线下交易远远高于线上,这不仅影响了佣金收入,更大的危机是交易规模遭遇了天花板。

2015年6月,猪八戒网平台正式宣布免除佣金。“当时佣

金在8000万元左右,几乎是90%的收入。我也是挣扎一年多以后,才痛定思痛,下决心不要佣金。”朱明跃说,最初的20%佣金制,到后来的不同会员等级采用不同的佣金标准,再到最终的佣金免除,服务交易实现规模增长,猪八戒网也打下了深厚的数据基础。

数据成了又一个“金矿”

10年的行业积累,猪八戒网积淀了大量的用户和数据:第一是500万雇主数据,同时每天新增近5000个买家;第二是1300多万有各种专业技能的服务商数据;第三是超过3000万份原创作品数据;第四,用户和订单的交易行为数据。

朱明跃总结,猪八戒网过去的商业模式就是把交易规模做大之后收取佣金,接单收费,二八分成。新的商业模式是把佣金免掉,使交易规模倍增,然后获得数据,在数据里面去进行挖掘,提供知识产权、印刷、金融、财税等来获得收入,建立数据海洋和钻井平台的商业模式。

无论雇主还是服务商,通过累积的数据可以实现用户画像,也就是能被猪八戒网贴上标签,如能力、信用、规模、地理位置、收入等。既然如此,在这

个数据海洋里,就可以靠延伸服务去钻井了。

“钻的第一口井就冒出了石油。”朱明跃说,很多雇主都会悬赏征集各种标识等,“接下来会做什么?我们发现,几乎百分之百的都会做商标。”现在猪八戒网上每天在国家商标总局的注册规模达上千单,可能超过两个省的规模。

2015年下半年,猪八戒网以4000万元战略投资知识产权社区思博网,与猪八戒网原有的金牌业务“猪标局”成立“八戒知识产权”。成立一年的时间里,达到月均接单11000件,仅仅这一口“井”的收入,就超越了过去整个平台的收入——据估测2016年这块业务将有七八亿营收。

有了第一口,就有第二口、第三口……比如,买家设计完毕后,名片、包装、海报,都需要印刷。猪八戒网与纳斯达克上市印刷企业浙江胜达集团、佛山彩印通三强联手“八戒印刷”,这口井也出油了。买家们成立了公司,需要做账,猪八戒网出资1.5亿元,投资财务服务平台“慧算账”,就有了“八戒财税”,这是第三口井。

大数据分析精准呈现了用户之间不同的诉求,为了能向大企业和小商户都提供切实的服务,在12月28日的发布会上,猪八戒网CEO朱明跃宣布,2017年,天蓬网作为猪八戒网面向

中高端服务需求的主战场,正式进军中大型企业服务市场;而猪八戒网仍以个人和小微服务商为主,主要靠产品驱动。

中小微企业活跃度,济青分列16、19名

猪八戒网10年累积的用户数据不仅能实现商业模式的迭代,也能支持政府决策。2016年5月,时任国家统计局统计师鲜祖德到重庆市调研服务业企业发展状况,在猪八戒网络有限公司提出工作建议,由猪八戒公司主导研发编制一套中小微企业活跃度指数。

这个指数主要是按访问用户数、人均页面数量、猪八戒网(主网)用户注册数、雇主需求订单量、猪八戒网成交金额、知识产权交易金额、服务商开店数量、猪八戒网成交金额等十几项指标综合得出一个量化结果。12月28日发布的这套指数显示,我国中小微企业活跃度指数发展快速,在2016年表现尤为突出,2016年平均指数达到72,较2015年增长76%;较2014年增长117%,年复合增长率为47%。

在全国主要城市中,中小微企业活跃度指数最高前三名分别是北京、广州、上海,山东有2个城市入围第二梯队,济南为第16名,青岛19名。

(上接 B01 版)

例如在某个新款手机首发中,京东通过大数据明确预测出每个小区会产生多少购买量,提前把相应数量的商品从库房发到配送站。这样,用户一旦下单,配送员就会直接从配送站出发送货。这个项目在iPhone7首发时创造了用户下单后3分57秒就收到商品的纪录,为用户提供了真正贴心的品质电商服务。

基于用户购买商品的数据分析,可以得到用户对产品的喜好,将这些数据反馈给产品生产厂家,可以使厂家在产品的创新和设计上的有的放矢,缩短产品生产周期,减少生产成本和增加销量。京东和美的在2015年通力合作,打通了供应链数据,美的的工作人员可以在自己的系统中直接看到京东当前商品的库存和通过大数据

实现的销量预测,从而精准地完成生产计划和库存分配。

数据分析师研究10年也未必看透,这个行业需要深耕

不过,行业数据具有很强的行业属性,其收集、梳理、加工都需要对行业有深刻理解。

浪潮做了多年B端业务,一直与企业打交道,对实体经济信息化有着丰富经验和深刻理解。同时,浪潮有智慧政府这个基础。中国80%以上的高价值数据都集中在政府手中,这些数据资源与更多行业、民生相关联。目前,浪潮已经和全国110个地市签了大数据云计算战略合作协议,从政务云建设会自然延伸到数据采集这块,浪潮在整理政府数据上积累了大量经验。

土生土长的济南大数据公

司麦港数据,多年来致力于为行业做数据服务。据麦港数据张保国介绍,在为铁路做大数据分析时,客户已经不满足于被提供“设备为什么会发生故障”的分析。用户更关心,这个设备什么时候还会发生故障,以便及时调整设备和管理方法,这就需要大数据来进行预测和指导。

“对于铁路来讲,A设备与B设备之间的关联和动态影像,是分析的重点。铁路的钢轨裂缝有多大,和病害级数相对应,提醒维修部门这个安全隐患的重要程度;同样的,道岔发生沉降、偏移程度,也对应着不同级别的病害,为维修部门敲响警钟。”

“而大数据能分析出铁轨和道岔的叠加效应,虽然各自的病害级数比较低,但加在一起会产生很大的影响。”张保国介绍。而这些,大数据分析师如

果对铁路安全这个行业的内涵没有深刻了解,是不可能做出精准模型的。

北斗航天卫星应用科技集团副总裁张微在谈到用大数据治理雾霾时,也表示目前遇到的一大困境就是又懂大数据、又懂环境的复合型人才紧缺。

云计算和大数据对其它行业的渗透,是一个精耕细作的过程。一位业内人士说,在云服务上,用户只看到可视化,而用户的业务逻辑,你研究10年也未必研究得透,这需要长期调研,需要需求分析师、数据分析师,业务专家共同努力去打造一套算法模型。

目前,云计算和大数据对行业的渗透还在初级阶段,基础设施、运维习惯、新应用的开发,新的商业模式的诞生……从量变到质变,这里有一个产业成熟度的问题,要准备打一场持久战。

宗庆后:
现在2%的企业交了90%的税

“应该说现在2%的企业交了90%的税。其次,费也比较重,去年娃哈哈交了4000多万元的费,今年1月到10月交的费,已经跟去年全年差不多。”

——在探讨中国制造业寒冬深层原因时,娃哈哈集团董事长宗庆后的选择是,第一是高税费,第二是虚拟经济过火,第三是房地产摧毁实体经济。

“从财富或者年龄上说的话,我觉得没有把自己定义为成功,而是阶段性的成就。1亿花不了什么,我算了一下,按现在的房价看好像买不了几套房子就花完了,厉害的房子可能连一套都买不了。”

——网红“同道大叔”创始人蔡跃栋通过交易直接套现约1.78亿元,但他觉得这并没有什么。

“我们很多目标消费人群用的就是苹果手机,其实他不太愿意用苹果,只是因为身边太多人用苹果,但他们也不太用2000-3000元的手机,所以我们应该满足目标人群差异化的需求。”

——金立近日发布了高端产品M2017,定价为6999元,高端定制版价格更是高达16999元,金立手机董事长刘立荣这样认为。

创富荐书



《腾讯传》
作者:吴晓波

从1998年开始创业到成为世界级互联网巨头,腾讯以即时通信工具起步,逐渐进入社交网络、互动娱乐、网络媒体、电子商务等领域,在超高速发展的同时亦饱受争议,在“3Q大战”的激烈冲突之后又进一步走向开放……

腾讯的发展路径,亦是中国互联网企业成长的缩影。我们可以看到,中国的互联网人在应用型迭代和对本国消费者的行为了解上,找到了自己的办法,并开始领跑全球。

“也许十年后,智能眼镜成为主流设备,整个PC电脑会藏在眼镜里,可以把屏幕投在视网膜里,不用安装应用程序,就能看到应用程序在哪里。当你看到任何实物,它背后的应用程序都会浮现出来,并且可以用眼睛去控制运行。”

——12月28日,“微信之父”张小龙在微信公开课上做了这样的设想。

本报记者 张頔 整理