

# BAT的“今日头条焦虑症”

## 想围剿这个搅局者却各有软肋

### 百度 失去移动端流量 但真正的敌人是自己

百度对信息流的焦虑可能是一种亡国灭种的焦虑。

以搜索起家的百度,在PC时代其收入主要来源于内容分发上的广告服务。移动互联网降落后,这家巨头在外界看来始终没有一个统一协调的转型计划,这导致这家PC领域的巨头在今天面临三个人生哲学式的问题——“百度今天到底有多少流量?”“百度该把这些流量导给谁?”“百度明天的新增流量在哪?”

而对于百度来说,流量就是企业的生命线,从互联网向移动互联网转型节奏的混乱,导致百度在移动互联网的流量上失去了PC时代的话语权。

对移动端流量入口和出口失去把控是李彦宏最大的焦虑,在这种焦虑下,百度将全部的筹码压在了人工智能上,而Feed流则是人工智能在用户端的投影。百度想要构建的,是一个以人工智能驱动的Feed流,这个流短期的承载对象是手机百度App,而长期则可能是某种智能硬件。它不止向用户分发信息和内容,还要收集用户的数据并承担分发百度所有业务的任务,只有这样才能解决百度“流量从哪来”“送到哪里去”的问题。

尽管肩负重振百度重任的陆奇已经开始着手对百度内部进行改革,但对如此庞大的商业公司进行内部重整并不是一件容易而迅速的事情。无论是百度内部还是外界,对百度的忧虑大多来源于此。从更进一步的角度来讲,无论是否有今日头条的崛起,百度的焦虑都来自内忧而不是外患。

### 腾讯 已成王者 想的是如何守城

从各家的报告数据来看,即便今日头条已经3年连续高速增长,其在覆盖率和活跃用户上依然不及腾讯旗下的腾讯新闻和天天快报联合体。其中,前者是腾讯推出的非个性化资讯客户端,后者是腾讯推出的个性化资讯客户端。



两者的DAU(日活跃用户数量)一个比头条高位列资讯客户端第一的位置,另一个则比头条低位列第三,形成了前堵后追的趋势。但两者在日均使用上都都没有今日头条高,不过没关系,腾讯号称“用完即走”的微信是另外一个用户注意力的黑洞,吞噬着中国网民大量的使用时间。

尽管如此,腾讯依然拿出了2亿元的芒种计划,准备吸引更多的作者来到腾讯的内容生态体系中去。从某种程度上说,腾讯在内容分发的焦虑可能听起来有点“何不食肉糜”——那就是腾讯系的内容质量太高了。

而以微信起家的腾讯内容生态,从一开始就带着互联网范、金融范和精英范。从去年起抱怨在腾讯平台上无法起家,微信打开率低,赚不到钱的往往是一些既无法放下身段写谣言(过low),又写不出高质量内容的中段自媒体。

而一些低俗内容往往会获得大量的流量。在现实生活中,其实有很多个性化阅读客户端用户不愿去承认,头条上推荐给他们的低俗内容确实是他们喜欢的东西,更不要说把这些东西在社交关系中分享。成也低俗内容败也低俗内容,今日头条在价值观上的站队可能会成为这家公司在未来几年发展中不确定的一个因素。

微信、QQ平台是目前中国最具影响力的宣传渠道。如何打破自身强大社交基因所带来的负面效应,同时,又能在监管和恶趣味之间找到一个平衡,打造一个迎合广大“低俗趣味”群众的内容渠道,可能是腾讯

今日头条,这个在2013年才上线的新闻客户端,用3年时间到达了资讯客户端领域用户活跃第二,用户使用时长第一的高峰。每月,有1.6亿以上的用户通过这个红色的App获取人工智能算法为他们量身定制的“头条资讯”。

BAT的出现一点都不出人意料:一点资讯和微博合作,腾讯宣布芒种计划、百度在内部演讲时宣布重新布局内容分发、阿里也即将在UC和微博有大动作要发布。BAT仿佛同时患上了头条焦虑症,症状相同,但病因不同。

说起标题党,就不得不提到近期很火的另外一位选手——被阿里收购的UC和UC头条。

尽管产品上遍布令人惊喜的小细节,但UC的内容质量和其他个性化阅读平台没有太大区别。但优雅的界面下面所呈现的内容正如大家所知,就是UC震惊体的泛滥。虽然震惊二字并不如外界吐槽一样那么多,但UC时间流里“大快人心”“雷霆般出击”“你根本想象不到”之类感情强烈、诱发点击的词语配合高频出现的叹号,依然让很多人在第一时间给这个App贴上Low的标签。

这并非UC一家的问题,而是许多个性化阅读客户端的通病。今日头条一位运营人员曾表示:这个问题的关键其实还是整个中文互联网上的优质内容少,以互联网这个较为狭窄的领域为例,每天被(头条)编辑认可的觉得“必读”的文章只有二三十篇。一个关注互联网的头条用户在下拉三次之后我们为他推送什么?一个是与互联网范相关的其他领域的优质内容,还有就是只能用次级的内容去填充了。

与百度和腾讯的焦虑都不同,阿里在主营业务上既没有内忧,也不必过分担心内容分发领域会从外部影响到阿里的整体增长。

阿里的优势是海量的资源和充裕的现金流,收购和投资

下一阶段的一个课题。

阿里  
“局外人”现金充裕  
有的是时间慢慢布局

说起标题党,就不得不提到近期很火的另外一位选手——被阿里收购的UC和UC头条。

尽管产品上遍布令人惊喜的小细节,但UC的内容质量和其他个性化阅读平台没有太大区别。但优雅的界面下面所呈现的内容正如大家所知,就是UC震惊体的泛滥。虽然震惊二字并不如外界吐槽一样那么多,但UC时间流里“大快人心”“雷霆般出击”“你根本想象不到”之类感情强烈、诱发点击的词语配合高频出现的叹号,依然让很多人在第一时间给这个App贴上Low的标签。

这并非UC一家的问题,而是许多个性化阅读客户端的通病。

今日头条一位运营人员曾表示:这个问题的关键其实还是整个中文互联网上的优质内容少,以互联网这个较为狭窄的领域为例,每天被(头条)编辑认可的觉得“必读”的文章只有二三十篇。一个关注互联网的头条用户在下拉三次之后我们为他推送什么?一个是与互联网范相关的其他领域的优质内容,还有就是只能用次级的内容去填充了。

与百度和腾讯的焦虑都不同,阿里在主营业务上既没有内忧,也不必过分担心内容分发领域会从外部影响到阿里的整体增长。

阿里的优势是海量的资源和充裕的现金流,收购和投资

是阿里在内容分发领域发力最好的选择。但是,这将面临复杂的整合问题——全资收购的UC在产品上与阿里的整合相对较好,而只占有一部分股份的微博与阿里的合作则大多体现在广告层面。

与外部的合作而不是通过内部产品来解决这一问题,必定会拖慢阿里在这方面的进展,好在是阿里的主营业务对内容分发这部分依赖并不严重。它有的是时间在这一领域慢慢布局。

### 今日头条 焦虑与突围

比起场内的其他选手,今日头条除了是新闻客户端之外还什么都不是,在生态上的完整性远不及BAT,在业务的稳健性上也不如新美大和滴滴。一旦“风口”转移,头条没有任何继续存在的资本。

如果头条在信息流里加入本地服务和O2O,会把新美大拉下水。如果加入金融功能,会让阿里加大对头条的压制。而在上一轮泡沫中活下来,已验证可行的商业模式,基本均已在百度、阿里、腾讯、滴滴、新美大这几家公司中站队。这可能是头条的第二个焦虑。

另外一个问题是社交关系与算法推荐的平衡。在某种程度上,这两种分发模式是互斥的——大多数用户心中都有追寻“低俗内容”的原始欲望,却并不愿意将这些内容暴露在自己的社交圈中。一旦我将我的通讯录绑定头条账号,我将顾及我在头条的点赞和分享行为。这可能是头条的第三个焦虑。

头条确实发生了一些变化——尽管数量不减,但今日头条技术领域岗位占总员工数量的比例正在下降。而头条里的内容形式、广告和其他商业服务正在变多,这背后是更多非技术岗位员工的努力。有消息称今年今日头条的员工数量将突破2000人,而这其中新增的大部分将不再是技术岗位。

这家此前过分强调技术驱动的公司,终于开始不再瘸腿走路,开始在商业和模式上投放更多的精力。

今日头条的猎手们,似乎还是要再加把劲。

(综合)

# “马云乡村教师奖”已逾2100人申报

本报讯 2017届“马云乡村教师奖”自2月15日启动申报至今,全国已有2100余人注册并进入申报页面。申报会一直持续至4月15日,优秀的乡村教师们,报名就有机会与马云面对面交流对教育的感悟。

在山东,齐鲁晚报将独家全程参与寻找优秀乡村教师,报道乡村教师中的优秀典型人物。通过寻找山东优秀乡村教师,激励和支持他们,使乡村学校更具活力,使乡村儿童享受更好的教育。加深社会对乡村教师的理解,激发社会对乡村教育的更多关注,带动更多的社会人士投身乡村教育。

在刚刚结束的全国两会上,“乡村教育”是代表、委员们热议的话题之一,尤其是300多万的乡村教师,教育部部长陈宝生更称他们是我国基础教育的脊梁,是农村孩子成长的园丁。

2015年9月16日,马云公益基金会正式发起“马云乡村教师计划暨2015首届马云乡村教师奖”,旨在树立标杆典范,展现阳光形象,唤醒社会对乡村教师的尊重。至今该奖项已举办两届。

马云公益基金会的使命之一是传播倡导、唤醒意识。在项目全年活动中,基金会广

泛发动公益组织、教育部门、媒体、公众人物、企业、志愿者等群体积极参与,搭建了“人人参与”的公益大社区。

2月15日起,旨在寻找100位优秀一线乡村教师的“马云乡村教师奖”,面向全国一线乡村教师开始接受申报。齐鲁晚报作为山东唯一一家“马云乡村教师奖”合作媒体,将联合马云公益基金会,一起在山东寻找最美乡村教师。基金会将为获奖教师提供持续三年总计10万元的现金资助与专业发展机会。

据马云公益基金会透露,申报启动一个月以来,已有

2100余人注册并进入申报页面。其中完成全部内容的申报材料有425份,完成部分内容的申报材料有743份。

申报还在继续中,优秀的乡村老师们,赶紧注册申报或发邮件申报吧,您可能就是最终的获奖者,不仅可以到三亚参加颁奖礼,还能与马云面对面交流对教育的感悟。

报名可以采用自我申报和机构推荐两种方式,申请材料统一通过“马云公益基金会”官网(<http://www.jackmafoundation.org.cn>)提交,项目相关信息也将统一通过网站发布。(本报记者)

分类广告  
订版电话: 0531-85196183  
挂失、声明、公告、寻人、寻物等信息可以通过扫描上方二维码或本报唯一官方网站 [www.qilwb.com.cn](http://www.qilwb.com.cn)

综合信息 >>>  
**出售车间2栋** 办公3栋, 占地28亩双证齐全 18615501759赵  
**为临沂国营电厂培训工人** 另济宁枣庄济南青岛也建设,另聘 招生人员月5000元15554752110

**六星智能新风净化系统**  
高净化,低耗材,极静音,极节能;全省寻有实力、有资源合作伙伴。  
联系电话15253157333、18653136609