

互联网产品为何难破“短命魔咒”



□马绍栋

吸引用户很容易，留住用户却很难。在免费至上的互联网时代，产品周期太短，在这种情况下，大部分聪明的创业者都会先选择挣快钱。

这段时间，圈内一名好友正拉着几个小伙伴做一款互联网茶叶，首批2000份刚上线瞬间卖光。好友兴奋地向我展示他做的这款互联网茶叶：精挑细选的实体产品，调性十足的推广文案，人际圈层扩散的传播方式，每一个部位都符合互联网产品的惯用手法。

这就不能不让人联想起当下铺天盖地的“互联网+”了。这个热词携“两会”春风一夜之间处处皆谈。像上面这位老板，此前已做过互联网白酒、互联网海鲜、互联网土特产等，虽说不是人尽皆知，但在圈子里也是名噪一时，如今再推出“互联网茶叶”不足为奇。那么问题来了，这款风头正劲的产品他准备做多久？这个创意十足的品牌能有多长生命？

“鬼知道！先把产品卖掉赚了钱再说。”这位资深的互联网玩家回答得很干脆。根据他初步推算，按目前进度，这款产品几个社群推广下来，卖个四五百万不成问题。可对于这个互联网茶叶品牌能做多久，他却并没有信心，甚至也不关心。

如此岂不又是陷入互联网产品火一把就死的短命魔咒？对于笔者的质疑，好友并不否认。细数一下，曾经有多少互联网产品横空出世、风头无二，转眼间又跌落神坛无人问津，大浪淘沙留下来的屈指可数。这正是互联网这个行业的生存规律。“就像微信，谁知道明天它会变成什么样子？被取代？被颠覆？没人知道。”好友说。

正因为如此，很多互联网创业者一开始就心态浮躁，突然灵感迸发有了创意，就迅速做成快餐式产品，先赚把快钱再说。“主要是互联网带来的红利还远远没有吃完，而且吃起来成本低，任何有想法能行动的人都可以进来玩一把。”好友说。

如今互联网创业热潮涌动，各种互联网概念产品层出不穷。更为重要的是，移动互联网时代碾平了很多传统环境下高不可攀的门槛，就算是三五个人的草台班子，也可以引爆时尚和潮流。这些创业者难道真没想到要走得更远一些吗？

“不是，没有一个创业者在做产品时不想做成百年品牌，但互联网市场变幻莫测，而且很多时候不是你太慢，而是对手走得太快。”好友一语道破“短命魔咒”的要害。

“对手比你成长得更快”，这是互联网的另一个残酷法则。当你还在为快速吸引来大量用户欢呼时，对手可能已经推出了比你更好玩的同类产品，稍不留神你就成了明日黄花，这时候奋起直追也来不及，更别谈在原有产品的基础上创百年品牌了。“吸引用户很容易，留住用户却很难。在免费至上的互联网时代，产品周期太短，在这种情况下，大部分聪明的创业者都会先选择挣快钱。”好友说。

所以真正有战略眼光的互联网公司，无一不是把留住并培养忠实用户放在首位，而且产品持续玩命创新，商业利益甚至可以暂放一边。对于众多创业者来说，互联网的路注定要走很长，做好产品规划，未雨绸缪，才有可能走得更远。

有没有不是老大的老大



□崔滨

种种统摄江湖的方式，无不是现实世界秩序的写照。居于顶峰的人可以自如调配各方资源，不过，老大会陷入一边需要保持实力维持地位，另一边又要分散实力以提携盟友的状况。

都说武侠小说是成人童话，盖因其集中而酷烈地呈现出现实世界里成王败寇的法则。惟其如此，金庸在《笑傲江湖》里勾勒的江湖秩序便显得别有意味：

在那场无论是邪教反派日月神教，名门正派嵩山派、华山派，还是武林大宗少林、武当，无不企图掌控武林秩序的江湖纷争里，最后的胜出者却是令狐冲。

眼下，面对吸引了全球30多个经济强国参与其中，却引起美、日强烈反应的亚投行，作为发起方的中国，大度地表示将放弃老大“专利”，转而以多边磋商的方式达成共识。

世间真有不做大老的老大吗？中国在亚投行上的身段，恰与《笑傲江湖》中的武林争锋形成微妙互文。

在《笑傲江湖》的江湖里，日月神教教主任我行通过“三尸脑丹+黑木令”胁迫麾下；嵩山派左冷禅，华山派岳不群，凭强劲武功镇服其他门派。种种统摄江湖的方式，无不是现实世界秩序的写照。就以同亚投行履行同类功能的国际金融机构而论，如世界银行、亚洲开发银行等，都因美、日在其中占据发起方和最大出资方的缘故，历来始终由这两个国家垄断行长职务、左右集体意见。

居于顶峰的人可以自如调配各方资源，不过，老大会陷入一边需要保持实力维持地位，另一边又要分散实力以提携盟友的状况。典型者莫过于布雷顿森林全球货币体系，美国经济学家罗伯特·特里芬曾大胆预言其必将崩溃，崩溃原因与靠武力威慑上位的江湖霸主一样：既要美元大量发行以提供国际清偿能力，又要控制发行量以保持公信力。美元这种两难处境，直接导致1973年布雷顿森林体系崩溃。

这就是货币金融学里著名的“特里芬困境”。眼下世行、亚投行成员对美日一家独断微词日盛，对新成立的亚投行兴趣浓厚，在某种意义上也可以看做对这种霸主式威压秩序结构的反弹。

反观令狐冲，一面内部整顿五岳剑派，外部团结桃谷六仙等中立门派；一面与日月神教、少林武当在内的各方利益群体建立开放友好的对话机制，最后修成娶了日月神教圣女，修炼少林易筋经，身为恒山掌门，又和各部门比邻而居的“逍遥盟主”。

正是这种富有弹性和包容的博弈机制，让令狐冲成为连金庸都格外钟爱的人物。而且，这种超越“特里芬困境”的秩序建构，并不只是文学专美。

很多人不知道，腾讯最大单一股东并不是马化腾，而是南非MIH集团。MIH集团曾一度控制腾讯接近50%股权，完全可以一家独大。但MIH认为，如果因为自己的权力过盛抑制了马化腾等创始人的热情，公司的运营和发展就会失去方向，进而影响自身和全体股东利益。所以，腾讯公司上市前后，MIH主动出让了部分股权。可以说，腾讯公司如今的蓬勃发展，很大程度上受益于这种“令狐冲式”权益结构。

眼下，关于亚投行和中国在其中的权重，依然充满变数。尘埃落定前，我们希望通过文学武林和金融世界中江湖老大的博弈，提醒大家注意——这样一种因缘结局，即成功之人往往不止于在适当的时候出现，还在于他所出现的位置。

防止跑偏的伪“互联网+”



□杨飞越

全国“两会”后，“互联网+”的概念像病毒一样铺天盖地泛滥开来。凡事一跟互联网搭边，似乎立马变成了高大上的“互联网+”。按照笔者的理解，那种抱着“打一竿子试试有枣没枣”心态去尝试的，只能叫做尝试，而“互联网+”的本质应该是创新，不是所有的尝试都能叫做创新的。

不久前，与远大经销商王栋聊《穹顶之下》引发的热门问题。他说，依托他目前掌握的渠道，如果去注册一个空气净化品牌，挣钱是几分钟的事。淘宝上那些既不掌握技术也没有工厂，包装一个品牌就可以大卖的主儿太多了，也有不少人来找他合作，但是他不想做这种事。

王栋说，不掌握技术的企业注定不能长久，而企业对科技研发的投入太大了，不是一个经销商就能承受得起的，还不如货真价实地做好平台。王栋常在微信圈写个诗拍个照，笔者对文青的无奈和对经销商的些许偏见，随着他的这席话烟消云散。

但喧嚣之下，更多的人是曲解和盲从。这样的例子数不胜数。一个小伙说，他媳妇连续换了三部小米手机，小米真的是那种摔在沙发上就能碎屏死机的货。除了廉价，他无法理解米粉的死忠。但对质量的抱怨，挡不住小米口碑营销手册《参与感》的热销。

相似的例子还有，那些一诞生就宣告死亡的海量APP，那些一说创业就是在微信圈里卖面膜肥皂蛋糕衣服的脑筋，一看淘宝发财就搭建各种电商平台，骂完雷军就开卖格力手机的董阿姨……最出乎意料的是，“宇宙第一大行”端出一锅乱炖叫“e-ICBC”，真是不知道说什么才好。

不是所有的“+互联网”都能叫做“互联网+”。“互联网+”应蕴含着互联网时代对企业发展模式的变革与创新，不是赚一把就跑，不是打一枪换一个地方，这是一个深刻的时代命题。笔者猜66岁的张瑞敏未必会上网，但他对互联网的解读这般精准。他解散了海尔又重构了海尔，他将辞职潮转化成了创业潮，他把按部就班的零件变成急速旋转的发动机，真是了不起的远见卓识。

有消息说，截至今年2月，海尔集团已支持内部创业人员成立212家小微公司，在海尔创客公地已经诞生470个项目，汇聚1322家风投，吸引4000多家生态资源，孵化和孕育着2000多家创客小微公司。数字的真实性暂且不论，成活率恐怕也不足万分之一。笔者的理解是，哪怕成活一个都是好的。

在当下这个年代，会突然间有若干神话浮起。打车不要钱了，一个从没听说的APP卖了3000万，一个提供新闻的人气网站不要记者只要营销人员。这热闹的场景下，笔者眼前常常掠过这样一幕：在一个密闭的罐子里，大家都争先恐后地挤到了风口下，梦想自己会成为下一只飞起的猪。

但神话终究是个神话，最终能成为历史的，还是那些脚踏实地、务实创新的人。希望有一天，我们所有人都能在夜深人静的晚上，关掉电脑和朋友圈，冷静地想一想，我们的创新是不是真正能引领未来。

连做烟花的也转型互联网金融

作为沪深两市的第一烟花股，熊猫烟花(600599)这几年日子不好过。全民战霾的大背景下，其主营业务受到很大影响。

当烟花日冷、净利难增时，熊猫烟花不得不考虑转型。在去年3月发布的公告中，熊猫烟花拟以5.5亿元购买华海时代这家影业传媒公司，意图转向影视圈。受这个消息的影响，公司股价在复牌后五个交易日内大涨52.87%。然而这次转型并没有如愿，6个月后，公司主动终止了向影业的转型，原因是重组环节复杂及行业内企业竞争加剧。

可以预见的是，烟花市场的前景很难复苏了，于是熊猫烟花再谋转型，先后投资设立了熊猫资本管理有限公司、银湖网络科技有限公司以及融信通商务顾问有限公司。其中，由银湖网络科技有限公司开发运营的互联网金融平台“银湖网”在去年7月正式上线。

互联网金融！熊猫烟花将转型方向选在了这个时下最热门的领域，而且为了显示转型的十足信心，最近干脆把名字都改掉了，发公告更名为“熊猫金控”。

为了让转型更彻底一点，在银湖网这个P2P平台之外，公司拟由子公司熊猫资本管理有限公司投资1亿元设立熊猫金融信息，投资1亿元设立熊猫众筹，投资2亿元设立熊猫小贷。

主营业务受到政策环境影响持续低迷，尝试多个转型方向，甚至连上市公司的名字都做了更改——在熊猫烟花之前，湘鄂情不也是这么做的吗？八项规定出台后，餐饮业受到了影响，餐饮第一股湘鄂情于是尝试了旅游、环保、影视乃至大数据等多个行业，连公司名字也改成了中科云网。

这几个行业虽然看似热门，但环保行业尚未迎来规模发展，行业技术尚不成熟；影视行业的集中度已逐渐提高，竞争非常激烈；信息行业目前已经进入寡头垄断时期……湘鄂情这家餐饮企业虽然不断推出收购计划，但在这几个热门行业中毫无竞争优势，这些转型最终也不了了之，或许该公司提出转型的初衷也只是为了炒作概念、刺激一下股价。

与湘鄂情不同，改了名的熊猫烟花向互联网金融的转型多少还有些行业积累。银湖网上线几个月成交额便突破7亿元，去年底平台注册资本金增加到了2亿元。与环保、信息等技术密集型产业相比，互联网金融讲究资本密集、人才密集，行业门槛虽然不高，但想健康稳定地经营下去绝非易事。当很多银行、保险公司花费了不少心思却无法参透互联网金融的门道时，我们只有祝愿，这家烟花企业能有足够的意念和手段，让此次转型不会像烟花那样，由炽热急速冷逝。

神话终究是个神话，最终能成为历史的，还是那些脚踏实地、务实创新的人。关掉电脑和朋友圈，冷静地想一想，我们的创新是不是真正能引领未来。



□张桓

互联网金融！熊猫烟花将转型方向选在了这个时下最热门的领域，而且为了显示转型的十足信心，最近干脆把名字都改掉了，发公告更名为“熊猫金控”。