

互联网免费时代,知识付费平台靠什么立足

共享付费,为知识买单。近来,付费问答应用“分答”的蹿红,让互联网时代的知识付费经济变现呈现出更多可能性

□本报记者王维砚

付费才能提问,花钱就能偷听,满足你的好奇心还能让你赚钱……一个月以来,网友谢伟用提问和回答的方式共收入3547元,他调侃“动动手指,躺着就把钱赚了”。

谢伟提出的两个问题分别被“罗辑思维”的罗振宇和PPT网红许岑回答,并获得了网友1028次和472次的“偷听”,而他自己也以1.25元~10元不等的价格回答了7个问题。

这种聚焦付费语音问答的新玩法被称为“分答”模式。

这款应用自5月上线以来,吸引了各路名人大V入驻,迅速跻身现象级互联网产品行列。它的走红在为“知识变现”提供新可能的同时,也为“共享付费”提供了新路径。

不过,和其他的互联网应用一样,“分答”也将面临“火多久”、“活多久”的现实拷问以及如何应对同质化竞争的必答题。

提问者、回答者与偷听者

上线42天,50万条语音问答,1000万用户体验产品,100万用户为内容付费,1800万元交易总额,43%的复购率。这是6月27日“分答”创始人、果壳网CEO姬十三交出的一份成绩单。

当天,“分答”上线以来的首场发布会上,姬十三宣布,“在行”和“分答”已在两周前完成由元璟资本和红杉中国基金领投,普思资本和罗辑思维跟投的2500万美元A轮融资,目前估值已超1亿美元。

“分答”创造出极具颠覆性的游戏规则,提问者按照回答者的定价付费,问题被选中后会获得60秒语音回答,而对问题感兴趣的用户需花费1元钱才能“偷听”答案,偷听费用由提问者和回答者平分。

在这里,提问者、回答者、偷听者的角色被成功塑造,提问者与回答者合作生产出新内容,并第一次成为价值的生产者和分配者。

“在信息过载的时代,一个优质的问题是值得被付费的。”在姬十三看来,对提问者角色的塑造和强调也是分答的突破性所在,众声喧哗的时代,好的问题才是稀缺品。

罗振宇对分答模式下的提问者角色给出了更精准的定位。分答模式下提问者本质上是投资者,优质的答案会提升投资者的信心,虽然“偷听”只用一元钱,但是语音内容会形成版权产品永久在页面上进行销售,能够形成时间长效效应。

在分答平台,由于分

答平台,由于分

可想象的,之前人们觉得只有系统化的知识才有变现可能。”姬十三这样总结“分答”产生的影响。

“知识变现”,正是越来越多的媒体平台围绕分答模式展开讨论时的重要关键词。相较于知乎、果壳这样的深度知识社区,分答更像是知识片段的“零售商”。然而,60秒的语音真的具有承载知识的体量吗?

对此,姬十三做出了自己的解读。“60秒语音其实是250-300字的文字信息量,加上声音、情感和个性化表达,信息量是足够的,人格化的知识比干瘪的文字知识更有价值。”姬十三认为,语音回复既保证了互动的即时性,又没有让答题者的形象和动态即时呈现,是更适合知识界的互动方式。

事实上,由于移动互联网存在的“知识”边界已日渐模糊,在线问答平台所要契合的正是用户的“信息匹配需求”。

姬十三希望“分答”能造就一批“知识网红”,让人格魅力的知识人靠智慧实现财务自由。不过,在鼓山文化CEO冯子未看来,在线问答平台并不会产生新的“知识网红”,只是此前已经有积累和知名度的“知道分子”提供了集体爆发的渠道,客观上对推进受众为知识付费有积极作用。

享、偷听,最终让提问者获得几十到上百元收益的情况很常见,姬十三认为,平台很可能会催生职业提问者。

知识变现和知识网红“碎片化的知识可以变现,这在以前是不

“我们从未如此关心未来,因为我们从未像今天这样离未来如此之近。”

未来科技,开启一个万物互联的新时代

□本报记者李娜

007战车,黑衣人座驾,散发一万点治愈力的暖萌健康机器人“大白”,会说“川普”忠诚度一百的机器人管家“傻强”……这些曾经在荧幕上备受大众追捧的人工智能科技,正在一步步从概念走向现实。

在刚刚落幕的2016中国·成都全球创新创业交易展览会上,戴上VR眼镜体验一把过山车的刺激,与能说会唱可互动的小觅机器人来一次亲密对话,研究一下节能又智能的意念赛车,这些所有高科技产物的亮相,都是对过往艺术家在未来科技领域大胆设想的回应。

正如一位参观市民所感慨,“我们从未如此关心未来,因为我们从未像今天这样离未来如此之近。”

未来会是一个什么样的时代?科技创新就像撬动地球的杠杆,总能创造令人意想不到的奇迹。记者在采访中发现,成都双创会期间连续12场聚焦全球新一轮科技革命和产业革命的高峰论坛,以大数据、O2O、云计算、智能硬件、创新资本为高频核心关键词的背后,是科学家与商界精英对“未来”的基本共识:一个向信息文明迈进的“万物皆联网、无处不计算”新世界。

打造绿色施工新亮点

□本报记者张本 本报通讯员杜潇

通过科学管理和绿色施工技术,最大限度节约资源,减少对环境的负面影响——一段时间以来,中建三局华润深圳湾国际商业中心城市项目全员树立绿色建造目标,不断打造绿色施工新亮点。

“传统施工使用的木模板,保护好的情况下只能周转8-10次,铝膜只需要进行清理和刷油,周转至少能达到300次以上,有时候工程完工了都损坏不了多少。”项目技术员韩伟指着铝膜介绍到。目前,华润深圳湾项目所有塔楼均采用顶模、爬架、铝模等可周转模板体系和标准化防护设施,这比传统施工方式节约模板木方材料约14万平方米及支撑钢管约3000吨。

在出入口,一辆混凝土车正在进行清洗,项目设置的水循环型洗车槽累计可节约车辆冲洗用水约10万立方米;在电梯间,变频施工电梯正在将施工人员进行上下运下,提升运力实现能耗减半;在施工楼层中,机电风管采用了工厂化预制与自动合缝机,从根源上杜绝了加工噪音污染;在办公区,项目利用原有

大数据引领的互联网变革

作为国家确定的第六个国家中心城市,近年来,成都在“双创”领域的成绩正在被广泛关注。相关数据显示,2015年以来,成都平均每个工作日诞生市场主体990户,新增科技型企业11000余家,国家高新技术企业达1758家。

有创业者称,在当前竞争如此激烈的创业场中,谁掌握了数据,谁就掌握了主动权,大数据正在引领着互联网的变革。

“2015年全世界的移动数据流量是2005年的四倍,是2000年的四倍,到2020年,全世界智能手机的流量将超过PC终端,它的光盘重量相当于424艘航母。”6月25日,在成都双创会上的世界未来科技论坛上,中国工程院院士邬贺铨在演讲中向与会人员公布了这样一组“数据”。他坦言,在这一背景下,互联网时代正在发生翻天覆地的变化,未来城市数据、企业数据、医疗数据、网站数据将成为虚拟与现实生活的重要组成部分。但邬贺铨也指出,只有在大、快、变的低价值密度数据中挖掘出有价值的信息,大数据才能真正转化为生产力。而信息的融合和收取,则必须依赖于云计算的强大力量。

物联网时代将到来

“我们正处在一个特殊时期,移动互联网已经发展到巅峰阶段,新的互联网形态——万物互联正在产生。”去年,在第二届世界互联网大会上,有业内人士曾预言“五年之内,互联网一定走向物联网”。就这一点而言,出现在成都双创会上的科技精英与商界大佬们也都有着类似的研判。业内认为,物联网时代是移动互联网、车联网和智能家居之后的最终引爆状态,而物联网的核心要素则是关联性大数据、O2O以及智能硬件。

世界科技需要全社会共同参与

成都双创会期间,不断有关乎物联网在各领域应用的讨论声音传出。结合当前实际,无论是谷歌、微软、IBM这样的科技巨头,甚



近期,一款号称“你睡了还能赚钱”的付费类问答应用——“分答”在上线半个月的时间里火遍朋友圈。

共享付费,你愿意吗?

长久以来,对互联网开放、共享精神的传播与认同,让用户已经习惯免费享用内容,毕竟在信息复制接近零成本的互联网空间,与知识和内容相比,用户的注意力才是稀缺资源。

因此,在对内容产品进行盈利模式选择时,内容市场更倾向提供免费提供优质内容,在获得一定粉丝数量后,再通过内容引流实现“二次售卖”。那么,此番“分答”直接对内容收费,为什么还会有人“买账”?

事实上,共享付费,为知识买单,“分答”并不是第一个受益者。此前,知名财经媒体人李翔联合罗辑思维推出付费内容产品《李翔商业内参》,订阅年费199元,目前已有超过5万人订阅,订阅额合计1001万元。

6月6日,由马东联合奇葩说明星辩手打造的付费音频课程《好好说话》在喜马拉雅FM上线,仅一天销售额就突破500万元,截至6月16日,该课程销售额已超1000万元。

在业内人士看来,过去几年对消费者进行内容付费的培育已经完成,新一代用户的消费习惯悄然升级并对切合需求的小额内容付费表现出较高的宽容与认同。

根据艾瑞咨询近日发布的《2016年中国网络新媒体用户研究报告》显示,33.8%的用户已经产生过对新媒体内容的付费行为,15.6%的用户有付费意愿。50.6%的用户不愿意也不打算为新媒体内容付费,而这一数据在2014年为69.7%。

“小额收费,门槛较低,容易触发消费行为。”中国传媒大学从事媒体创意研究的副教授詹詹分析说,对于新媒体而言,争取受众是第一位的,小额付款在一定程度上完成了对用户的筛选,愿意付费的人往往有更高的忠诚度。

消解为功能化的第三方平台

在互联网的生产与消灭机制之下,此前的明星应用均是因为击中用户的某个痛点,或者放大某个创意。然而,随之而来的便是被“新人应用”淹没,很难维持长久热度。

资料显示,据不完全统计,在国内应用商店上架的APP超过400万款,且数量还在高速增长。另一方面,目前市场上手机App的平均生命周期只有十个月,85%的用户会在1个月内将其下载的应用程序删除。

如何在明星大V强势入驻完成短期导流造势后,继续维持和提高用户粘性,是决定一款应用能活多久的现实问题。

“活多久取决于产品的运营能力和迭代速度,最好的策略是做成插件,成为服务提供商。”罗振宇解释说,过去的互联网产品往往会固化为产品形态,比如一个App,但是未来的互联网产品可能会被消解为一种功能。“以当下最火的直播为例,未来各大产品中自带直播功能可能是标配”。

沿着产品功能化的思路,业内人士预测,将付费语音问答功能适配微信等第三方平台,有望成为内容平台“知识变现”的新趋势。“微信挤占了全品类的社交场景,创业者从微信生态出去服务用户是顺理成章的思路。”创业者刘思毅如是说。

作为知识产品,“分答”也将面临同质化竞争的问题。

詹詹认为,在产品功能、形态相似,运营水平相当的情况下,除了差异化的产品风格,对具有粉丝号召力的“知识网红”的争夺可能影响产品成败。“长远看,需要加强各个专业领域人士的入驻,为用户提供真正有价值的帮助。”姬十三说。

至是麻省理工等知名学府,均将人工智能技术作为未来发展的重点。

打造学习型机器人和人工智能是谷歌在未来一段时期内坚持优先投资的方向。“大家都知道信息技术的发展与突破对人类的生活带来巨大的深刻的影响,当下以通讯网络、物联网高性能、云计算等为代表的下一代技术已经成为万众瞩目的焦点。”邬贺铨说。

因此,今天的互联网,正在从“人人相联”向“物物相联”迈进,即通过万物相联,渗透进入到各个产业,产业互联网呼之欲出,也意味着各行各业如制造、医疗、农业、交通、运输、教育都将在未来20年被互联网化,这将极大提高工业、农业和服务业的效率,拉动GDP的增长,然而要完成上述实践并非易事,“物联网也是互联网的发展,目前物联网的应用仍只适用小范围,而且所收集的数据都要先传到手机上,数据准确率很低,耗电量极大,相比之下,如智慧城市等方面的应用则需要广域物联网。”邬贺铨说。

然而,正如“胶囊列车”首席执行官鲍勃·格瑞斯塔在谈及“速度创造价值”观点时所言,“所以我们可以成功完成今天人们所看见的6小时即可环球一周的胶囊列车项目,缘于他们拥有一支包括全球2万颗最聪明大脑的团队,“正是这种开放式的‘人力众筹’成就了如此伟大的项目”。

赵福勇说,互联网将被融合进一个比它大一百倍、一千倍的万物互联里,它将帮助城市预测事故与犯罪;让医生实时查看病患的心脏起搏器和生物芯片中的信息。业内认为,必须提高大数据分析的速度和准确度,而“人工智能是物联网实现的核心途径”。

成都双创会期间,不断有关乎物联网在各领域应用的讨论声音传出。结合当前实际,无论是谷歌、微软、IBM这样的科技巨头,甚

青藏铁路通车10周年图画作品在京举办

本报讯(记者刘静)一幅幅震撼人心的画面,将人带入那片神奇而严酷的高原,带到了那艰苦卓绝的天路施工战场。7月1日,由中国西藏文化与保护发展协会首次与中国铁建联合主办的庆祝中国共产党成立95周年暨青藏铁路通车10周年图片展,在中国铁建大厦一楼大厅开展。

青藏铁路是“新世纪四大工程”之一,从上世纪50年代开始,建设者用跨越50年的时间,克服了生态脆弱、高寒缺氧和多年冻土三大世界铁路建设难题,终于在2006年7月1日建庆85周年之际将其建成通车。青藏铁路安全运行10年来,运送旅客1.15亿人次、货物4.48亿吨,推动西藏GDP突破1000亿元、年均增速超10%。

全长1956千米的青藏铁路,一期工程由铁道兵修建,延续半个多世纪的青藏铁路工程成为铁道兵精神延续传承过程中极为重要的载体。中国铁建董事长孟凤朝说:“在新的形势下,我们更应该大力弘扬青藏铁路精神,用青藏铁路精神凝聚全员力量,展现创新作为,激励每一位员工立足岗位,建功立业,与时俱进地推进企业的全面发展,在创造新的辉煌中书写无悔的人生。”

深化校企合作助力铁路运营“走出去”

本报讯6月22日,中铁十六局铁运公司与呼和浩特机械工程职业技术学校签署校企合作战略合作框架协议,将为培育品学兼优的车、机、工、电等门类的实用性专业技术人才深化合作。

铁运公司是中国铁建一家门类齐全的综合型企业。近年来,该公司搭乘国家“一带一路”的快车,大力实施“走出去”战略,成功参与了坦赞铁路援助项目,近期又与中土集团以联合运营方式参与埃塞俄比亚-吉布提铁路运营达成合作意向,实现了海外市场“零”的突破,成为中国铁建第一家走出国门的铁路运营单位。多年来,铁运公司注重企业与专业院校的合作交流。随着公司海外市场和国内轨道交通运营等新领域的拓展,迫切需要更多高精尖铁路运输管理和技术人才。为此,该公司进一步坚定校企合作思路,将专业人才定向引进、培养与在职人员提升融为一体,共同打造产学研相结合的人才建设模式。(常虹 龚伟伟)

绿皮车变身“美食城”



7月4日,河南郑州一列废弃的火车被商家停在同样废弃的轨道上,改造成了“美食城”。这列火车由3节退役的绿皮客列车车厢和一台蒸汽机车组成。车厢被分段隔开,分别开设米皮店、寿司店等多家不同店铺,引得不少人慕名前来体验“火车餐厅”。视觉中国供图

国内最大乙烯气体裂解炉成功投用

本报讯6月29日,国内最大20万吨/年气体裂解炉完成性能考评。这台中国石化具有完全自主知识产权的气体裂解炉已在镇海炼化稳定运行8天,标志着中国大乙烯自主创新成套技术含金量再提升,打造炼化技术国家新名片再添“金砝码”。

中国石化镇海炼化分公司总经理张玉明说:“镇海炼化20万吨/年气体裂解炉建成投产,是贯彻中央五大发展理念和石化行业“十三五”发展战略的具体实践和成功案例,对镇海炼化意义重大。镇海炼化立足现有资产,以内涵式发展推动提质增效,不仅使镇海炼化乙烯装置产能提升10%,而且原料优化空间更大,手段更加灵活,乙烯整体竞争力再上新台阶。”

乙烯被称为“石化工业之母”,是石油化工基础性原料。乙烯产品带动发展塑料深加工、橡胶、纺织、医药、餐饮等配套产业,大到航空航天,小到吃饭穿衣都和人民生活息息相关。裂解炉是生产乙烯的龙头设施和核心设备。镇海炼化这台20万吨/年气体裂解炉投用后,不仅每年可增加10%的乙烯产能,装置运行还更加经济、灵活。(黄仲文 梅廷颖 徐磊杰)

创维发布洗衣机高端新品

本报讯6月28日,创维在北京举办洗衣机新品发布,i-DD变频滚筒与i-DD变频波轮两大系列共六款新品亮相。

以生产电视机起家的创维自2010年跨界进入白电领域,凭借数十年在彩电行业积累的品牌、渠道、资金和产业链资源,力图快速崛起成为白电市场的新锐力量。为了推动其白电业务实现跨越式发展,创维电器早在2014年就提出了对产品、品质、制造、市场、品牌同步提升的“五大升级”战略。

创维电器总经理吴自楠表示,本次推出的i-DD变频洗衣机是创维电器两年精心打造的明星产品,充分展示了创维电器自主研发的DD变频核心技术,同时也全面运用了行业领先的健康洗涤新技术。创维i-DD变频洗衣机的推出,将是创维洗衣机技术发展的里程碑之作。

据吴自楠透露,创维洗衣机2016财年的销售目标是100万台,到2020财年要达到200万台。他表示,创维电器将从i-DD变频洗衣机入手,迅速在高端洗衣机市场上完成布局,并通过高端产品带动洗衣机市场全线升级。未来,创维电器将进一步深耕健康科技,在节能、静音、智能化、免清洗、自清洁等技术方面持续发力,坚持做高品质产品回馈用户,实现用产品说话,用产品代言。(东升)



儿童培训机构设3D打印煎饼课程

7月3日,北京一家培训机构利用3D煎饼打印机举办了一次“3D动物在欢节”。他们将3D打印技术和美术、手工、思维创意培训相结合,为孩子们带来一次别开生面的食材艺术体验。

视觉中国 供图