

业界大佬分享经验碰撞火花

移动互联网的价值蓝海在于即时刚需、智能体验、社交满足



“未来,公司即将消失,平台逐渐崛起” 58同城高级副总裁 张川

“接下来7天,58同城的浏览量会提升30%,因为双十一买的不少东西,网友会在58同城转手卖掉。”一上台,58同城高级副总裁张川的一句话,惹得台下听众哈哈大笑。

时下,移动互联网俨然已经成为最热的一个词语,不管是互联网行业还是传统行业,都希望搭上这艘船,快速前行。“如果互联网公司不拥抱移动互联网,几乎面对的就是死亡。”张川说,目前58同城的移

动流量占比已经超过PC端,达到了60%,而去年这个占比才达到30%,预计今年年底占比将达到70%。

对于未来,张川认为,本地服务业要想发展,必须接受移动互联网,因为公司会慢慢消失,平台会逐渐崛起。“服务和商品是不一样的,商品可以同质化,但服务是个性化的。而移动互联网的到来,会让享受服务的人与提供服务的人,通过手机的连接,保持24小时不

间断的联系。”

“未来10年,N多的代驾公司会被代驾平台代替,N多的搬家公司会被搬家平台替代……因为平台是直面的,不需要中介,减少了中介费,同时需要的初期资金较少,这就意味着平台提供的服务比公司要低,消费者的接受程度就会高。”张川说,但在平台建设初期,一定会竞争激烈,只有多补贴消费者,越做越大之后,才能立足。



“移动化冲击,PC广告停止增长” 腾讯康盛总裁 陈亮

移动端崛起,PC端衰退,也许从广告业务量上反映得最为直观。

“由于移动化的冲击,今年PC广告端已经停止增长,甚至开始下滑。”腾讯康盛总裁陈亮的观点,直指PC端的痛处。

“除了广告额下滑,最让大家担心的是PC端用户群老化,与新生代用户绝缘。广告额下降,可以想办法增加,可是用户群老化,是一个很严重的问题。”陈亮说,如今

的90后,甚至95后,几乎天天拿着手机买东西、玩东西,除了必须开电脑,能在手机上完成的事情,绝不会想到用电脑。

此外,目前全国各地都兴起了不少地方社区,陈亮认为,这些地方社区要发展,更好拥抱移动互联网。“目前APP、WAP、微信三者中还是微信的模式和用户量更占优势,但是唯一不足的是用户间互动受限,而微社区就很好地解决了微信的

不足。”陈亮说,微社区通过微信公众平台账号,引入web2.0的概念,通过公众账号可以进入到微社区,用户通过微信登录,直接进行发言。如此一来,通过微社区,可把论坛和公众账号连接起来,通过公众账号,通过微社区,让大家过渡到移动互联网的时代。不过对于微社区,陈亮建议广大的站长一定要提供垂直领域的内容,并且要向社区里用户提供个性化内容与服务。



昨日,在中国(郑州)移动互联网创新峰会上,来自业界的各位“大腕儿”,毫不吝啬地与现场的3000多名嘉宾一起分享经验,碰撞火花。尤其是百度、腾讯、58同城、亿邦动力等行业佼佼者的发言,让现场频频爆出掌声和欢笑声。不少嘉宾认为,这场移动互联网峰会,听到的都是“干货”,非常实用且有价值。郑州晚报记者 徐智慧 赵柳影/文 马健/图



“不给大家用钱就好,不指望赚钱” 快的打车COO 赵冬

快的与滴滴的“烧钱大战”虽然早已经落幕,但对于消费者来说,依旧印象深刻。确实,打车软件的这一举动改变了不少市民的打车习惯。同时,打车软件也成为过去一年移动互联网细分行业中发展最快的业务。

昨日,在移动互联网创新峰会上,快的打车COO赵冬介绍,之所以打车软件不惜烧钱做宣传,主要

还是因为有市场、有潜力。“全国每年出租车的交易额在3000亿元以上,而平均出租车的空载率为25%,如果通过我们的软件,可以使得空驶率降低5%,打车市场的增长规模就达到200亿元,就算我们从中只抽取20%的佣金,也有40元。”用一组很生动的案例,赵冬向大家展示了打车的市场潜力。

可是,热归热,吵归吵,实实在

在的利润才是大家希望的,对于快的目前的利润,赵冬开玩笑说,不给大家用钱就好,不指望赚钱。“现在的竞争态势下,打车软件比较难实现利润。”赵冬说,但未来,打车软件将不会只做打车行业,而是要基于移动互联网成为综合智能交通平台,在租车、出租车、代驾、物流甚至旅游、无人驾驶汽车方面都开展业务。



未来,零售业将进入“经营人”的时代 口袋通创始人 白鸦

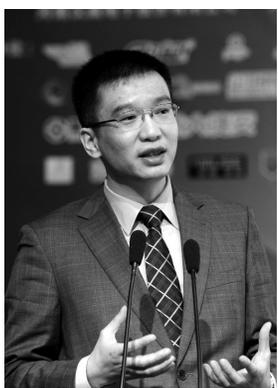
如今,线下的零售店成为为“房东”打工的角色。全国各地也都出现了关店潮。在郑州的大街小巷,很多店铺都打出“转让”的字样,经营不善是一方面,房租压力越来越大已是不争的事实。

口袋通创始人白鸦认为,中国这几十年来整个市场零售业是非常不正常的。几乎所有线下的零售商都只是在给房东打工,以为

好地段就有好生意,忽视了商品和服务的质量。而线上的压力比线下更残酷,更是给“房东”打工,自己是零利润。线上的代理商大多集中于淘宝、京东,入口太单一,导致终端掌握规则,广告费大增,挣钱的是平台商。

白鸦认为,未来零售业发生最大的变化是需要跟顾客保持更长期的连接关系。几乎每一个零售

商和每一个品牌商,左腿是好商品、好服务,右腿是顾客。未来的商家,一部分精力需要去经营人,另外一部分精力去经营货,经营自己的服务。“我认为未来销售过程中或者销售之后,都必须跟消费者保持连接,建立互联网连线,让他成为你的微博、微信上的粉丝、朋友。无论是线上还是线下,这是每一个零售商都要做的。”白鸦说。



“移动互联网确实热,但要找到它价值感的存在” 亿邦动力总裁 郑敏

移动互联网究竟有多热?谁也说不清,但现状是,大家一窝蜂地在追赶这个潮流,其中,不乏有些公司企业是思路清晰的,有些则头脑发热。正如亿邦动力总裁郑敏的观点,移动互联网确实热,但发展之前也要思考两个问题,一个是它的价值蓝海在哪?一个是如何把握入场节奏。

郑敏说,早些年,PC端也曾风光过,被追赶过,那是因为大家看

到了它的价值存在,即去低效的中间商和降低渠道门槛。那么,如今想要利用移动互联网,它的价值蓝海在哪?

“即时刚需、智能体验、社交满足。”这是郑敏给出的答案,在他看来,如今的智能手机可以代替人们所有的感官,并且人类消费的欲望,都是被社交激发出来的,加上智能手机的无时无刻,移动互联网便在即时、智能、社交上满足了消

费者的需要。

那么,如何把握入场节奏呢?“PC端的发展,是从网民阶段到阅读及娱乐阶段,再到最后的电商阶段,而目前移动互联网处于从阅读及娱乐阶段向电商阶段转换的过程。”对此,郑敏建议本地的一些传统企业,不要节奏过去去花大量资金,投资移动互联网,可以借助风险投资,或者正在创业的一些移动互联网公司合作。