

人口红利正在消失、人力成本不断上升,如何提升企业的效率,尤其是企业内部的管理效率及企业的营销收益,所有的企业都在想新的方式和方法。

企业级服务创业要做好“苦行僧”

■本报记者 李惠钰



2018年将是企业级服务市场爆发的一年。

图片来源:百度图片

“2018年将是企业级服务市场爆发的一年,会有非常多的企业级服务走向一个新的历程,不管是IPO(首次公开募股)还是收入、利润,都会达到新的高度。”这是12月2日在北京结束的“创业邦100未来领袖峰会暨2017创业邦年会”上,沸点资本管理合伙人于光东作出的预测。

实际上,早年间企业级服务(to B)市场并不被资本看好,互联网企业兴起之后更看好服务消费者(to C)市场,但近两年这种情况开始发生根本性变化。

“人口红利正在消失,人力成本不断上升,如何提升企业的效率,尤其是企业内部的管理效率及企业的营销收益,所有的企业都在想新的方式和方法。”创业邦CEO南立新表示,过去三年间约有1500家to B公司获得了近1200亿元的投资,to B市场迎来爆发。

不过,对于从事企业级服务的创业者来说,能抢到一块大蛋糕并不容易,与企业用户建立信任的时间会很长,要想成为to B市场的独角兽,创业者更需要耐得住寂寞。

尚未开发的价值洼地

相比于美国,中国的to B市场几乎处于婴儿期,美国仅Oracle、SAP、Salesforce三家to B公司的市值就已经超过了3500亿美元。而在中国,几乎所有的互联网公司都以C端为导向,庞大的C端用户缔造了美团、滴滴、摩拜等独角兽,但鲜有to B公司崭露头角,to B市场成为一片尚未开发的价值洼地。

“企业级服务其实就是服务于中小企业未被满足的需求。”南立新介绍说,企业级服务一般分为两类:一类是企业核心业务,包括技术、生产、贸易等;另一类是企业非核心业务,包括行政、市场、人事、财务等。

中子星金融就是一家专门从事企业级金融服务的平台,通过大数据和智能化手段帮助企业更方便地去找金融产品及做资产配置。中子星金融创始人张鹏就十分看好企业级金融服务的市场前景。

“其实金融领域是一个非常传统的市场,大家走的都是线下渠道,产品也是多重体系传导,中间消耗了很多成本,而我们要做的就是进行简化,去掉中间渠道,把市场上优秀的金融产品找到并做主动化管理。”张鹏说。

实际上,主动化管理就是利用金融科技的手段,通过智能化配置把成千上万的金融产品重新打包,再提供给不同的企业客户。“这样彻

底解决了过去金融机构从前端一直到后台的非常冗长的过程,节省下来的成本还可以为用户提高收益。所以我认为企业级金融服务存在非常大量市场改造的机会。”张鹏补充道。

够快云库创始人陈翔则抓住基于云上的企业级文件存储管理的服务,“对于企业基于底层的存储,以前是每个企业都有自己的服务器,存在员工的电脑设备中,这种方式操作方便但却做不到实时在线。”陈翔说,“现在,传统的电脑存储服务开始向云时代的信息化服务转型,最底层的存储如果能够迁移到云端,对企业整个信息化配置和建设来说都会非常便捷,够快云库就是帮企业实现它的文件实时在线统一。”

根据国家统计局的数据显示,2015年全国企业数量就达到了4000万,若根据这个数字估算,企业级服务的市场机会几乎还看不到天花板。面对这片蓝海,多家公司开始跑马圈地,阿里钉钉不断升级,企业微信悄悄推陈革新,美团大象则是小荷才露尖尖角……

更加注重产品价值

与美国市场服务大中型企业贡献主要营

收不同的是,在中国,中小企业才是市场服务的主体。而中国市场的优势在于,高效发达的移动互联网时代加上众多的中小企业客户,给予了企业级服务市场弯道超车的机遇。

“虽然我们企业服务市场刚刚起步,也没有大的巨头出现,但我们还有一个优点,企业服务市场很分散,企业要想生存下来并不难。”南立新分析认为。

“中小企业做企业服务可以占据长尾市场,可以做生态系统中的小草角色。细分领域市场机会依旧存在,在细分业务管理模块、流程设置以及技术改造上,足够的市场也有百亿元水准。”亿欧企业服务副主编黄志磊认为,企业服务每个业务模块太多,市场最后不会只剩几家巨头存在,共赢局面是可以期待的。

对于to B产品来说,往往是通过企业部署、实施、使用才能产生价值,例如移动网络广告技术服务商益石的网络营销产品,企业需要配置专门的网络营销人员负责接洽和实施,才会产生价值,该产品一次点击0.3元到几元人民币不等,通过企业的运营可能会转化为几千元的订单,所以企业还是愿意购

行业观察

“生产能力分享经济”或迎来爆发式增长

■本报见习记者 赵利利

新一轮科技和产业革命正在创造历史性机遇,分享经济等新兴经济业态逐步成为我国经济发展的新引擎。近年来,分享经济引发高度关注,市场规模快速增长。

“为什么分享经济会火?”国家信息中心分享经济研究中心副主任于风霞在近日召开的2017“互联网+”资源循环利用产业发展论坛上说,“因为它追求的是资源要素的快速流动与高效配置。”

市场表现“亮点纷呈”

于风霞提供的数据显示,2016年中国分享经济市场交易额约为34520亿元,比上年增长103%。其中,知识技能、房屋住宿、交通出行、生活服务、生产能力和医疗分享领域的交易额分别为610亿元、243亿元、2038亿元、7233亿元、3380亿元、155亿元,知识技能领域的市场规模增长最快,增长率达到了205%。

何谓分享经济?据国家发展改革委等八部门印发的《关于促进分享经济发展的指导性意见》,分享经济现阶段主要表现为,利用网络信息技术,通过互联网平台将分散资源进行优化配置,提高利用效率的新型经济形态。

“分享经济的基本特征可以从技术、主体、行为、文化特征等多个方面体现出来。”于风霞介绍道,“技术方面,分享经济基于互联网平台;主体上,大众参与;行为上,经济行为的权属关系发生了新的变化;另外,‘不求拥有,但求所用’是分享经济区别于传统经济形态的重要文化特征。”

于风霞进一步补充道,“分享经济的目的是追求效率最高,以互相信任为基础,以可分享的资源为前提,受信息技术支撑,核心是用户体验最优。”基于此,分享经济的上半场可谓“亮点纷呈”,“大众创业,万众创新”表现最活跃的领域大都带有分享经济的基因,知识付费、网络直播、共享单车等一时间迅速崛起。

分享经济企业的融资规模大幅扩

张,其带动就业的效果非常明显。于风霞列举了几个不同领域的分享企业:在猪八戒网,全职依靠创意分享来生活的人达到10万人次;滴滴出行为社会创造了1750万灵活就业机会;回家吃饭注册厨师已有16万余人;饿了么平台注册配送员超过100万人;小猪、途家等带动直接和间接就业人数超过200万人;2017年上半年每新增100人就业就有1人为共享单车服务。

信用乘数效应得以体现

随着市场的逐渐成熟,分享经济的格局也开始发生变化。于风霞表示,“先行领域开始出现大并购,包括整合兼并及战略合作等形式。这是竞争格局趋向稳定的前奏,市场结构从过度分散走向适度集中、竞争从价格补贴走向向体改善。”

“信用”是分享经济健康发展的重要保障,在于风霞看来,我国信用平台建设开始见成效。她介绍道,平台信用保障体系建设包括平台一征信机构、平台自建、平台一保险机构三种类型。平台一征信机构通常与征信机构合作加强信用甄别与管理;平台自建通过身份证校验、绑定实名制手机号和银行卡、评论等建设信用体系;平台一保险机构则通过与保险机构合作来加强信用保险。

“越来越多的用户通过调用信用分参与分享经济活动”,于风霞提供了两组数据,“从月均通过调用信用使用分享经济服务的用户数指数化结果可以看出,2017年4月相对于2016年1月增长了3.7倍,平均每个月以12.7%的速度增长。日均服务用户数指数化结果趋势图也可看出‘指数级’增长趋势,尤其是2017年3月开始大量接入共享单车后,通过信用调用使用分享经济服务的用户数增速大幅提高,信用的乘数效应得到充分体现。”

于风霞表示,“从不同领域来看,过去一年多,信用助力分享经济发展较快的依次是共享单车、信用借还和汽车租

赁这些较高频的服务,而对于房屋酒店住宿和知识技能这类相对低频的服务,其增速相对较慢。”她认为,个人信用意识水平与该城市基于信用使用分享经济服务的覆盖率呈正相关关系。

“对于to B产品,免费还是收费并不重要,关键要看能给企业带来什么价值。”奇鱼微办高级产品总监黄皓表示,“价格与价值不同,只有将价格与价值等效平衡,不违背商业规律,才能更好地为企业客户提供服务。”

IDG资本合伙人牛奎光对to B市场也有着自己的见解,他认为to B创业关键不是长跑道,而是必须在竞争环境下找到好的切入点,获得更快的成长速度。

“创业公司的护城河有几种类型:先发优势壁垒、规模优势壁垒、技术优势壁垒、产品优势壁垒、执行优势壁垒。创业者一定要想清楚你的核心壁垒是什么,以及该核心壁垒能否让企业在三五年后仍能持续发展。”牛奎光分析说。

获得信任要“以慢为快”

有人说做to B的是“苦行僧”,做to C的是“暴发户”,于光东则告诫to B创业者,与企业用户建立信任或许需要很长时间,“to C的产品是靠命,有可能很长时间不行,突然出现一个产品反而就成了,之前的积累不一定能对未上岸有任何帮助。但to B的产品一定是循序渐进的过程,不断循环、不断试错去完善的过程。”

对于做获客困难的金融产品的张鹏来说,获客的第一点就是基于信任。“我们内部也提一个口号‘以慢为快’,要有非常扎实的产品,把它的安全性、收益性、流动性做好,建立信任,为此我们宁可慢一点。”

不过,张鹏同时提出,to B最大的挑战还在于需要很长的市场教育,特别是对于投资者,对很多新的形式还存在疑惑或不解,对其教育需要更长的时间。

顺为资本投资合伙人周航也劝告创业者要做“少慢”。他认为,不管是在什么时代,一个伟大的公司都需要慢慢去打磨,“只有当你把一件事情想得足够长远时,你才会做好每一件当下的事情,否则就会很迷惑。”

“很多公司遇到的问题往往都是他们在一个巨大领域中非常好,但是却始终都找不到一个足够小的切口去解决这个问题,导致创业时很长时间都是围着锅边转,无从下口。”所以,相对一个宏大的格局而言,周航更建议创业者从传统的“大、多、快”,变成主动去选择“做小、做少、做慢”,更加追求每个细节,从优秀变成卓越。

协同监管是大势所趋

分享经济的跨行业、跨地区、网络化特征对现行监管模式提出新的要求,网络直播、互联网金融、网约车等领域相继出台适应新特征的监管措施。于风霞表示,未来,协同监管是大势所趋;当前,补位性、底线性、保障性的制度建设是重点。

“创新监管永远在路上,这包括监管思维、监管模式以及监管工具。”于风霞说,“监管理念已经形成初步共识:对底线之上、看准的新业态要量身定做监管制度;看不得的技术和业态实行更具弹性性和包容性的监管方式。”

“中国分享经济发展趋势主要体现在协同监管、高速增长、加速融合、重塑就业等特征。”于风霞表示,生产能力/制造业领域的分享经济刚刚起步,未来几年有望迎来爆发式增长。

于风霞从广度和深度两个维度概括了分享经济的融合趋势,“从广度上看,分享经济新业态新模式将在各个领域迅速普及应用,预计未来几年,在产品、空间、资金、知识技能、劳务、生产能力等领域将出现越来越多的新型平台企业;从深度上看,分享的基因将越来越多地注入到实体企业的创立、用工、研发、设计、生产、销售、服务等各个环节。”

重塑就业被于风霞认为是分享经济发展趋势的重要特征。她表示,分享经济今后的发展必然增加大量灵活就业岗位,缓解新一轮技术产业革命下的结构性失业问题,“公司+员工”将在越来越多的领域被“平台+个人”所替代。“到2020年,分享经济领域的提供服务者有望超过1亿人,将有效对冲经济增速放缓、技术进步带来的就业挤压效应。”

简讯

《中国散煤综合治理调研报告2017》发布

本报讯 中国煤控项目散煤治理课题组日前发布《中国散煤综合治理调研报告2017》(以下简称《报告》)。《报告》称,我国散煤消费主要集中在工业和民用两大领域。工业领域散煤总计约3.91亿吨,约占散煤总量的52%。工业领域散煤主要来自工业小锅炉和小窑炉。小窑炉散煤多来自建筑、砖瓦、石灰三个行业的落后产能,应淘汰的落后产能的燃煤量约1.63亿吨。民用散煤总量约2.34亿吨,占散煤总量的31%,是散煤的第二个主要来源。民用散煤主要分布于广大的农村地区,农村散煤占民用散煤总量的94%。超九成民用生活散煤用于北方冬季农村取暖。

《报告》认为,淘汰落后产能是工业小窑炉散煤治理的重要内容;推进北方地区清洁取暖是民用散煤治理的重要抓手。民用散煤治理主要分为三个内容:针对冬季采暖期的散煤,以推进清洁供暖为主要抓手;针对炊事散煤,继续提高液化石油气和电的使用比率;针对民用热水的散煤,在具备资源条件的地区推进太阳能的利用。(赵利利)

中国矿产资源与材料应用创新联盟成立

本报讯 近日,中国矿产资源与材料应用创新联盟(以下简称联盟)在2017中国矿业全产业链大会上正式成立。联盟以科技部、财政部等六部门联合发布的《关于推动产业技术创新战略联盟构建的指导意见》为依据,在中国产学研合作促进会的指导下,由中国工程院、国家能源投资集团、鞍钢矿业集团、五矿集团、中铝集团、中国黄金集团等50余家单位联合发起。

联盟由专家委员会、理事会及秘书处构成。联盟专家委员会成员为来自于中国科学院、中国工程院等科研院所及其他企事业单位的80余位院士、专家,中国工程院院士徐匡迪担任名誉主任,中国工程院院士干勇担任主任。作为矿业与材料行业国家技术创新工程的重要载体,联盟旨在链接资源,打破壁垒,构建产学研相互促进的矿产资源与材料应用创新体系,推动我国矿产资源产业与材料产业全产业链的产业结构优化和整体协调发展,促进行业转型升级。(赵利利)

Watson 万例肿瘤解决方案公益捐赠全国展开

本报讯 12月4日,由中国红十字会、百洋智能科技、爱康集团、轻松筹联合发起的“以AI抗癌·Watson全国10000例肿瘤解决方案公益捐赠”全国启动会在京举行,各方将从社会公益爱心人士帮助出发,携手为全国17万名贫困、初诊肿瘤患者,免费提供由国际肿瘤专家水准的治疗方案,缓解当前国内大部分肿瘤患者难以及时获得规范化治疗方案的痛点。

此次活动将为肿瘤患者捐赠目前医疗领域先进的人工智能工具——Watson for Oncology(Watson肿瘤解决方案),临床医生在Watson上输入患者的关键指标,仅需十几秒,即可根据患者的基本信息快速匹配相应的循证证据,并按照循证的质量、日期及相关性排序给出治疗方案的建议。活动将对全国1万例罹患肺癌、胃癌、乳腺癌、直肠癌、结肠癌、宫颈癌、卵巢癌、前列腺癌、膀胱癌、初诊患者全面开放。爱康体检与医疗中心还将在本次公益捐赠活动期间每月集中开展一次系列义诊活动。此外,选择医生与Watson共同制定治疗方案,但无力支付治疗费用的贫困患者,还可通过“轻松筹”进行爱心治疗款募集。(李惠钰)

恩智浦加盟百度 Apollo 开放平台

本报讯 12月4日,全球汽车半导体供应商恩智浦半导体宣布正式成为百度Apollo开放平台的合作伙伴。百度与恩智浦于今年七月签订合作谅解备忘录,双方将基于自动驾驶系统及硬件解决方案开发全方位的商业与技术协作,联合为无人驾驶、智能网联汽车、车载信息安全提供全面可靠的解决方案。

“近几年,中国车企在创新和产品开发方面速度惊人。得益于强有力的政策支持,中国在无人驾驶领域已经处于全球领先的位置。”恩智浦全球执行副总裁兼汽车事业部总经理 Kurt Sievers 表示,“百度是中国首屈一指的能构建自动驾驶领域开放生态平台的企业,恩智浦在汽车电子领域拥有全球领先的技术和经验积累,期待双方通过先进的自动驾驶解决方案加速Apollo生态圈的创新。”

中投顾问研究报告预计2020年中国市场汽车销量将达到3212万辆,其中智能驾驶新车市场渗透率将达15%左右,智能驾驶产品市场规模将近1000亿元。(赵广立)

IDC Q3 报告: 浪潮服务器出货量、销售额中国第一

本报讯 12月1日,国际数据公司(IDC)发布《2017年第三季度中国X86服务器市场跟踪报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2017年第3季度中国X86服务器市场出货量678832台,同比增长8.4%,市场规模28.23亿美元,同比增长25.1%。

从厂商市场份额来看,排名前三的厂商分别是浪潮、戴尔、华为。其中,浪潮位居出货量、销售额的市场双料第一,互联网行业和AI服务器是浪潮获此成绩的关键词。

中国互联网需求增长是本赛季市场增长的主要原因。2017年上半年,受配件价格上涨和采购周期等因素的影响,互联网行业出货量同比增长仅为0.4%,但从第三季度开始,“双十一”“双十二”等电商盛宴,公有云服务商扩大基础设施投资,Tier1互联网巨头对AI投入的加大,以上种种因素使得上半年受到压制的需求得以释放,行业采购开始爆发。(赵广立)

心脏病紧急救援全国公益行动在京启动

本报讯 12月3日,由人民日报社《健康时报》主办、湖南省紧急救援协会协办、湖南马王堆制药有限公司等承办的“健康中国心系万家”心脏病紧急救援全国公益行动在京启动。

有数据统计,80%的心脏骤停发生在家庭中,但由于人们缺乏急救常识,往往容易错过最初4~6分钟的“急救黄金时间”。著名心血管病专家洪昭光说,目前我国心跳骤停的急救成功率不到1%,而发达国家存活率达到60%。因此掌握一些心跳骤停、心脑血管意外的急救方法、应急常识很有必要。

据悉,本次公益活动将向全国免费发放100000套家庭医疗急救手册。(薛坤)

2018 中国和全球钢材需求预测研究成果在京发布

全球钢材需求量呈上涨趋势

本报讯(记者李惠钰)12月4日,冶金工业规划研究院在京发布2018年中国和全球钢铁需求预测研究成果。会上,冶金工业规划研究院副院长肖邦国、院长助理姜晓东分别就2018年我国钢铁需求预测成果、全球钢材需求预测成果以及2017年钢铁企业综合竞争力评级结果进行发布与解读。

成果显示,2018年全球各地区钢材需求量仍将保持增长,但部分地区增速下滑,与2017年相比全球各地区钢材需求格局变化不大,预计全球钢材需求量为16.47亿吨,同比增长1.7%。

其中,受中国钢材需求增速下滑影响,亚洲钢材需求增长1.8%,增速比2017年下滑5.1个百分点;欧洲、北美洲和非洲钢材需求增速分别为1.5%、0.7%和3.5%,增速分别比2017年下滑0.5个、0.6个和0.4个百分点。独联体、南美洲、中东和大洋洲钢材需求增速分别为2.0%、1.1%、3.6%和1.4%,增速分别比2017年加快0.4个、0.5个、1.6个和0.4个百分点。

2018年,亚洲钢材消费比重基本不变,约为65.9%,仍然居全球首位。欧洲和北美洲钢材消费比重分别居全球第二位和第三位,欧洲钢材消费比重基本不变,约为12.5%;北美洲钢材消费比重约为9.3%,比2017年下降0.1个百分点。非洲钢材消费比重略增,约为2.5%,比2017年提高0.1个百分点。

2018年我国经济发展将保持平稳增长态势,建筑、机械、汽车、造船、家电、集装箱等行业钢材需求仍将持续增长,但增速放缓,预计2018年我国钢材实际需求量为7.30亿吨,同比增长0.7%。

据悉,中国钢铁需求预测是冶金工业规划研究院的一项重点工作。自1972年建院之日起,该院就承担起为政府、行业和企业进行钢材需求总量、品种结构预测及提供政策建议的工作,为准确把握中国钢铁工业发展方向、需求总量及品种结构调整提供参考。

中国冶金工业规划研究院副院长肖邦国表示,对全球钢材需求量的预测是基于对各地区钢材需求量的预测之上的,而对各地区钢材需求量的预测是基于对该地区各国的钢材需求量的预测之上的。

冶金工业规划研究院院长李新创表示,尽管钢价增长势头颇为猛烈,但在承认价格增幅偏大的事实基础上,还应该看到,从大的历史周期看,钢材价格依然不高,其价格指数和1994年相比仅仅增加了17%。对于钢铁这样的大工业行业来说,如果长期亏损,会给整个经济带来较大的负面影响。

本次成果评级为A+、A、B+和B的钢铁企业(即拥有较强竞争力及以上的钢铁企业)共有85家,合计粗钢产量约6.3亿吨,约占全国的总量78%。