

智COMPANY 在|公|司



由中国经营报34年积淀资深团队倾力打造,关注IT、科技、通讯、电商、家电领域的新闻、新知、新趋势,每日15分钟,TMT领域的高品质悦读套餐。
中经e商圈微信号:zjeltmt



《中国经营报》旗下TMT版组长期关注于家电、科技、通信等领域的报道。
微信号:zj3cjd

主编/雷士武 编辑/张靖超 美编/范凡 校对/刘军 leishiwu@cbnet.com.cn 611982653@qq.com

创梦天地进军线下娱乐 轻游戏能否玩转重资产? >C2

吴秀波影视资本局 >C4

方大系“炫富”背后:上市公司高管频繁变动 >C5

用户逃离,站长不满

百度搜索之“惑”

本报记者 李静 唐金燕 北京报道

2018年下半年,SEO(搜索引擎优化)从业者刘明(化名)明显感觉到百度加大了对百家号资源的倾斜。

在百度搜索引擎的关键词结果中分为自然排名和竞价排名两种方式,二者的区别在于竞价排名就是通过设置关键词的价格和频率来排名,因此搜索结果上会标注“广告”,而自然排名则是利用SEO的手段,比如通过博客、论坛、链接等手段让关键词在搜索引擎中获得不错的排名。

近日,《搜索引擎百度已死》一文将百度又一次推到风口浪尖,文章称在百度第一页看到的搜索结果,基本上一半以上会指向百度自家产品,尤其频繁出现的是“百家号”。该文迅速引起不少网民的共鸣,并在网络上疯传。

而SEO从业者、网站站长们则有更深刻的感受。“从关键词搜索结果来看,排在网页前面的除了广告,还出现了很多百家号的链接,并且百家号的概率很高。”2019年1月24日,刘明告诉《中国经营报》记者,“百度的这种做法引起了大批站长和SEO从业者的不满。”

记者就此事件近日向百度方面询问,截至发稿时对方未作回应。

“毕竟搜索引擎是人家的”

SEO从业者虽然心有不满,但也只能跟着百度的脚步,开始重视百家号的运营,把文章发到自己公司的百家号上,希望排名能好一些。

“近半个月来,最直观的感受就是,日子难过,流量变少。”SEO从业者宋昊(化名)无奈地说道,“之前排在前面,现在被挤到后面,或者第二页。”

从百度搜索资源倾斜的效果来看,对竞价广告基本没有影响。在百度搜索关键词“皮肤病”“白斑病”“搬家”等,排在首页前几位的链接标注着“广告”,并且有浅粉色的底纹,广告之后才是自然搜索结果。

“百度将资源倾斜于百家号,主要影响的是自然排名的结果,也就是对SEO影响较大。”SEO从业者王柳(化名)表示。因此,在百度上生存的SEO从业者的玩法就不得不随之而变。

刘明明明显感觉到留给SEO的难度更大了,他向记者举例说:“比如SEO人员小李在北京的一家搬家公司上班,老板就天天看‘搬家公司’这个关键词,突然又出来一个百家号的排名,首页上面好多个广告位,下面有这么多百度自家产品,百度百科、百度知道、百度新闻、百度地图,现在又加上百家号。即便小李能把公司的网页优化到百度首页,也没太大价值了。”

搜索博弈信息流

百度人工智能相关业务短时间内还看不到收益,远水解不了近渴,传统的搜索业务和新增的信息流业务才是百度当下的现金流。

从产品形态来看,百家号和微信公众号、头条号、搜狐号、大鱼号等自媒体内容分发产品类似。如果按时间来追溯的话,百度的自媒体化最早起步于2013年12月24日上线的百度百家,百度百家曾培养了一批自媒体大V写手。但进入2016年,微信公众号崛起,大型门户网站加入自媒体争夺战,逐渐瓜分百度百家的流量资源。2016年6月,百度正式启动并内测百家号,并给予百家号资源倾斜。

在百家号逐渐稳定之后,2017年11月百度又推出了熊掌号。根据官网介绍,熊掌号是内容和服务提供者入驻百度生态的认证账号,致力于帮助内容和服务提供者便捷、高效地连接全网用户,并充分利用百度生态开放的优势,获取流量、沉淀用户、塑造品牌,实现自身价值的快速增长。

吴川向记者解释熊掌号和百家号的区别,“熊掌号主要面向站长,站长在自己网站发出内容后形成网络链接推送给百度,百度抓取内容并处理后

“没有任何办法的,毕竟搜索引擎是人家的。”刘明说道。SEO从业者虽然心有不满,但也只能跟着百度的脚步,开始重视百家号的运营,把文章发到自己公司的百家号上,希望排名能好一些。

在校大学生张梁(化名)是一名内容输出者,百家号、网易号、头条号、大鱼号等都是他的内容发布渠道。“2018年6月参加了网易青媒计划做网易号,但是一直没有流量推荐,文章阅读量较低。后来听说做百家号比较赚钱,之后开始做百家号。”张梁告诉记者,“目前,百家号是我唯一——一个能够赚到钱的自媒体平台。”

张梁并不是百家号签约作者,只需要使用身份证信息,很快就申请到了百家号,写好文章之后,复制到后台排版,提交机器审核之后就可以发布。他觉得只要没有敏感词很快就可以通过审核。“不过,百家号的审核机制常采用‘一刀切’的方式,因为它在抓取关键词审核时很生硬,像我曾经写过的‘婚闹思考’‘虐童思考’‘山东临沂幼儿园事件的思考’都被下线,并

且扣了信用分,给出的理由是内容低俗,但我只是摆事实说观点,观点也很正,在抓取关键词的时候就莫名被下线。”张梁说。

百家号在成为内容创作者的发布渠道之外,在张梁看来流量资源也被一些专门洗稿的营销号利用。“营销号懂得怎么回避敏感词带来的不过审,所以即使他们文章写得再低俗、毫无营养也会过审。”

不过,对于商家而言,百家号对商家的留存是大问题。“专业建站的站长主要靠网站流量生存,通过把内容做好吸引用户点击跳转到自己的网站上,网站流量大了之后就可以售卖网站广告位置。”互联网从业者吴川(化名)告诉记者,“不同访问IP的PV(页面浏览量)也是SEO从业者重要考核标准。”

用户在访问百家号时不会跳转到其他的网站。“对用户来说,百家号的内容偏文章类的,就是看看而已,没有任何交互,不像引流到网站后,可以提供丰富的体验和不同的用户价值。”SEO从业者宋昊表示。

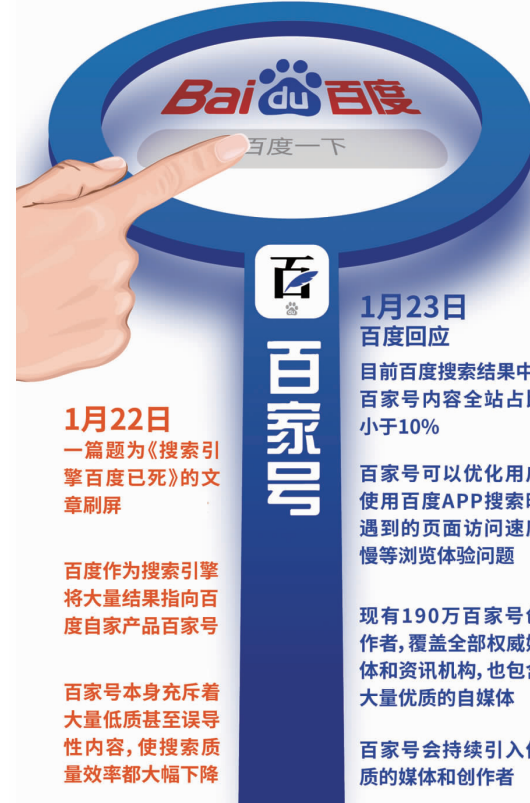
刘明告诉记者,流量的变化对很

多中大型网站来说影响程度可能不到1%,但是会影响到很多小企业的传统网站,工作人员只关注几个关键词的排名。

网站、网页的排名被百家号挤到了后面,百度搜索结果变化造成的还有用户的逃离。不同的用户向记者吐槽,现在百度越来越难搜到想要的信息。“有时候为了找一些资料,先是搜一遍百度,然后搜一遍微信微博,还要再看一圈知乎。”用户周蝶(化名)说道。

不过对于百度而言,流量还是最重要的。“百度对‘大多数用户’的定义是根据数据来的,百家号的流量数据在涨,百度就会认为‘大多数用户’是接受的。”一位不愿具名的互联网投资人士对记者分析道。

百家号的出现并未影响到百度原本的竞价广告收入,同时相当于把导向中小网站的流量导到了百家号。一位百度广告工作人员告诉记者,百家号的盈利模式仍然是广告变现。“一般百度和百家号作者之间会有收益分成,百度也能赚到钱,所以才愿意引流到自家平台。”王柳说。



解码“产业互联网”虚实

本报记者 李甜 吴可仲 北京报道

在餐饮设备生产行业摸爬滚打十年,王星皓执掌的公司毛利润仅四成,纯利润不到10%。而在2018年,这个行业市场规模超过万亿元,但偌大的市场问题也不少,一些厂家的货卖不出去,经销商把货卖了赚不到钱,客户把货买了后却不满意。

巨头入局

美团点评CEO王兴在2016年7月率先提出互联网“下半场”说法。他在公司内部信中称,此前中国互联网的发展在很大程度上靠的是人口红利,哪怕发展模式粗糙、成本高都不要紧,用户依然会快速增长。但今时不同往日,“从宏观角度看,对于整个中国的互联网也是刚刚进入‘下半场’。”一个月后,在一场峰会上,王兴进行公开演讲时提到,赢得“下半场”最激动的三个方向是做高科技、互联网+、国际化。其中,高科技包括人工智能、大数据、云计算等。互联网+指“过去20年,中国互联网的发展给我们带来了很多变化,但这些变化很大程度上停留在表面,接下来需要去考虑如何帮助传统行业提升效率、降低成本。”

王星皓告诉《中国经营报》记者,2013年时,他跟同事针对行业痛点探讨解决方案,认为问题出在了供应链上,并想出了大致解决方案:“应该从产业链上着手,把上游的工厂到下游的经销商、包括相关的服务商能够彻底打通,形成一个利益共同体,共同服务C端客户。”

实际上,在王星皓思考出路之

时,中国互联网行业经过此前20年的疾驰,正在引发新一轮“反思”。“未来十年哪些基础学科突破会影响互联网科技产业?产业互联网和消费互联网融合创新,会带来哪些改变?”2018年10月,腾讯创始人马化腾深夜在知乎发问,引发业内关注。

而今,喧嚣散去,产业互联网到底是什么?这个问题依然没有多少人能完全讲清楚。

上的尝试。

侯继勇认为,“产业互联网的逻辑是用互联网的技术和方法把所有的行业重新给做一遍。”阿里做盒马鲜生、收购大润发等在线下布局是因原先的线下场景不适合跟线上做匹配,因此互联网企业自行做店面,欲先重构人们的消费行为,再重构该传统行业。

侯继勇表示,尚且有众多行业未被完全互联网化,“它的原因是互联网技术在这些行业中的覆盖率还不够。”

“我也不知道产业互联网是什么,这个行业里面也没有人说得清楚产业互联网是什么。”逐鹿资本的投资经理王峻羽表示,产业互联网是“长”出来的,而投资人若知道自己想改造哪个行业,也有可能通过投资构筑出生态,从而产生重构结果。

痛点待解

陈永伟是北京大学市场与网络经济研究中心的研究员,产业经济学是他的研究领域之一。陈永伟也强调互联网企业的主观能动性,他认可阿里打造的C2B2M模式的有效,并提到一个案例,士力架厂把研发人员安置在天猫,并根据天猫呈现的数据特征生产出辣味的士力架。陈永伟表示,互联网企业尽管不了解具体行业,但优势在于能反馈下游需求,从而令上游整合生产。

此外,2012年成立的找钢网曾引领了一股创业潮流,并成为外界谈及产业互联网时经常举例的项目。而据本报记者采访,找钢网平台因本质接近“贸易商”角色,正在被产业互联网关注者抛弃。在侯继勇看来,它是“浅层的互联网化”。王峻羽则直言,“产业互联网不应该是这么小格局的话题。”

陈永伟对记者说,B2B平台要提高自身价值,需要能够通过交易行为改进企业的生产与经营,比如打造供应链金融,为生产端设计产品提供思路帮助企业解决实际问题。

拥有多年餐饮设备生产端工作经验的王星皓认为,阿里等巨头参与产业互联网只能通过建立一些通用技术或对具有行业工作

经历者进行投资,因为他们才了解行业痛点。

2017年11月,王星皓组建一家公司来专门做能够把餐饮服务涉及的六个环节打通的平台系统,使行业数据在该系统上透明,提升行业效率,并寄托于在将来收集到足够数据后,能够对上游产品设计与制造提供有效意见。

王星皓在决定自研后,直接感受到来自人才招聘上的挑战。优秀的技术型人才出于对企业发展前景的不确定与薪资水平的考虑,在最初很难愿意为他打工,同时,技术人才也不了解他在行业与产品技术,因此存在沟通障碍,平时工作中,王星皓提要求,技术人员只负责执行,当技术期望短期难以突破,他也“迷茫”过是否得提高人力成本招更优秀者。除此以外,王星皓也缺资金,过去一年他用了1000多万元创业。

陈永伟也谈及此处,“现在要发展产业互联网,其实有一个困难,就是这两头都有它的优势跟它的劣势。”互联网企业“触点”多,容易形成规模经济,而劣势是不了解行业。传统行业的公司优势是了解行业,但是成本难降,难以把规模做大。

与王星皓有相似感触的还有

“找板材网”创始人李杰新。

“To B的企业绝对是理性的。”李杰新对记者表示,上游厂商若拿出1元成本,他就要至少能返还厂商1元零一分才行,同时要让更多客户感受到性价比。得到双方认可,才是成交基础。李杰新指出,与钢铁、石油等能源行业企业集中度不同,板材行业集聚了十余万家大中小企业,厂商与消费终端的关系因此更为复杂。

李杰新做“找板材网”平台两年了,板材制造工厂与平台达成较低价格售卖的协议,平台为厂商收集规模化订单并代理物流,因没有经销商参与,卖方成本降低,平台让买方能以低价拿到质量有保证的产品。

同时平台为双方提供垫资服务,在板材送达时而买方款项未到时,李杰新采取的方式是“不结账,不卸货”,以此缓解行业拖欠款的恶性循环。平台盈利方式是李杰新向买卖双方收取千分之五的垫资手续费与一定比例的物流费用。

李杰新向记者展示受访当日在内部微信群中更新的订单,这些散单将很快发往湖北襄阳、四川崇州、广西南宁、河南南阳等客户手中。