

区块链来了 它凭什么撬动这些千亿市场

□特约撰稿 承哲

2017年底,区块链突然成为爆炸性热点,其去中心化、分布式存储、不可篡改等特征,极有可能终结或颠覆现有互联网模式。

从创业公司到腾讯阿里这类互联网帝国,纷纷开启高度重视模式,加速进入实质性开发应用落地阶段。但对于很多普通人来说,对于区块链的理解还停留在已经暴涨了30000多倍的比特币上。

互联网的每一次变革,都是一次阶级秩序的重构。科技的每一次创新落地,最先受到变革红利的都是第一批种子用户。相信此次区块链的变革必将带来下一个千亿级市场的出现,给人类全新体验。

区块链+社交:再也不用担心隐私泄露

现有的社交平台,多实行平台中心化,平台一旦数据泄露,用户隐私不复存在。区块链的出现,将革新全球互联网现有局面,基于区块链技术的社交,成为新一代社交主流平台,必将改变网络社交方式。

目前,在国内,尽管熟人社交已被QQ和微信双向锁死,但仍有一些年轻的创业公司想要用区块链社交打破现有垄断局面。

其中一家被国内各大知名投资人或顶级投资机构看好的科技公司ONO风头正劲。为布局及研发“区块链+社交”平台,他们于2017年就并购了硅谷区块链团队。“ono”是主打95后00后新一代社交产品,瞄准年轻用户打造泛社交网络。这款搭建于区块链技术的去中心化泛社交App,意图打造一个全球范围内集成去中心化内容发布与订阅、不受平台约束的聊天、自由展示自己的社交平台。

“ono”基于区块链去中心

化特性,将社交产生的所有数据存储在用户自有“自由数据仓库”,即每个用户都是一个终端,用户拥有处理数据的一切权益,用户信息不被平台过滤和获取。其端对端加密算法,包括在“ono”在内,任何人都无法获取用户的私密对话。

区块链+电商:假货问题将会得到有效遏制

2015年,马云在一次接受媒体采访时,当被主持人问到:淘宝上有假货时。马云回答的很坦然:淘宝上有假货原因主有两点:一是人性的贪婪,二是社会发展的必然。并坦然假货永远都会有!

面对电商行业假货横行、交易诈骗、水军虚假评论充斥的困境,即使阿里京东这样能量的巨头公司也是有心无力,剿灭不尽。在这点上,区块链唯一性、真实性的特点,可以在很大程度上保证电商交易的可靠性,主要包括三个方面。

假货源头问题:利用区块链技术上数据不可篡改和时间戳的存在性等特质,实现商品的溯源,根除供应链内产品流转过程中的假冒伪劣问题。区块链实质上是供应链顶层数据的一个记录的“账本”,电商提供一个数据平台,而每一个厂商和商品都可以在“账本”上记录,用户则可以扫码查看相关产品的溯源信息

水军评论问题:水军刷评论也是阿里和京东等电商平台、用户们头疼的问题,而区块链则可以对买家的真实身份进行标记追溯,配合人工智能大数据排查技术,从而很好的检测出用户是否属于水军。

电商信任问题:电商目前存在最大问题之一信息不匹配,因此容易在交易后产生欺骗与纠纷,信任成本高,不容易解决,区块链则可以解决这

一问题。基于区块链的共享信任体系,区块链上的包括买家和卖家和其他人所有参与者,都是在一个共享的信任体,无论是哪个环节出现问题,所有有关联的记录可以查询。

区块链+IP版权:实现分享与保护的完美结合

虽然这几年内容付费崛起,但是中国依然是盗版横行。传统的版权保护是两难境地,如果保护的好,又不能分享给更多人。如果分享给太多人又无法有效保护,而区块链的出现,打破了这个囚徒困境,同时实现既得到分享同时又很好保护。

而区块链作为颠覆性的新技术,其特性将为版权带来重要变化。其一,区块链拒绝数据篡改,数据不可以追溯性修改;其二,区块链每一环可编程,自动发起交易。

可以对版权的权力所属、追溯、交易等环节进行彻底改进,有效的改善原有的版权运作机制的弊端。在现有体系中,版权领域存在版权归属不清、任意盗版、版权纠纷等等各种棘手问题,将变得有章可循,从而建立起完善的既严格又灵活的版权体系。区块链与版权融合,可以很好的减少各种内容版权的授权和管理费用,简化手续,同时还能够有效的避免盗版,这一类的区块链创业也将越来越多。

如果说2017年是区块链的爆发元年,那么在2018年,更多的区块链场景也将从中真正爆发,而最先引爆的行业,是与人们生活最为密切的社交、电商、IP,每一个单一领域,都有着千亿级规模的市场价值,想象空间值得期待。

(本文系作者个人研究之观点,不代表本报立场,作者系资深媒体人。)

>>图说新闻



近年来,河北景县鼓励农民创新创业,大力发展特种养殖,带动农民增收和脱贫致富。河北景县景州镇八里铺的农民张东引进金鱼养殖项目并通过网络等方式销售,每条金鱼平均售价可达100元。图为张东(右)正在包装将要销售的金鱼。

新华社 李晓果/摄

跨境电商刮“未来零售”风 各大平台抢滩布局

日前,天猫国际透露,其首家跨境保税线下自提店将落户杭州,实现跨境电商新零售的落地。随后,天猫国际随即宣布跨境保税线下自提店首单已成功完成内测。这意味着,消费者在正规跨境渠道以合规的方式购买到海外直采的可溯源正品将在不久后成为可能。

而此前的2017年“黑色星期五”大促期间,跨境进口供应链电商丰趣海淘则在重庆推出了国内首例“跨境电商+无人零售模式”,最大户外智能无人便利店“Wow!”横空出世。

的确,在经历丰趣海淘率先试水后,2018年初刮起的这阵“跨境电商+未来零售”新风口,无疑成为了当下跨境进口电商和新零售两大行业的最大热点。

中国电子商务研究中心主任曹磊指出,此前虽然也有不少进口跨境电商、进口商设立O2O模式,但更多的是局限于线下展示线上购买,以及包含线下购买完税的模式。很多消费者因为无法现场提货,线下体验满意度不高,保税直购体验中心的优势并未达到预期效果。

伴随着天猫国际的跨境保税自提点即将落成,以及此前丰趣海淘户外智能无人便利店“Wow!”的落地,意味着

很多中国消费者可以不用通过出境游去各国免税店购物,在自家城市核心商圈就能买到全球同价、全球同步的正品进口货。这对于“海淘”剁手族和追求品质消费升级的用户而言,无疑是巨大的福音。

曹磊预测,由于消费升级趋势的推动,线下零售和跨境电商行业不断跨界、融合,有望成为未来主流的零售新业态之一,并且代表了行业发展和消费升级的大方向。该模式能够打造完整的跨境消费闭环,为消费者提供更好的消费体验,跨境电商模式能够为消费者提供高品质的商品,而两种模式的结合将两者的优点进行了结合,未来潜力无限。

网易提出的“新消费”也是跨境电商可借鉴的理念和模式。网易CEO丁磊曾表示,“新消费”是回归以人为本的消费状态。以网易考拉海购为例,精选高质价比的商品,满足消费者从“买得到”到“买得好”的消费需求的转变,更符合消费升级时代的发展方向。

分析师认为,走线下直营的路,或许是网易考拉海购对“考拉模式”的重点战略布局,通过打通线下零售模式,消费者可以直接接触到正品商品的品质保障和优异质价比,增强用户忠诚度,为网易考拉夯实优质的品牌形象。

(据2月5日中新网消息)

>>资讯

“全球购”掀热潮 “洋年货”占六成

“春节档”临近,各大电商平台纷纷布局节前最后一波购物狂欢,而消费者今年的春节购物单,也变得更加国际化。

进入“天猫国际”电商平台,首页5个滚动推荐区,全部都是“洋年货”专场。无独有偶,电商平台京东也在“年货节”中开设“潮礼洋货铺”专区。除了天猫和京东,全国各大电商平

台也都开启了“洋年货”的跨年大促。比如亚马逊设置了“甄选年货”促销专场,苏宁易购开展了“全球新年High(嗨)购大趴”专题活动。这些活动伴随着满减促销、超值折扣、爆款直降等一系列优惠,不断激发消费者的购买热情。

数据显示,受益于跨境电商市场的普及,海外商品在传

统年货中的占比已经高达63%。同时,洋年货不再是一线城市消费者“专供商品”,二线城市的洋年货需求量同样呈现激增态势,消费力显著上升,重庆、天津、南京、武汉、杭州成为选购洋年货排名前五的二线城市,比2016年同期洋年货购买增长了27%。

(据2月5日《人民日报》)