2016预测哪些公司增值最猛?

2016年是资本市场的改革年，熔断机制实施，注册制、战略新兴板、新三板转板也都已排定日程。这些改革措施，都是为了吸引更多优质资产与资本进入市场。今年，也将有一批互联网公司登陆A股市场，为未来经济注入新的活力。这些公司的业务、用户都在本地，相比海外市场公司更能获得认可，价值也可以最大化，因此目前的估值都在千亿以上。科技杂谈对这些公司进行了一个汇总。



**1、奇虎360**

作为最大规模的中概股私有化交易，从去年6月份宣布私有化开始，奇虎360的每一步私有化进程都备受瞩目。私有化之后，奇虎360的下一步就是回归国内资本市场。具体方式可能会采用借壳A股公司或者登陆战略新兴板。

据称，360私有化总对价折合人民高达603亿元，而如果上市的话，估值将超过2000亿人民币。

这种高估值，首先是源于奇虎360数亿的用户规模。在美股，国外投资人并不了解奇虎360的商业模式，更多的是着眼于财报，因此估值一直上不去。而在国内，仅仅在国内安全市场老大的地位，就足以让奇虎360轻松突破千亿大关，更别说360在移动端的领先地位了。其次，奇虎360在[手机](http://product.pcpop.com/Mobile/00000_1.html)上也做得风生水起，这都有利于360估值的提升。



**2、蚂蚁金服**

据路透社报道，阿里巴巴集团旗下金融分支——蚂蚁金融服务集团正寻求在首次公开招股(IPO)之前从投资者那里筹资。蚂蚁金服在去年7月刚刚完成首轮大规模私募融资，而据彭博报道，第二轮融资可能至少达到15亿美元。据报道，蚂蚁金服第一轮融资投资方引入了全国社保基金、国开金融、4家大型保险公司、春华基金、上海金浦产业基金等8家战略投资者。蚂蚁金服的估值在A轮已达1800亿元。

在此前A轮融资时，有资料显示，蚂蚁金服计划将于近两年在A股上市，并选定中金公司担任其IPO的财务顾问。在IPO前，蚂蚁金服也透露可能会进行两轮融资。

**3、新美大**

2015年10月8日，大众点评和美团发布联合声明，宣布双方达成战略合作，共同成立一家新公司。两家O2O巨头合并后的估值超过200亿美元，新公司的成立无疑会加速上市进程。有业内人士分析，新美大有可能选择在国内的战略新兴板挂牌。虽然这种预测，离最终实现还充满变数，但是新美大已经具备了IPO的条件，无非是在等待一个恰当的时机。可以预料，如果一旦开启上市步伐，新美大就会是下一个巨头。它对O2O，甚至整个移动互联网领域带来的影响将非常深远。



**4、神州专车**

“互联网+专车”市场是最近几年出现的大风口，根据相关机构的数据，未来中国出行市场的规模可以达到万亿级别，而神州专车就是其中推动整个行业高速发展的公司。和行业竞争对手不一样，神州专车通过自己的B2C模式，能够把线下的自营平台经营好的同时，也能充分利用移动互联网来优化用户体验。

**2016年预测：这些公司市值或达千亿**

另一方面，神州专车通过差异化竞争，走高端路线，从而有可以预期的盈利曲线，这也和竞争对手一味烧钱形成鲜明对比，使得它能抢先在竞争对手前获得资本市场的认可。

神州专车在2015年完成两轮共8亿美元的融资，估值达35.5亿美元。12月中旬，神州租车的公告表明神州专车将选择内地上市。这将使神州专车成为国内专车第一股，估值或将达到千亿。

除此之外，神州租车、神州专车、神州准新车三者之间的协同效应越来越凸显，三者将共同构建国内最大的B2C汽车共享平台，改变中国人的出行习惯和汽车消费理念。

  
**5、爱奇艺**

去年年底，爱奇艺CEO龚宇明确对外界表示，正在拆除VIE架构，未来将在国内资本市场上市。他说，目前还没有时间表，国内无论是新三板，还是新兴战略板，还是即将要推出的注册制，对我们这种企业都是利好。

虽然视频网站的实际市场估值低于社交、搜索、电商等模式，但是网络视频却是互联网行业用户最为广泛的服务，其流量占到中国整个互联网流量和移动端流量的半数以上。爱奇艺作为国内排名数一数二的公司，自然会享受这样的红利。

而另一方面，爱奇艺在商业模式上的创新，比如会员制、自制剧等，也有助于公司在资本市场进一步推高市值。



**6、巨人网络**

巨人网络私有化的商业逻辑和奇虎360大致相同，私有化的过程路径也出奇的相似。其私有化总对价达到了30亿美元，而未来国内上市的估值也突破了1000亿人民币。

其实网游的概念在美股一直并不吃香，最先上市的盛大就一直抱怨华尔街给出的市值不合理，尤其是在手游出现爆炸式增长时，国外投资人看不到用户的价值。相反，这些在国内却容易被理解。因此除了盛大、巨人，一些海外上市的二线游戏公司，也都开始了私有化进程。

什么是Alexa?

Alexa Internet公司是[亚马逊公司](http://baike.baidu.com/view/464329.htm)的一家子公司，总部位于[加利福尼亚州](http://baike.baidu.com/view/189982.htm)[旧金山](http://baike.baidu.com/subview/7407/7563647.htm)。于1996年由布鲁斯特·卡利（Brewster Kahle）及布鲁斯·吉里亚特（Bruce Gilliat）成立，作为Internet Archive的分支，受到杰奎琳·萨福拉的埃托勒投资支持。在1999年，被亚马逊公司以约价值两亿五千万美元的股票买下。

Alexa是一家专门发布网站世界排名的网站。以[搜索引擎](http://baike.baidu.com/view/1154.htm)起家的Alexa创建于1996年4月（美国），目的是让互联网网友在分享虚拟世界资源的同时，更多地参与互联网资源的组织。

Alexa每天在网上搜集超过1,000GB的信息，不仅给出多达几十亿的网址链接，而且为其中的每一个网站进行了排名。可以说，Alexa是当前拥有[URL](http://baike.baidu.com/view/1496.htm)数量最庞大，排名信息发布最详尽的网站。

Alexa中国免费提供Alexa中文排名官方数据查询，网站[访问量](http://baike.baidu.com/view/20241.htm)查询，网站[浏览量](http://baike.baidu.com/view/7044697.htm)查询，排名变化趋势数据查询。  
　　Alexa 是互联网首屈一指的免费提供[网站流量](http://baike.baidu.com/view/513533.htm)信息的公司，创建于1996年，一直致力于开发[网页抓取](http://baike.baidu.com/view/3692511.htm)和网站流量计算的工具。[Alexa排名](http://baike.baidu.com/view/20109.htm)是常引用的用来评价某一网站访问量的一个指标。总部位于[美国旧金山](http://baike.baidu.com/view/497831.htm)的Alexa是亚马逊集团旗下的子公司之一。

**经历变化**

2002年5月Alexa全新改版，放弃了搜索引擎转而与[Google](http://baike.baidu.com/view/105.htm)合作，变身为一家专门发布网站世界排名的网站。Alexa每天在网上搜集超过1,000GB的信息，然后进行整合发布。

发展简史

[编辑](javascript:;)

1996年4月，Alexa在美国创立。

1997年7月，Alexa发布了一款软件，就是现在著名的Alexa Toolbar（Alexa工具条），这是一个嵌入到微软[IE浏览器](http://baike.baidu.com/view/529879.htm)中的工具，它在用户访问每个Web页面时都向Alexa发回一串代码，将该次浏览的相关信息告诉Alexa。而用户会在该工具条上看到其浏览的网站在全球所有网站中的排名信息。

1999年，Alexa被美国电子商务[旗舰](http://baike.baidu.com/subview/159898/7304265.htm)企业“亚马逊”收购，成为后者的[全资子公司](http://baike.baidu.com/view/536.htm)。

[](http://baike.baidu.com/pic/alexa/75129/0/fd428c4534b0035687947387?fr=lemma&ct=single)Alexa Toolbar

2002年春，Alexa放弃了自己的搜索引擎，转而与Google合作。

现在，Alexa工具条在全球的“装机量”早已上千万，而Alexa主要的工作就是基于遍及全球电脑用户桌面的工具条返回的信息，对全球网民的浏览习惯进行监测，并开发和销售各种相关产品。其中，有长达10万个网址的全球网站排行榜，有针对某些特定行业网站的排行分析，有针对个别网站定制的网站流量监测报告。

2010年春，Alexa推出中文官方网站，全面进入中国市场。

2011年11月初开始，访问Alexa中文站会自动跳转到Alexa英文主站，意味着Alexa中文站已经关闭。

科技公司头衔

**CEO(Chief Executive officer)首席执行官**

可以理解为是企业领导人和职业经理人两种身份的合一，通常也是董事会成员之一，在公司有最终的执行、经营、管理和决策的权利。在较小的企业中CEO可能同时是董事会主席和总裁，大公司中通常不会由同一人承担以免权利过大。

近期很火的余佳文就是“超级课程表”的CEO，因为公司规模尚不大，所以余佳文身兼多职。因表示明年将拿1个亿分员工，他被网友们称为“霸道总裁”。

**CAO(Chief Administrative Officer)首席行政官**

也称行政总监，其职位的重要性相当于副总经理。主要负责处理公司日常事物、内部和外部人际关系，并通过计划、组织、控制和领导来实现对公司行政事务的管理与监控。

上个月，盛大游戏高层变动中，就任命了新的首席行政官张瑾，分管及协调非业务的内部管理和支持工作。

**CFO(Chief financial officer)首席财务官**

又称“财务总监”，负责公司财务相关事务，如果公司上市就应当是由首席财务官全权负责。一般认为事前、事中、事后不同阶段，CFO都要进行财务方面的管理和监督。

上个月Twitter首席财务官安东尼.诺托(Anthony Noto)不小心发错了推文，其中透露出Twitter公司可能会开展业务并购的消息。由此可见，投资并购的事情也是CFO的职责所在。

**COO(Chief Operation Officer)首席运营官**

又称运营总监，是公司里负责监督管理每日活动的人员，监管公司日常运作，直接向CEO汇报，常兼任副总裁职位。COO对公司经营进行计划、建议和调度，对于职能部门进行指导及考核。此外，COO对公司中长期发展规划负有组织和推动责任。

比如联想名誉董事长柳传志之女柳青，她在今年下半年就加盟滴滴打车，并任首席运营官一职。

**CTO(Chief technology officer)首席技术官**

类似总工程师，是技术方面的专家，掌握公司的核心技术，并可以带领团队开发，或者使用新技术来帮助公司达到目标。当技术日益成为影响企业的重要因素时，CTO的地位也日渐提升，成为对企业发展起决定性作用的人，特别是在互联网企业里，核心技术和核心技术人员是非常重要的。

此前奢侈品电商寺库招揽向江旭加盟，担任CTO。向江旭曾在美国硅谷工作长达18年，从事过智能系统、物联网和智慧城市等项目。

**CIO(Chief information officer)首席信息官**

CIO是经常与CTO混淆的一个职位，是企业中的信息管理者。但其不同于一般的信息技术部门或者信息中心的负责人，而属于公司的最高决策层，是企业文化的推动者。首席信息官的职责是挖掘企业的信息资源，制定企业信息化战略，为企业信息化进行合理布局和评估。

一般来讲，CIO更加注重技术和业务的结合，但随着“技术驱动”的推进，特别是在互联网企业里，该职位与CTO正在逐步趋近。

**CMO(Chief Marketing Officer)首席营销官**

一般指市场总监，是企业中负责市场运营工作的高级管理人员。主要对营销思想进行定位，把握市场机遇、制定市场相关营销战略，同时带动计划的实施以完成营销目标。

在“全球50位最具影响力CMO”评选中，苹果公司首席营销官Phil Schiller已经连续三年夺魁。在他的主导下，苹果公司的营销策略一直为人称道，为苹果带来了巨大的收益和影响力。

此外，**常见的高管职位还有CBO(首席品牌官)、CHO(首席人事官)、CNO(首席谈判官)、CPO(首席公关)、CQO(首席质量官)等**，在公司中分管不同领域，发挥各自职能。

1、什么是IPO？

首次公开募股（Initial Public Offerings，简称IPO）：是指一家企业或公司 （股份有限公司）第一次将它的股份向公众出售（首次公开发行，指股份公司首次向社会公众公开招股的发行方式）。

2、新三板？

“新三板”市场原指中关村科技园区非上市股份有限公司进入代办股份系统进行转让试点，因挂牌企业均为高科技企业而不同于原转让系统内的退市企业及原STAQ、NET系统挂牌公司，故形象地称为“新三板”。新三板的意义主要是针对公司的，会给该企业，公司带来很大的好处。目前，新三板不再局限于中关村科技园区非上市股份有限公司，也不局限于天津滨海、武汉东湖以及上海张江等试点地的非上市股份有限公司，而是全国性的非上市股份有限公司股权交易平台，主要针对的是中小微型企业。10月8日消息，证监会全面支持新三板市场发展的文件即将公布，将包括分层等制度安排。这将是证监会首次对新三板发展做出全面部署。

3、工作中你难以和同事、上司相处，你该怎么办？

回答提示：

　　①我会服从领导的指挥，配合同事的工作。

　　② 我会从自身找原因，仔细分析是不是自己工作做得不好让领导不满意，同事看不惯。还要看看是不是为人处世方面做得不好。如果是这样的话 我会努力改正。

　　③ 如果我找不到原因，我会找机会跟他们沟通，请他们指出我的不足。有问题就及时改正。

　　④作为优秀的员工，应该时刻以大局为重，即使在一段时间内，领导和同事对我不理解，我也会做好本职工作，虚心向他们学习，我相信，他们会看见我在努力，总有一天会对我微笑的！

4、你对于我们公司了解多少？

　　回答提示：在去公司面试前上网查一下该公司主营业务。如回答：贵公司有意改变策略，加强与国外大厂的OEM合作，自有品牌的部分则透过海外经销商。

5、请说出你选择这份工作的动机？

　　回答提示：这是想知道面试者对这份工作的热忱及理解度，并筛选因一时兴起而来应试的人，如果是无经验者，可以强调“就算职种不同，也希望有机会发挥之前的经验”。

6、你最擅长的技术方向是什么？

　　回答提示：说和你要应聘的职位相关的课程，表现一下自己的热诚没有什么坏处。

7、你能为我们公司带来什么呢？

　　回答提示：

　　①假如你可以的话，试着告诉他们你可以减低他们的费用——“我已经接受过北大青鸟近两年专业的培训，立刻就可以上岗工作”。

　　②企业很想知道未来的员工能为企业做什么，求职者应再次重复自己的优势，然后说：“就我的能力，我可以做一个优秀的员工在组织中发挥能力，给组织带来高效率和更多的收益”。企业喜欢求职者就申请的职位表明自己的能力，比如申请营销之类的职位，可以说：“我可以开发大量的新客户，同时，对老客户做更全面周到的服务，开发老客户的新需求和消费。”等等。

8、最能概括你自己的三个词是什么？

　　回答提示：

　　我经常用的三个词是：适应能力强，有责任心和做事有始终，结合具体例子向主考官解释，

9、你的业余爱好是什么？

　　回答提示：找一些富于团体合作精神的，这里有一个真实的故事：有人被否决掉，因为他的爱好是深海潜水。主考官说：因为这是一项单人活动，我不敢肯定他能否适应团体工作。

10、你怎么理解你应聘的职位？

回答提示：把岗位职责和任务及工作态度阐述一下

什么是在线教育？

在线教育即e-Learning，或称远程教育、在线学习，现行概念中一般指的是指一种基于网络的学习行为，与网络培训概念相似。

在线教育的劣势？

对学生元认知水平要求较高；缺乏有效管理；学习效率较低，在系统性和操作性较强的知识学习上缺乏优势；缺乏情感交流等。

什么是垂直电子商务？

垂直电子商务是指在某一个行业或细分市场深化运营的电子商务模式。垂直电子商务网站旗下商品都是同一类型的产品。

MOOCs是什么意思？

MOOCs，大规模开放在线课程。

A massive open online course (MOOC; /muːk/) is an online course aimed at unlimited participation and open access via the web.

移动互联网指什么？

移动互联网，就是将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体。在最近几年里，移动通信和互联网成为当今世界发展最快、市场潜力最大、前景最诱人的两大业务，它们的增长速度都是任何预测家未曾预料到的，所以移动互联网可以预见将会创造怎样的经济神话。

PRD，BRD，MRD文档指什么？

PRD产品需求文档(Product Requirement Document，PRD)的英文简称。

是将商业需求文档（BRD）和市场需求文档（MRD）用更加专业的语言进行描述。

1.和app接口对接如何保证登录状态

答：前段传token，服务端生成session记录，也可以自己写算法实现

2.你对资本寒冬怎么看？

答：没有绝对的资本寒冬，只要项目优秀，团队执行力强，寒冬里也有春天

3.你对苹果拒绝帮助fbi解锁iphone怎么看？

答：保证用户信息安全是每个企业员工的基本操守

4.我们公司现在处于天使轮，团队比较小，工作会比较累，你能接受吗？

答：只要方向对，我愿意和公司一起成长

5.如果你是dba，数据库权限你如何分配

答：只有我自己有root，网站普通用户只有select权限，其他权限交给底层开发组，从用户组防止严重注入

6.你们网站的某一个页面突然打不开了，你怎么排查

答：先看看其他页面是否正常，然后查看服务器状态和日志，然后查看对应的地址，最终确认问题

7.http处在网络架构中的哪一层

答：应用层

8.cpu的主频是什么意思？

答：继电器敲打的频率

9。现在互联网的瓶颈在哪里？

答：I／O

10.什么是o2o

答：online to offline，线上线下结合，相互合作共赢

一、B2B2C平台型：在线教育主流方式，通过和机构合作，个人老师入驻形式，向学习者提供在线和点播的网络授课资源。典型的有：网易云课堂，传课网，YY教育，多贝，51CTO，以及各种公益的公开课等.

B2B2C平台型----网易云课堂：综合性课程学习平台，通过精选国内外优秀课程，向用户提供从”观看视频-做课程笔记-答疑解惑-题库练习“整套闭环体验。

亮点：

1.课程质量高：偏重精选课程，课程大部分来源于认知机构和专业个人，严格的审查和遴选，降低用户试错成本。

2.遴选方式多元化：通过”技能图谱“”猜你喜欢“等功能，让用户很好的定位自己的知识水平和薄弱点，做出合理课程学习选择。下

3.良好的互动性：通过”精选笔记“”答疑解惑“”题库训练“等功能，形成学习闭环，增加用户黏性。

B2B2C平台型----51CTO：服务于技术人员为主的垂直型B2B2C平台，通过和机构合作，个人老师入驻形式，向学习者提供YY在线和点播的网络授课资源。

亮点：

1.推出“网站地图，路线图”导航功能，让用户更加容易找到想要的资源。

2.引入金币和学分概念：实现人民币和虚拟货币转化，便于运营和运作，增加用户黏性，有助口碑传播。

不足：

1.缺乏互动，通过讨论区留言形式，无法有效的解答用户学习中的困惑。

2.没有有效的跟踪，评估学员的机制，无法知晓学员的学习情况，并实现私人化定时服务。

-------------------------------------------------------------------------------------------------

B2B2C分类中的第三个例子：

B2B2C平台型----多贝公开课：B2B2C平台，主要通过个人老师入驻形式，向学习者提供在线和点播的网络授课资源，内容涉及各个领域。

亮点：

1.通过“小组”“好评”“分类标签”等形式，形成良好的遴选规则，智能化置顶热门课程：

2.互动性良好：良好的课堂互动（在线课程学员在讨论区文字提问和互动，鼓励老师停下来做出及时解答和互动；用户点播的时候，师生在讨论区的互动内容也会随着播放时间推移而展示，便于了解到在线课程时候师生的互动情况）

3.良好的课程预约和提醒机制,可以通过网站提醒和邮件提醒学员上课时间：

------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B2C服务型：

B2C服务型:自主制造高质量内容，类似电商界的京东，希望通过高质量的内容和服务服务用户。目前此类在线教育平台较少，下面以酷学习为例：

B2C服务型----酷学习：通过网址自主制造一系列有趣的教学微视频（差多大约在10分钟），服务于在校学生的教学网站。

亮点：打造微视频概念，有趣，好玩，短小精悍；把一个科目学习内容打伞切割成一块块小的部分，有助于学生快速找到薄弱点，利用零碎化时间实现趣味化学习。

不足：缺乏课后讨论和互动，只是单纯的资源观看，没有形成良好的学习闭环。

下面介绍第三种类型：

辅导工具型：主要通过答题，智能出卷，闯关做题等方式复制用户学习，多以app为主，如猿题库，问他作业，我要当学霸，百词斩等。

辅导工具型----梯子网：中小学优质教育资源共享平台，主要通过答题，智能出卷，闯关做题等帮助学生进行课后试卷练习和讲解。

亮点：

1.趣味化的学习方式和闯关排名统计，形成良好的学生学习刺激机制。

-----------------------------------------------------------------------------------------------------

最后介绍就是网校型，虎头蛇尾了，实在太累，简单介绍下：

网校型：提供真实的1对1师生视频辅导交流平台，网络家教平台，如91外教，1号教室，新东方等。

总结和建议：

1.单纯的引入各种视频教学视频资源，会形成资源泛滥，造成用户选择多，但是质量参差不齐，无法快速获取高质资源的窘迫，建议软件设计者可以通过不同形式（如多贝的点赞置顶，网易云课堂的技能图谱等功能），让用户知道自己的学习水平和薄弱点，降低用户试错成本。

2.单纯的视频课件，即使是高质量的，也无法构成一个完整的学习闭环，必须通过互动，反馈，跟踪等形式来达到最终提升用户学习的效，这一点网易云课堂和多贝做的相对较好。

3.目前的在线教育网站，除了视频课件或视频直播外，其他很多服务项目通常需要人工来主导或辅助进行，这不是一个很不经济和高效的选择，我们务必要在这个方面进行改善和深入优化。

4.未来的所有的服务移动是可以通过系统智能化来支持实现。根据学员不同的基础和情况，未来的在线教育一定是基于标准算法和数据挖掘基础上的个性化学习服务。

5.在线教育网站的细分领域不够全面，建议创业者专注一个细分的领域切入，没准收获奇效哈。

分析产品之间的不同，从定位、设计、特色功能着手。

一、定位：

人群的定位——QQ是青少年，微信则偏向于白领。这也是腾讯的去年轻化战略的最成功案例。

时间定位——QQ是一个即使的通讯工具，直接的说，我们一般聊QQ都是抽出特定的时间，一段时间，而在移动时代，碎片的化时间才是移动的常态，所以，微信比QQ赢在了碎片化。

二、设计：

微信区别与手机QQ的也有很多在于设计，

①放弃了QQ分组，而直接采用通过拼音索引。其实这符合手机通讯录特点，直接把微信融入到手机中，融入感更强。

②微信摒弃了QQ的高度的集成，一个很冗杂的客户端，而以轻便的平台，任凭用户添加，可多可少，符合移动直观的聊天、语音特性。

三、特色功能：

QQ作为即时通讯的集大成者，包括在视频聊天、文件传输等扩展上做到了无出其右。

微信是社交属性开始融于媒体属性，其公众平台的出现，挤压了不少的微博时间，也为微信做为一个移动端的平台，一个入口做了铺垫，这正式当年QQ走的路，只是，移动端的平台不同，不是简单粗暴的堆叠，而是巧妙的融入，这是为什么张小龙谨慎的加朋友圈子，小心推出公众平台的原因，如何更好的融入，是未来微信要走的路。

微信和微博的区别

微博是继承新浪的媒体基因，是一个社交化媒体平台(Social Media Platform)；微信是社会化沟通平台 (Social Communication Platform)。吴军先生曾在《浪潮之巅》里提到过企业基因的观点，新浪的基因就是网络媒体，而腾讯的基因就是社交和聊天工具，所以这也决定了两家的产品及走向。

微博和微信最核心的区别在于媒体Media和社交Social的侧重—微博本质是一个媒体工具，同时有社交的功能；微信的本质是社交工具，同时有一些媒体的功能。

微博作为一个媒体的工具，关系主要建立在兴趣上，关系质量较弱，多为单向传播，注重的是传播的速度和内容公开，信息的传播速度和广度在微博上是可以非常之快。

微信是作为一个社交工具，关系简历在社交至少，关系质量较强，多为双向关系，注重的是私人内容的交流和互动，信息的传播速度不快，但受众信息消化率很高。

举一个的例子，同样的内容，我发微信上得到的评论和回复远远高于微博，可见微信是把你生活中很多的强关系都转到了网络上（家人、同学、通讯录上的好友），而微博上的关系还是更松散和单向一些，人们看到了和接受了信息，并不愿意花时间去评论和反馈，因为本身我们之间是一种单向的关系。

微博和微信这两种产品，各有长短优劣，在核心业务上没有直接的冲突。就好比互联网时代以前，你还是要看电视（媒体），也还是要打电话（社交）。微博做的是媒体，主要是卖广告；微信做的是社交，卖的是增值服务和平台。虽然现在微博也有很多做平台的动作：微博支付等等，但还是套用吴军先生的企业基因决定伦来说，新浪的媒体基因比较深.

在线教育与传统教育的区别

1、终端优势，一个是教室，一个可以是一台电脑、一部智能手机、一部平板未来可能还会是一个智能电视机。教室用人因工程的理论来说，灯光、温度、空气、舒适度等都相对比随心所欲的智能终端要体验方面差一些。而科技的进步，必然会带来社会的变革，这样的多终端教学也会被创业者们创造出来。在一个相对于舒适的场合，利用网络教室来学习，会形成一种风尚。

2、内容优势，如果用流行的一个词来说，就是在线教育是具有富媒体的性质。文字、音乐、视频、链接都能很轻易拿来制作教学内容。一堂制作精良的课程,相对中国大多数学校还在粉笔黑板式的教学，它的趣味性和形象性都会好很多.

3、时间优势，这个显而易见，不用担心错过任何一堂挂到网络上的教学视频。其实这也是劣势，时间的宽泛，显然对儿童和青少年是一个考验。传统课堂的deadline的作用其实是很大的，而网络上这个几乎得靠自觉。

4、选择优势，互联网的精神就是分享和开放，伴随而生的就是良莠不齐的教学资源。就如同安卓系统开放，ios封闭，安卓上应用的粗制滥造就是一个问题。互联网是破除专制的地方，你逃逸掉一个国家的成本是很高的，但你从一个网页跳转到另一个网页几乎不要成本。选择的优势是明显存在。

5、网络还有整合优势，比如听袁腾飞讲中国历史、听陈果讲思想道德，这个是网络的优势。

6、在线教育的典范可以去看看网易公开课里很火的可汗学院的课程。我觉得每一种新事物都会有它的价值，关键是我们用怎样的形式去实现它。如果UGC的形式不行，那就做成自产信息的品质电商模式，在良莠不齐的“C2C"分享中建立起"B2C"的品质分享。这需要在线教育的战士们的理想主义和信念。愿那些完善中国在线教育生态的创业者，能够做出用户体验极好、充满趣味和完善素质教育的教学内容。

应试教育，我们不能单纯指望执政者的缓缓而行，用科技的力量去倒逼，也是一种可能。

1.“互联网+外贸”主要商业模式有哪些？

据中国跨境电商企业在跨境商品交易流通环节中所处的地位和作用的不同，以及商业模式的不同，中国电子商务研究中心将中国跨境电商运营模式划分为传统跨境大宗交易平台(大宗B2B)模式、综合门户类跨境小额批发零售平台（小宗B2B或C2C）模式、垂直类跨境小额批发零售平台（独立B2C）模式三种不同类型。

2.什么是传统跨境大宗交易平台模式（大宗B2B）？

1.模式简介：传统跨境大宗交易平台模式,是指服务于中国进出口贸易的线上规模以上B2B电子商务模式。具体来看，传统跨境大宗交易平台为境内外会员商户提供网络营销平台，传递供应商或采购商等合作伙伴的商品或服务信息，并最终帮助双方完成交易。传统跨境大宗交易平台通常覆盖互联网、线下展会、纸质出版物等多种渠道。

　　2.盈利模式：通常包含会员费和营销推广费用等

　　3.代表平台：全球化工网、中国制造网、环球资源、环球市场、阿里国际市场等

3.什么是综合门户类跨境小额批发零售平台（小宗B2B或C2C模式）？

1.模式简介：中国卖家通过第三方电子商务平台，直接与海外小型买家进行在线交易。这种模式通是不同国别或地区间的交易双方通过互联网及其相关信息平台实现不需报关、不缴付关税的交易，实际上就是传统小额国际贸易基于网络化、电子化的新型贸易方式。

　　2.盈利模式：收取佣金，此外还包括会员费、广告费等增值服务费

　　3.代表平台：敦煌网、阿里速卖通、易唐网等

3.什么是垂直类跨境小额批发零售平台（独立B2C）？

　　1.模式简介：自己联系国内外贸企业作为供货商，买断货源，同时自建B2C平台（含物流、支付、客服体系），将产品销往海外

　　2.盈利模式：销售收入构成主要收入模式

　　3.代表平台：兰亭集势、米兰网、DX

4.　“互联网+外贸”发展趋势？

跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时它也正在引发全球经济贸易的巨大变革。对正在面临转型升级困境中的“中国制造”来说，跨境电子商务构建的开放、高效、便利的贸易环境，极大地拓宽了进入国际市场的路径，优化了外贸产业链，为产品创新和品牌创立提供了便利的平台和宝贵的机遇。随着互联网+外贸的发展，成千上万的中小微企业涌入到外贸市场，并将诞生更多国际品牌，这将彻底改变中国外贸格局。

　　趋势一：中国跨境电子商务市场保持快速增长。中国的电子商务将呈现出爆发式增长，发展潜力巨大。

　　趋势二：中国跨境B2C市场爆发式增长。通过对比中国跨境电商B2B和B2C模式在盈利模式、现金流、盈利能力等层面，可以发现未来B2C模式将实现爆发式增长，在中国跨境电商市场中的份额不断提升，为中国中小企业带来新的盈利增长点。

　　趋势三：产品品类和销售市场更加多元化。随着跨境电商的发展，跨境电商交易呈现新的特征：交易产品向多品类延伸、交易对象向多区域拓展。从销售产品品类看，跨境电商企业销售的产品品类从服装服饰、3C电子、计算机及配件、家居园艺、珠宝、汽车配件、食品药品等便捷运输产品向家居、汽车等大型产品扩展。

　　趋势四：移动端成为跨境电商发展的重要推动力。移动技术的进步使线上与线下商务之间的界限逐渐模糊，以互联、无缝、多屏为核心的“全渠道”购物方式将快速发展。

　　典型案例：敦煌网：帮助中小企业“插上互联网翅膀”走向全球市场

　　平台简介：敦煌网成立于2004年，是致力于帮助中国中小企业通过电子商务平台走向全球市场。敦煌网开创“为成功付费”的在线交易模式，采取佣金制，免注册费，只在买卖双方交易成功后收取费用。截至2013年，敦煌网累计海外买家550万，国内卖家120万，商品数量2500万。

　　商业模式：敦煌网作为一个交易平台，为买卖双方提供交易服务，以促使双方在网上达成交易。基于这个定位，敦煌网主要有两种盈利模式：

　　佣金收入。作为平台，敦煌网提供一个交易市场，买家和卖家可以在这个平台上交易，交易成功之后，向买家收取一定比例的交易佣金。交易佣金：敦煌网免费注册、免费上传产品、免费展示，只在买卖双方交易成功后按交易额收取买家的佣金。佣金模式：敦煌网采用单一佣金率模式，按照平台类目分别设定固定佣金比例来收取佣金，并实行“阶梯佣金”政策，当单笔订单金额达到300美元，平台佣金率统一为4.5%。

　　服务费收入。由于跨境电商面向全球200多个国家及十几万个城市，复杂程度远远高于内贸电商，同时，跨境电商整个交易流程较长，买卖双方对交易中涉及的服务有较高要求。跨境平台的交易复杂性及商务性，决定了整个跨境交易过程需要很多服务环节。基于这个特点，敦煌网也会向企业提供集约化物流、金融服务、代运营服务等服务，并收取一定的服务费。服务费：指敦煌网提供从商家入驻开店、平台运营、营销推广、资金结算等方面提供一系列的服务。营销推广：为卖家提供提高产品曝光的营销工具，包括定价广告、竞价广告、展示计划等，采取购买敦煌币的方式付费。代运营服务：针对商家提供的培训、店铺装修及优化、账号托管等服务，根据服务类型不同收取一定的费用。一体化外贸服务：提供互联网金融服务、物流集约化品牌、国内仓和海外仓的仓储服务、通关、退税、质检等一套服务，并收取一定的服务费。

5.“互联网+经济”有哪些特征？

1.低成本要素。工业经济的构成单元是原子，互联网世界的构成介质是比特。工业经济时代的原材料——各种资源、生产要素是有限的，总有被人类用完的一天；互联网时代所依赖的原材料——数据是无限大、取之不尽、用之不竭的。工业经济时代的经济学是稀缺经济学，而互联网时代则是丰饶经济学，数据成为企业竞争的最为宝贵的资源。对于已经进入高成本时代的中国经济而言，“互联网+经济”的要素低成本化意义更为重大。

2?扁平式结构。传统社会是科层式社会，具有层级结构；互联网是网状的，没有中心节点，因此互联网世界是平的，互联网社会是网状结构社会，是扁平式社会。互联网的技术结构决定了它的精神本质是去中心化和分布式，是平等和民主。

3?开放式连接。在互联网社会，一个企业的价值是由所在连接点的广度与厚度决定的。企业连接越广、连接越厚，掌握的数据越多，价值就越大。在互联网社会，开放是一种生存手段。

4?快捷化传输。互联网使世界发生的最根本性变化是消除时空距离，整个世界被网络连为一体，成为“地球村”。比尔·盖茨讲，现在是十倍速时代。根据摩尔定律，电脑的运算处理能力每18个月就会翻一番。你不可能两次踏进同一条河流，世界上唯一不变的是变化。 5?人本化社会。互联网商业模式建立在平等、开放的基础之上，互联网思维也必然体现着平等、开放的特征。平等、开放意味着更多的民主，互联网经济体现了更多的人性化。从这个意义上讲，互联网经济是真正以人为本的经济。

6?体验式消费。在互联网上，用户选择成本很低。你的产品不好、服务不好，在传统社会，用户可以“用脚投票”；在互联网条件下，用户是用鼠标投票，鼠标一点就选你了，鼠标再一点又不选你了。商家要想办法向用户整体让渡价值，更要让用户得到超出预期的感受，产生交易之外的情感认同。马化腾和马云两个IT界的大佬可以用几个月时间“烧钱”十多个亿，就在于俘获一亿用户，预期能取得到一年七八百亿的市场交易额。

7?价值链创新。互联网上很多东西都是免费的，互联网经济就是基于免费的商业模式，因此互联网经济推崇的是“用户是上帝”。淘宝通过免费开店颠覆了竞争对手eBay，360通过免费颠覆了收费的杀毒软件厂商，微信通过免费发信息对电信运营商形成巨大威胁。互联网免费的商业模式，本质上是通过免费获取巨大的用户群，然后在此基础上创造新的价值链。在互联网时代，企业的盈利模式将发生变化。

6.全球互联网的机遇与挑战有哪些？

1?用户规模：发展了30亿网民（占79亿地球人口的38%）。

2?创新模式：推动了面向知识社会的“创新2.0”模式，以其为载体构建了虚拟化网络空间，并汇集新一代的资源和信息技术，将用以改造、重构或融合现实物理空间中的传统生态，催生其转变或跃升，从而形成互联网时代的创新和创业机制。

3?经济模式：互联网将构建后现代世界的主流经济模式——信息经济（主要是互联网经济）。

4?金融变革：从美国所谓的金融衍生品到中国创新的互联网金融，将助力催生普惠制金融，支持“上网建信”，并在与传统金融的交融下横空出世。

5?安全层级：网络安全已上升为国家安全，在当前网络安全主导权被外国人掌控的开放环境中，尤其需要建立自主的网络安全保障。

6?生活服务：今天互联网将世界变成了“地球村”，远程通信、沟通、交换、协作、交易以及医疗、教育等在线活动将变得更加快捷、简便。

7?其他：互联网将推动人类进步、经济繁荣、社会发展、文化弘扬、科技创新，引领世界走向未来。

7.互联网时代和互联网经济的三大逻辑将向工业社会和工业经济的三大逻辑存在哪些挑战。？

1 ?在营销和协作方面，以自由化冲击组织化。互联网经济营销活动将废除销售渠道，颠覆零售体系，通过互联网进行随机、直接、在线（或O2O）的自由化营销，挑战工业经济有组织的渠道式销售网络。

2?在生产方面，以体验化冲击产品化。互联网经济重视用户体验，进行个性化定制生产或服务，挑战工业经济组织标准化产品的规模化生产。

3?在技术方面，以无中心化冲击中心化。互联网在技术上是去中心化的，采用分布式开发机制，利用互联网的传播功能将分散的碎片化整合起来，挑战工业经济依靠企业研发部门（以其为中心）进行的集中式开发设计活动。

8.现代社会的四大发明是什么？

蒸汽机（解决机械动力问题）、电（解决能源转化、存储与清洁使用问题）、股票（解决资金融通问题）、互联网（解决信息传播问题）。过去20年时间里，互联网已经深刻改变了中国经济的格局和产业版图。第一个十年里，互联网行业和传统行业和平共处，互联网催生了很多新经济，比如门户、游戏和电商等。第二个十年里，互联网逐步开始改变甚至颠覆了很多传统行业。

9.互联网对传统行业的改变大概经历了哪四个阶段？。

一是营销的互联网化，比如广告主从在报纸上做广告到在网络上做广告。

二是渠道的互联网化，其最大推手是2008年开始的全球金融危机，最典型的案例是京东的出现，逼着国美和苏宁开始转型互联网。 三是产品的互联网化，这个进程从2010年开始，其最大推手是智能手机的爆发，典型的案例如小米。

四是当下正在进行的运营的互联网化，企业将实现完全数字化和网络化。

10.“互联网+”的分工体系：大规模社会化协同的表现有哪些？

1?“小而美”是企业常态。由于节约了信息成本，交易费用降低，外包等方式更为便捷，企业不必维持庞大臃肿的组织结构，低效、冗余的价值链环节将消亡，而新的高效率价值环节兴起，组织边界收缩，小企业成为主流。

2?生产与消费进一步融合。信息（数据）作为一种柔性资源，缩短了迂回、低效的生产链条，促进了C2B方式的兴起，生产与消费将进一步融合。

3?实时协同是主流。技术手段的提升、信息（数据）开放和流动的加速及其带来的生产流程和组织变革，使得生产样式已经从“工业经济”的典型线性控制转变为“信息经济”的实时协同。

4?就业途径更多样。信息技术为灵活的工作方式提供了可能，就业形势将更加多样化。“信息经济”条件下，由于沟通、协作的门槛降低，评价和信用制度逐步完善，因此专业技能的价值进一步凸显，个人能力可以得到充分发挥，就业的灵活性进一步提高。年轻一代经由网络利用外包方式，可以充分安排自己的工作时间和工作地点，为多家企业提供服务，比如翻译、设计、客户服务等工作，企业的雇佣方式和组织形式以及人们的就业方式和收入结构都将发生改变。