



## 八成市值蒸发 下跌仍未见底——曾经红极一时的比特币究竟怎么了？

新华社记者 毛振华

一年前,比特币是让人疯狂的投资爆款,单枚比特币价格高达近2万美元。一年后,处在“瀑布”行情中的比特币已触及3600美元,最大跌幅达82%,投资市场更是哀鸿遍野。仅仅过去了一年,比特币究竟发生了什么?未来将去往何方?

### 十天价格跌去三成,至今仍未真正见底

这个冬天似乎对比特币来说格外寒冷。曾经备受追捧的比特币投资圈,如今正品尝着高处跌落的苦涩滋味。

“资产跌去85%算不算破产?如果算,我宣布破产。”一位比特币投资人在微博上感慨道。天津的资深投资人刘鹏2016年进入币圈,投入4万元曾滚成30万元,但经历了今年下半年多轮“币灾”后,如今利润损失殆尽。

正是最新一轮“瀑布”行情,让一度沉寂的比特币重回聚光灯下。从11月14日开始。已经在6400美元上下徘徊了两个多月的比特币突然暴跌,且至今仍未真正见底。25日,比特币跌破近期最重要的心理关口4000美元,所谓的支撑位变得越来越模糊。

今年在天津举行的夏季达沃斯论坛期间,来自日本、美国等国的分析人士曾判断,经历价值修正后,比特币将在4000至6000美元长期徘徊,这一判断基于挖矿挖矿(利用电脑产出比特币的过程)成本。可如今,挖矿成本难言支撑。最近,比特币矿机大量被当废品论斤卖的视频在网上热传。

也有不甘心的投资者开始蠢蠢欲动。目前比特币国内交易没有直接的交易所,以场外交易和注册在国外的交易所为主。但投资研究机构500金研究院院长肖磊提醒,比特币处在“熊市”中,没有根本性的利好无法支撑现有价格。

### 市值一年蒸发1.6万亿元,巨大逆转因何而起?

从2009年第一个公布的比特币兑换汇率为1美元平均兑换1309.03个比特币,到2017年价格达到最高点,仅过了8年,价格翻了2000多倍。

在疯狂的市场情绪笼罩下,一批“币圈大佬”从幕后走到台前,鼓吹并炒高价格,借机出货。币圈还涌现出大量“空气币”,通过ICO(首次代币发行)炒作毫无价值的虚拟货币等手段,快速“收割韭菜”。

然而,站得越高摔得也就越惨。包括我国在内,全球多国对以比特币为代表的虚拟货币过快上涨现象频频预警,出台政策抑制投资过热。一方面是市场增量资金跑步进场的情况得到遏制,另一方面是币圈存量资金被“币圈大佬”、不良交易所、ICO项目方反复收割,无力继续支撑币价上涨,使得比特币自去年底以来持续滑落。

那么,比特币又为什么会在此时11月14日开始崩盘?

中国区块链应用研究中心理事长郭宇航分析,最直接导火索是比特币现金(比特币分叉出来的一种虚拟货币)硬分叉后,市场上出现算力争夺,导致一些用户的恐慌抛售。肖磊也表示,比特币现金分叉导致阶段性算力波动,使得比特币持有者担心对比特币的攻击会成为可能,避险性抛售加剧。

“当前大量区块链项目存在严重泡沫,从业者不断拉高市场预期至不切实际的高度,然而在被现实反复‘打脸’后,市场信心不断流失。”郭宇航认为,这是比特币此番大跌的根源所在。有统计显示,在过去一年,比特币市值已经从最高点蒸发了1.6万亿元人民币。

肖磊说,横盘已久的比特币会激发投资者做出选择。总体看市场依然脆弱,比特币本身不产生盈利,持有者只能期待价格上涨,所以价格下跌会带来加速抛售效应,后市不容乐观。

### 价值回归还是泡沫幻灭,未来将去往何方?

经历暴跌后,比特币会从此走向消亡吗?业界对此存在争议。一部分人仍旧是比特币的坚定追随者,以小散居多。在他们眼中,比特币总量受2100万枚限制,在国际局部形式动荡中呈现出避险资产特征,有人因此称其为“数字黄金”。

肖磊表示,比特币的历史比较短暂,需要更长时间建立属性共识,跟黄金数千年形成的共识机制还无法相提并论。去年底,芝加哥期权交易所及芝加哥商品交易所发行比特币期货,业界期待金融机构大笔资金能借此入市,支撑价格上涨,但如今看来参与程度仍然有限。

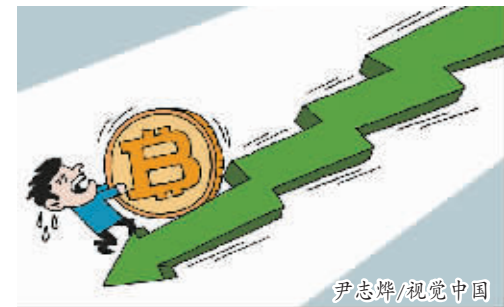
另一部分人持续看空。一些人把比特币与史上著名的郁金香泡沫相提并论。有观点认为,仅靠计算机进行“毫无意义的数字运算”,比特币早晚有消亡的一天,如今泡沫正在被刺破。

郭宇航说,比特币短期内不具备消亡的基础,但随着各国监管部门的不断研究和政策收紧,监管套利空间进一步缩小。

尽管对比特币存亡与否仍存争议,但业界对区块链技术普遍寄予厚望。区块链与比特币同时诞生,最初作为比特币底层技术存在,火币创始人李林认为,作为一项指向未来的底层技术,区块链与实体经济结合潜力巨大,在公证、仲裁、税务登记、爱心捐赠等广泛的社会经济领域大有可为。

比特大陆CEO吴忌寒说,未来区块链技术和传统金融监管科技、传统金融业务多结合,大幅提升金融效率。

“区块链绝不等于比特币。”郭宇航呼吁,区块链行业应精准发掘痛点,做好落地应用,实现明显的降本增效后,才有可能成为新一代信息基础设施。(据新华社电 本报有删节)



尹志辉/视觉中国

本报记者 徐 潇

“南抖音北快手,中间夹个火山口。”近两年,为了吸引用户,各种短视频平台层出不穷,纷争不断。这场短视频江湖争斗之中,抖音、快手占尽风头,可说是预选赛的王者选手。然而两年来,短视频之争已进入市场饱和期,各平台用户量已从高速增长长期进入稳定期,而流量红利也逐渐减少。但江湖依旧,波澜再起,短视频之争还未分出胜负。

### 内容竞争日趋激烈

短视频平台竞争的上半场,一直是各方资本发力的角逐。百度、腾讯、网易、搜狐、微博,这些互联网平台无一缺席。上个月,百度宣布旗下的好看视频用户规模已突破2亿。而在腾讯全球合作伙伴大会上,腾讯正式发布了精品原创短视频平台——yoo视频。

短视频行业上半场爆发式增长后已成为诸多企业重要的业务增长点,资料显示,目前百度短视频日活跃用户数超过1.1亿,短视频日分发量超过30亿次。就连抖音海外版也已覆盖超过150个国家和地区,在40多个国家应用商店排名前列。

“短视频市场还在爆发前夜,现在市面上的短视频产品并不代表短视频的未来。”腾讯公司副总裁林松涛认为。虽然目前短视频市场已经饱和,资本发力也趋向理智,但其实短视频平台之争下半场好戏才刚刚开演。

目前短视频平台都偏重于娱乐视频,模仿以及二次搬运内容较多,优质的原创内容较为稀缺。业内人士指出,优质视频内容才是提升视频平台用户体验的重要元素。此外,短视频内容同质化问题严重,以抖音“挑战”玩法为例,用户可以发视频发起各类挑战,接受挑战的用户可以上传自己模仿的视频,诸如此类视频引发了用户审美疲劳。

对此,一些短视频平台推出一系列升级扶持计划,通过提供更好的平台流量与更丰富的资金补贴,吸引原创作者加盟。除了原创,针对用户兴趣爱好,短视频平台开始将目光放在垂直行业上,



王启明/视觉中国

比如用户熟知的梨视频专注新闻咨询,动次则专注于音乐市场的新人挖掘、音乐版权、娱乐营销方面;腾讯一直专注社交,此次推出yoo视频就意在为年轻用户提供丰富的线上兴趣赛道、全民才艺线上竞演内容。

### 影视剧IP成为新竞争点

时至今日,看剧刷屏早已经不是新鲜事儿,看剧同时跟主演一起拍短视频正逐渐流行。《如懿传》在腾讯视频热播时,插播的小广告里宫女抢着洗碗只为和郑恺在微视合拍。

在短视频火爆之前,许多影视剧都会借助剪辑三分钟左右视频在资讯平台宣传,而今短视频平台却开始了转型短影视制作。

网易今年从各大卫视着手,聚焦剧集、综艺等优质短视频,宣布正式进军短视频领域。在此方面,腾讯和爱奇艺如今在同行中动作较大,腾讯yoo视频根植于移动端的短视频平台,在“草根”内容的基础上,进一步强化了短视频内容生产的秩序,主打

生产“剧情式”的内容作品,微剧、微综艺都是它主推的内容。

现在,yoo视频已经上线了每集只有4分钟的泡面番《抱歉了同事》,情感类微剧《声声慢》和历史微剧《史密私》等作品。这些剧集内容特点是时长都非常短,但在短时间内做到剧情多次反转,而且剧情注重打造人物角色性格。

在短视频与综艺节目联手,西瓜视频今年在综艺领域投入近40亿元,打造移动综艺生态IP,推出了六部微综艺和两部原生互动综艺。

可以看出,在轻综艺和短剧集之后,时间更短、互动率更高的微剧、微综艺成为了短视频平台们的新宠。在短视频用户规模整体提升、商业变现模式更趋于成熟的现在,短视频杀人影视圈已经成为一种新趋势。

### 流量黑市或成行业杀手

短视频的行业自律一直为用户所关注,此前不少平台由于充斥低俗、暴力、色情等内容,形成不良

# 押金与预付卡不能是笔糊涂账

本报记者 赵 昂

据多家媒体报道,昔日的某共享单车巨头,尽管仍然占据APP月活跃用户规模、日均启动次数、日均使用时长翘楚之位,但也有许多消费者反映退押金难。

而根据千万级的活跃用户数量推算,消费者投入的押金累计数量有10位数之多,一旦企业难以回旋,退押金难的情况蔓延开来,对涉及到的千万名消费者本身,对整个共享单车产业以及上下游的自行车产业链,都将产生不容小觑的影响。

中国消费者协会的报告显示,2017年,因为共享单车企业无偿付能力,不能及时退还押金,引起全国性群体投诉,已经导致全国消协的投诉解决率“受此影响较上一年有所下降”。在此之前共享单车企业出现退押金、退款难时,有些人自我安慰,自己选择了在大企业投入押金,应当无患,而当行业巨头都出现问题时,这样的心理预期影响,就不单单只是一家企业的问题了。

一些企业通过吸收消费者押金、预付款用于扩张,雪球越滚越大,甚至将此作为成功的经营模式,并以这样的规模效应吸引投资者投资。而一旦扩张至一定边界,资金链断裂,消费者的押金和预付款血本无归,雪球滚得越大,意味着受害的消费者越多,受损金额越高。

这样的情况,不止出现在新生的共享单车行业。消协的报告就指出,随着居民生活水平的提高,娱乐健身、美容美发、餐饮住宿、教育培训、修理服务等服务行业,向广大消费者推送的健身卡、美容卡、足浴卡、洗车卡、蛋糕卡、积分卡、培训卡等消费预付卡越来越多,众多消费者投诉反映“办卡容易退卡难”。并且,一些企业擅自停止服务,“部分经营者因经营不善等原因,发生关门歇业、易主、变更经营地址等情形,不能继续提供服务,也未采取其他善后措施,更有不法经营者卷款跑路”。

有的人说,拿不回押金和预付卡,是因为消费者辨识不清,轻信了经营能力有限的小公司,但问题是,如今退押金和预付卡难的投诉,已经有很多是针对行业龙头的;有的人说,消费者是因为贪图

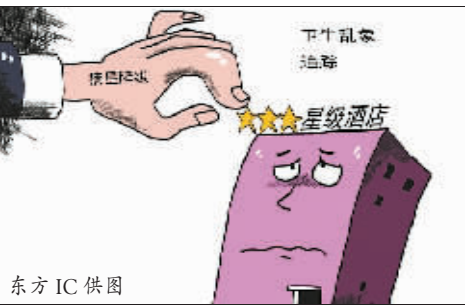
优惠才选择支付押金和预付卡,但现实中,很多企业直接或变相将押金和预付卡作为消费前提,如办卡不能消费,或者办卡的消费标价远高于市场平均价格,迫使消费者购买;还有的人说,有的消费者法律意识不强,没有形成书面合同和协议,但在实际操作中,即便有书面合同和协议,消费者也很难通过法律途径索要回属于自己的钱。

这是因为,消费者与企业之间,是存在信息不对称的。在企业出现资金断裂之前,创始人、大股东等很可能已经知晓危机,提前套现离场,待到消费者找上门时,企业已经成了空壳,并无偿还能力。对于这些情况,监管部门常常以“涉及经济纠纷”为名将消费者推至法院。单一消费者起诉企业,法律成本较高,集体诉讼又无人牵头,即便能够胜诉,不仅耗费时日、精力和资金,而且企业往往已经资不抵债,并无充足的资产可供偿还,最多不过破产清算了事。受一肚子气,花了很长时间还拿不回钱,高昂的维权成本,使得消费者往往选择“认栽”。而这样的情况,也使得越来越多的企业喜欢使用预付卡模式吸引资金,一来融资快,二来即便亏损甚至

关门,赔钱的是消费者而不是自己,大不了换个门面再开张。

企业违约成本低,消费者被“套路”风险高,这使得办理押金和预付卡时,消费者和企业之间的博弈形同不对称的“赌博”,“赌消费完之前企业不倒”。这样的“赌局”谁更有胜算,不言而喻。而越来越多的企业加入“赌局”之时,商业交易中应有的诚信原则,也因此荡然无存。

不管在什么行业,押金和预付卡消费都不能是笔糊涂账。目前,关于押金和预付卡管理的法律法规,依然处于空白状态,相关部门应当加快立法进度,降低消费者维权成本,拓宽维权渠道,对于押金和预付卡规模、资金去向应有有效监管。毕竟,一旦雪球滚大了,出现大企业“爆仓”,受到冲击和影响的,绝不只是一家企业那么简单。



业内人士表示,房间卫生这事儿,全靠服务员自觉。看上去不脏,没有污迹的话,那就是干净了。一般客人也不会拿着啥专业的仪器,去测试细菌超不超标、床单换没换之类的。

“恶心的保洁”已是中国酒店业长期存在的潜规则,但每次都被问题酒店作为公关危机应付过去,而不是从自身反思、改进、解决问题,多年来成为屡禁不止的顽疾,凸显监管乏力的短板。

2014年年底,江苏泰州市在市内抽取了60家酒店样本做调查,结果没有有一个卫生检查项目的合格率超过40%,其中“清洁工具和抹布使用规范”一项,合格率仅有1.7%。重庆一个星级酒店前员工向记者爆料,有时候主管检查,哪里瑕疵擦哪里,也是一块抹布搞定所有地方。

如果说用脏毛巾擦杯子这样的细节可以看出酒店的服务水平,从出现“负面新闻”后的应对,则可以真正看出酒店的管理水平。他们知道这些现象,但是却并不认为这是问题,也压根儿没想到改进服务来解决这一问题。事实上,正是因为有了这样的管理理念和水平,酒店才会出现各种各样的问题。

2011年卫生部发布的《公共场所卫生管理条例实施细则》明白白地规定了处罚措施,可一直到“逾期不改”的情形,也不过是以“两千元以上两万元以下”罚款,除非情节严重,可以停业整顿、吊销执照。

随着人们消费理念的升级,消费者对服务和体验感越来越重视,会以更挑剔的眼光来审视星级酒店。酒店行业如果不正视现实,并且在消费者的监督下提高服务水平,最终会损害到行业发展,星级酒店自身也会面临被淘汰。

# 星级酒店卫生乱象冲击波

本报记者 李国 实习生 李俊

11月21日,中国消费者协会发布声明表示,强烈谴责近期媒体曝光的国内星级酒店卫生乱象,建议对名不副实的星级酒店,该摘星的摘星、该降级的降级,为消费者评选出真正实至名归的星级酒店。

“别的不服,就服那个拿刷马桶的刷子来刷杯子的人,想想吃饭都反胃!”家住重庆龙湖西苑的凌女士对《工人日报》记者采访如是说。

近日,一位消费者曝光了国内十数家高星级酒店卫生乱象,尽管这已经不是这类问题第一次被曝光,但此次涉事企业覆盖面广,星级高,情节恶劣。

事实上,近些年来,媒体时不时爆出酒店“马桶刷刷杯子”“住酒店得性病”等新闻,但在热议几天后一切又照旧。直到11月14日晚8点,一位6年间入住147间五星级酒店和精品设计酒店的微博大V吴先生用视频告诉大家,酒店行业几乎都存在着同样的卫生问题,即便是住一晚要几千块的五星级酒店。

在采访中,吴先生还向记者透露,国内酒店行业在卫生方面存在的问题远不止杯子的清洁问题。“比如酒店的浴袍、浴缸的清洁,许多酒店只是把客人穿过的浴袍重新扎一下而已。又比如酒店餐厅餐具的清洁,也存在卫生问题。”他说,由于上述问题在拍摄过程中存在难度,因此视频中并没有呈现,但仅仅就目前国内酒店业所暴露出的卫生乱象来看,便已值得引起高度重视。

### 五星级酒店远非头次中招

这已经不是五星级酒店第一次涉事,此前,更有“摄像头门”“床单门”“信息泄密门”等问题被曝光。

2017年9月4日,国内独立测评机构蓝莓评测

在其官方微博发布消息:经过测评北京5家顶级五星级酒店客房卫生脏乱差,网红W酒店赫然在列,还有三里屯洲际、希尔顿、JW万豪以及香格里拉。

记者在采访中发现,去年9月,一家测评机构发现多家五星级酒店不换床单。同年底,吴先生视频里的同款惊吓,在哈尔滨三家五星级酒店上演,那回被“物尽其用”的是马桶刷,画风完全不能细想。

而中消协有关负责人表示,国家早就出台了旅业客房卫生间清洁操作规程、旅业客房杯具洗消操作规程等酒店客房相关规则。

### 星级酒店疯狂扩张惹祸

随着经济的发展,星级酒店随之普及。如今,星级酒店已经不算太高档的消费,日益成为大众消费的一部分。

数据显示,从1999年到2018年,全国五星级酒店数量增长了10倍多。

但是很明显,这些酒店的管理和理念,远远跟不上硬件的发展速度。

西南政法大学新闻学院副院长李初教授认为,如果一个行业出现整体性的漏洞,任凭你再聪明、再谨慎,估计也难免不挨刀。偷拍行为的确有道德风险,可带来的震慑却是常规监督难以企及的。

去年9月,一个客人使用和吴先生相似的手法,曝光了华住旗下全季酒店用毛巾擦马桶,结果发现自己被华住“标注”。

北京德恒重庆律师事务所合伙人李建律师说,出状况的行业天差地别,但有个共性,就是扩张速度快惊人。扩张迅猛,又有营收压力,服务质量下降几乎是必然的。有的保洁阿姨一上午要清扫十几间房,主管一天要检查100多个房间,本该细致的活儿都量产了,能指望质量吗?