

产经

新闻

责任编辑:刘静
新闻热线:(010)84151603
E-mail:grbcjw@sina.com

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,一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,这一判断基于矿工挖矿(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,仅过去了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,使比特币自去年底以来持续滑落。

那么,比特币又为什么会在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,最直接导致火索是比特币现金(BTC)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,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,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。比特币创始人李林认为,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、爱心捐赠等广泛的经济社会领域大有可为。

比特大陆CEO吴忌寒说,未来区块链技术会和传统金融监管机构、传统金融业务更多结合,大幅提升金融效率。

“区块链绝不等同于比特币。”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,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)



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,诸如此类的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,比如用户熟知的梨视频专注新闻咨询,动次则专注音乐市场的新挖掘、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。

为了吸引用户,各种短视频平台层出不穷,竞争激烈

短视频江湖风云再起



风气和负面影响,被国家网信办依法约谈,责令全面整改,违规网络主播也被纳入跨平台禁播黑名单,禁止其再次注册直播账号。

业内人士认为,平台视频内容的优劣对平台发展至关重要,但行业内部的一些交易买卖或许会成为新的行业杀手。近日有媒体报道,短视频流量火爆的背后是“神秘”的刷粉工作室。一些名为“抖音号业务交易”的QQ群,网友们都在发布刷粉或卖号交易,“2000以内的抖音号联系我一下”,“30多万粉丝抖音号无刷粉,职场励志类,已在赚钱,低价出卖”。记者搜索QQ群名,“抖音互粉互赞交流”、“抖音靓号业务交易”、“抖音快手号交易买卖群”等群中,账号交易的信息层出不穷,而交易的账号不仅有抖音,还包括快手、皮皮虾、火山小视频、YY视频等。

据了解,除了“散户式”交易,市场上还出现了短视频账号交易平台。记者在交易网页发现,交易商品类型包含“快手”“抖音”,可选择粉丝量、点赞数、播放量、账号类别、注册时间等等,标准高低决定交易价格。其中第一条“情感类抖音号,31W粉丝,182.6W赞,未实名无违规,有直播和长视频权限,卖家诚心出售”,标价14000元。为了尽快交易,卖家在商品介绍里多图展示点赞数。在售短视频账号价格最高的是一款游戏类快手号,粉丝量217万,标价为33333元。

而据相关报道,销售这些短视频账号的,一是有一定粉丝量的短视频自媒人因个人原因出售账号。另一种则是专业养号人,他们往往一次性从零开始运营(养)一批号,等粉丝量、点赞数、播放量达到一定程度后,再转手卖出,继续养下一批,以此盈利。于是,短视频火爆的背后,是各个平台账号养号、卖号、刷量、代运营、代开通等业务。

“多数账号是行业黑市自己刷的,为了卖个好价格,互粉业务非常受欢迎。”从事抖音代开业务的网友“米粉er”向《工人日报》记者介绍,“这些账号内容大同小异,没什么营养。反正客户也是随机刷,流量大的账号卖价高,收取的广告费也高。其实我们做这行都知道,账户交易会导致短视频产业内容生态恶化,也许一些短视频平台会毁在这些黑市交易上。”

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,应当无恙,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,已经有很大部分是针对行业龙头的;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,如不办卡不能消费,或者不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,即使有书面合同和协议,消费者也很少通过法律途径索要属于自己的钱。

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。

对于这些事情,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,最多不过破产清偿了事。

受一肚子气,花了很多时间还拿不回钱,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,二来即使亏损甚至

关门,赔钱的是消费者而不是自己,大不了换个门面另开张。

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并非同对称的“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,出现了大企业“爆仓”,受到冲击和影响的,绝不只是一家企业那么简单。

产经观察



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饭店,该摘星的摘星、该降级的降级,为消费者评选出真正名实相符的星级饭店。

记者在现场发现,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韧教授认为,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了,能指望质量吗?

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”“床单门”“信息泄漏门”等问题被曝光。

2017年9月4日,国内独立测评机构蓝莓评测

在此间业内人士表示,导致如此现状的根本问题是酒店之间的恶性竞争,酒店压低成本首当其冲的就是人力成本,像服务员这样的简单岗位,更是控制成本的重点。这也让酒店很多无形的服务质量大打折扣。

作为一名资深的酒店行业发展观察者,河南酒店网首席执行官张峰认为,这几年接连不断出现酒店卫生问题,最主要的原因是这些年劳动力成本一直上涨,导致服务行业劳动力短缺,人员流失率一直居高不下,酒店从业人员的文化水平和专业素质都一直在往下走。

服务员大多是初次离开老家的外地务工人员,以初中学历、40多岁的女性偏多。她们没有大城市工作经验,但是酒店管吃管住,环境也不错,适合来乍到适应生活,稍微有点经验的服务员都走了。因此,服务员的流动很大,差不多每个月就能换一批,“几乎每天都有走的”。

行业整体性漏洞如何避免

监督酒店卫生可能是世界级难题,即便是发达国家,也时常出现类似问题。但良好的制度仍有启发意义,比如引入职业调查员,不定期暗访、公开调查报告,让监督更规范,也更日常。

张峰认为,解决酒店卫生问题需要对原有的管理流程进行创新或者使用新技术来改变。比如有的酒店使用视频记录仪来记录服务员打扫房间全过程,也有酒店对茶杯等进行统一收集、消毒、更换,不在房间里进行洗消。

星级酒店再高档,服务员这个职业并不高端,因为服务员这个职业并不需要多高的技术含量,职业准入门槛比较低,虽然服务员要承担繁重的工作,虽然辛苦忙碌,但收入不够高,也缺少职业荣耀感。

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。

“恶性的保洁”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,江苏省泰州市在市内抽取了60家酒店样本做调查,结果没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》明确规定了处罚措施,可一直到“逾期不改”的情形,也不过是处以“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。