

“知识付费”已退烧？下半场还没到来



逻辑思维、PAPI 酱说忙不过来，恰恰说明目前还处于“知识付费”的起步阶段，还在忙于收割市场早期红利。近期，有关“知识付费”退烧的话题不断，但逻辑思维、PAPI 酱却回应称，谁说知识收费退烧了？自己做的知识收费平台忙不过来呢。

“知识付费”其实是个伪概念。首先，知识从来就不免费，每个人从小学到大学，所有的课程都是收费的，参加课外辅导班还要出高价。而在互联网，虽然最早以免费分享为起点，但也是提供资讯为主，而最早的资讯供应商——媒体，早就对资讯免费模式提出异议，虽然到目前为止，网站对媒体付费少得可怜，但至少意味着资讯不再是完全免费。

即使在海量免费资讯中，无论是用户基于时间、精力和发展的需求，还是资讯本身逐渐的分层化，必然会有一部

分人愿意为优质资讯付费。这其实是一种交换，用小笔钱（订阅一个付费“知识”账户往往才几百元）来换取时间、精力的节省，以及“知识”体系、视野的扩充乃至审美情趣满足。

当然，既是交换，就构成了交易，这一方面会吸引更多内容“知识”供应者入场，造成竞争加剧，另一方面也让用户选择空间增大，可以对自己之前不满意的内容“知识”供应者进行更换。

所以，有一部分早期内容“知识”供应者可能会退出，但也会不断有新供应者进入。

而如果是碎片化的“知识”供应者对应亿万用户的碎片化需求，依然存在交易成本过高的难题。

因此，逻辑思维的“得到”APP，其实就是一个第三方“知识”聚合平台，通过将相当数量的“知识”供应者整合在一起，便于用户选择自己感兴趣和愿意

买单的“知识”。

所以，所谓“知识付费”并未退烧，中国“知识付费”下半场还没开始。事实上，“知识付费”浪潮到来应有三个特征：

其一，市场竞争加剧，优胜劣汰频率提升，但“知识付费”市场总量持续增长。毕竟，消费升级是大趋势，中国90后、00后相比70后、80后普遍受到的教育程度更高，也更愿意为感兴趣的“知识”付费。

其二，类似于逻辑思维这样的“知识”供应第三方筛选平台会增加，形成竞争，同时也会为用户提供更多的“知识”供应第三方平台；

其三，未来可能形成更为垂直细分的“知识”供应第三方平台，与现有大而全的第三方平台相比，专注于某个领域的平台会不断涌现，做到小而美。

逻辑思维、PAPI 酱说忙不过来，恰

恰说明目前还处于“知识付费”的起步阶段。这意味着，碍于庞大的市场需求，供应平台数量有限，用户也没有太多选择，前者还忙于收割市场早期红利。

最后，所谓“知识”，其实是精准提供专业化的资讯，其中一部分是偏于实操，比如有教你如何提升“财富思维”的，其实就是为“发财”提供“经验”；也有为中层阶层提供满足审美情趣的，比如钢琴大师教你鉴赏高端钢琴曲的，也比比皆是。至此，所谓“知识付费”，不过是通过用户自我画像，导向到相对更定制化的“资讯付费”。

事实上，倘若有一天，诸如逻辑思维、PAPI 酱不再忙不过来，而是为了应对竞争迭代升级，甚至面临随时被淘汰的挑战时，才意味着“知识付费”下半场的到来。毕竟，只要是付费交易，消费者也会越来越挑剔的。

据新华网

4G 用户占比超 71% 明年物联网连接数超 3.2 亿

11月24日，中国移动董事长高冰在第五届中国移动全球合作伙伴大会上发表了《拥抱新时代，携手共创美好的智慧互联新生活》的主题演讲，分享了中国移动2017年截至目前的发展亮点和对新时代信息通信业发展的一些思考，并面向未来阐释了中国移动推动能力开放和产业合作，与合作伙伴共赢的新举措。

开放合作取得四方面成果

“中国移动和广大产业伙伴深入开展全方位、多领域、多层次的合作，持续推进信息通信技术更好地服务经济社会发展，取得了丰硕的成果。”高冰介绍了四个方面。

一是实现了自身发展。在各位产业伙伴的支持下，中国移动全面实施“大连接”战略，大力推动“四轮驱动”融合发展，持续保持良好发展势头。营业收入增速连续超过行业平均水平，盈利能力和品牌价值位居全球同行前列；移动电话基站达323万个，其中4G基站179万个，全业务传输网络1200万公里；服务用户超过10亿户，其中移动用户8.8亿户、家庭用户超过1亿户、政企用户近600万户，物联网连接数超2亿；用户与收入结构不断优化，4G用户占比超过71%，手机流量成为最大收入来源，政企、家庭、新业务等领域正成为收入增长的新的驱动力。

二是繁荣了产业生态。中国移动携手打造开放合作、价值共创、发展共赢的产业生态链，促进产业界共同进步。面向设备、终端、芯片、渠道、软件、内容等领域的上下游企业，优化合作政策，强化资源支持，引领4G、物联网等产业快速发展，实现与产业伙伴共同成长。建立5G、物联网、数字家庭、物联网等产业联盟，打造通信能力、物联网、互联网、业务支撑、数字内容、数字家庭等能力开放平台，和“创计划”汇聚近600万名开发者，孵化超10万个应用，带动约300万人社会就业。

三是促进了经济转型。中国移动大力践行“互联网+”行动计划，深入拓展行业信息化，与150多家产业龙头企业强强联合提供信息化整体解决方案，相继成立一系列专业化公司，积极开拓信息消费和数字经济领域。打造高水平信息通信基础设施，支撑电子商务、移动支付、共享单车、移动社交等迅速普及，促进了中国移动互联网应用蓬勃发展，实现全球领先。

四是推动了社会进步。中国移动认真履行社会责任，扎实推进网络“提速降费”，自2015年以来手机上网流量资费下降了68%，手机国内长途漫游费全面取消，国际长途电话费、中小企业互联网专线接入资费大幅降低，促进了社会运行总成本不断下降。中国移动积极

参与全国355个智慧城市，有力推动了社会治理模式创新。扎实开展电信普遍服务，加强偏远地区基础网络建设，建成推广精准扶贫系统，以信息化手段助力扶贫攻坚和民生改善。

信息通信行业需主动谋求转型

高冰称，当前，经济全球化、社会信息化深入发展，新一轮世界科技革命和产业变革正在孕育兴起。我国社会也进入了新时代。信息通信行业只有准确把握新时代中国所处的历史方位，深入洞察宏观形势和产业格局的深刻变化，主动谋求转型发展，才能实现“乘风之势，而行千里”。高冰也分享了中国移动对新时代信息通信业发展的四方面思考。

一是行业融入大局。信息通信行业需要思考新的坐标方位。当前和未来一个时期，中国正处于全面建成小康社会和实现“两个一百年”奋斗目标的关键时期。着力解决好新时代中国社会主要矛盾，需要各行各业都为之贡献力量。信息通信业是国民经济的关键性、基础性产业，各行各业提高供给体系质量，满足人民日益增长的美好生活需要，离不开信息通信技术的重要“抓手”作用。这就要求产业链上下游更加主动融入经济社会发展大局，将自身发展放到新时代、新判断、新征程的大背景下去思考和谋划，坚持以人民为中心的发展理念，着力推进信息化引领新型工业化、城镇化、农业现代化高水平同步发展，在创造人民美好生活中发挥更大作用，这既是我们的前进方向，也是行业的责任所在。

二是产业融通发展。信息通信业正在催生新的发展动能。中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处于转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的关键时期。随着信息通信技术和应用迅猛发展，产业融通发展的新趋势、新格局正在形成，主要体现在经济和社会各领域深度融合，积极推进供给侧结构性改革，带动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，促进经济动能实现新的飞跃。

三是智能融万物。信息通信业将迎来新的增长契机。以大数据、云计算、物联网、人工智能、虚拟现实等为代表的新一轮信息技术革命浪潮迭起，其重要特征就是将智能融万物，从人人互联逐步延展至人机交互、物物相联，发展空间无限扩大，生产消费更加智能，

商业前景非常广阔。当前，智能万物互联正处于连接数快速增长的阶段，预计到2020年全球终端数量有望达到290亿，其中180亿与物联网相关。未来大量的状态感知并形成大数据资源，智能化的物联网应用将逐步普及，这不仅会极大改变人类社会的面貌，也将为信息通信业带来新一轮增长契机。

四是开放融通发展。信息通信业要顺应新的发展潮流。开放带来进步，封闭必然落后。虽然社会分工越来越细，不同行业、不同企业之间不同程度存在着一些壁垒，但开放合作仍是不可逆转的发展潮流。任何行业、任何企业都不可能包打天下。信息通信业本身有着开放合作的优秀基因和优良传统，产业各方都需要在产业链开放合作中培育新的竞争优势，促进能力互补和资源互补，实现共同繁荣，努力做大“蛋糕”，为社会各行各业发展进步夯实基础、做好保障。

继续推动能力开放和产业合作

高冰称，在新时代新征程上，中国移动将坚定不移地推动能力开放和产业合作，贯彻新发展理念，培育发展新动能，深化实施“大连接”战略，深入推进“四轮驱动”融合发展，更加注重质量和效益，在实现移动改变生活的基础上，齐心协力创造未来更加美好的智慧生活。

一是加强技术创新引领，推动信息基础设施提档升级。围绕网络强国、智慧社会，构建“泛在智联”大网络，巩固移动网络领先优势，打造一流家庭宽带品牌，实现346个城市的城区NB-IoT连续覆盖，让城乡居民用户都能享受到现代信息化生活。全面推进网络转型，用最先进技术打造最高品质网络，加强基于NFV/SDN的下一代网络顶层设计，提前布局云计算、大数据、人工智能等新型基础设施，打造能力集中、统一管控、资源共享的大IT基础设施和运营能力，促进5G技术成熟和生态构建，在2020年实现规模商用，为经济转型升级提供强大网络支撑。加快亚太、欧、非、澳等重点方向国际海缆建设，优化海外POP点布局，高起点打造国际数据中心，通过构建“全球一张网”支撑服务国家“一带一路”倡议。

二是促进数字经济发展，助力建设现代化经济体系。主动支撑供给侧结构性改革，加快推动数字经济和实体经济深度融合，大力开展工业互联网、物联网、云计算、大数据、公有云等规模应用，努力当好“数字中国”建设生力军。推进“互联网+”行动计划，深耕政务、工业、农业、教育、交通、医疗、金融等垂

直行业，服务好产业园区、专业市场、小微企业，推出更符合客户需求、更有竞争力的信息化应用和整体解决方案，支持传统产业向数字化、智能化、绿色化转型升级。2018年新增物联网连接数1.2亿，物联网总连接数超过3.2亿，进一步提升集团客户和行业垂直领域的业务和收入规模。

三是拓展信息消费新业态，满足人民美好生活需要。坚持“以人民为中心”的发展理念，继续推动网络“提速降费”，降低4G消费门槛，做大4G客户规模，全面推广和生活、和包、和视频、和教育、和健康、车联网等信息消费民生应用，让老百姓享受到更普惠、更便捷的数字化生活服务。丰富魔百和、和目、智能家居网关等数字化家庭产品，拓展家庭安防、娱乐、教育等信息化应用，让老百姓的“客厅生活”更丰富、更温馨。2018年公司4G客户将突破7亿户，家庭宽带用户突破1.3亿户。与此同时，继续推进电信普遍服务，缩小数字鸿沟，支撑扶贫攻坚，促进信息惠民。

四是构建能力开放体系，激发产业创新发展活力。进一步推动能力开放，服务合作伙伴和中小企业，在推出一系列能力开放平台的基础上，全面启动“139合作计划”，“1”就是着力推动NB-IoT新网络合作，“3”就是深度打造物联网产业联盟、数字家庭合作联盟和5G创新中心，“9”就是推广通信服务能力、行业“视频+”、和包支付、和信用分等9项重点能力应用。健全“一体三环三纵”的“双创”体系，构建中小企业资源共享平台，构建中小企业“双创”模式，促进研发协同和成果转化，完善投资拓展体系，进一步激发产业创新发展潜力。

五是深化对外合作战略，促进产业协同和繁荣发展。坚定不移地把对外合作作为公司的重要战略，聚焦垂直市场、流量内容、大数据、家庭生态、云市场等重点领域，引入更多优质伙伴，探索更优商业模式，让合作更高效、成果更丰硕。加强沟通对话，进一步完善开放合作、价值共创、发展共赢的产业生态体系。继续实施“牵手计划”，加强与国际同行在网络互联互通、信息技术协同创新等方面的深入合作，努力为全球客户提供优质价廉的信息通信服务。

尚冰最后称，五年来，中国移动全球合作伙伴大会已经成为产业各方开展对话交流、实现共赢发展的重要平台，在新时代背景下，相信通过我们的共同努力，一定能够开启下一个更加开放、更有作为的“黄金五年”。我们期盼与产业同仁和合作伙伴携手谱写合作新篇章，努力提供更加优质的信息通信服务，创造更加美好的智慧互联新生活！

据新华网

上海首座“光储充”一体化充电站亮相

一个多月前，上海首座“光储充”一体化电动汽车充电站在上海松江正式投运。业界认为，随着此类新型充电基础设施的扩大普及，未来充电不再更“绿色”，电动汽车的“城际驾驶”也不再遥远。

上海松江新桥“光储充”一体化电动汽车充电站是一座由国家电网公司投资建设的全新电动汽车充电站，集成了光伏发电、大容量储能电池、智能充电桩等多项先进技术。

据统计，“光储充”一体化充电站运行一个多月来，累计售电量达12000余千瓦时，其中光伏发电量2300度左右，约占总售电量的20%。

目前“光储充”汽车充电站有12台电动汽车直流充电桩，可为各主流品牌电动汽车提供直流快充服务。充电站内铺设了44块太阳能光伏电板，日发电量约100度，可满足3辆电动汽车的充电需求，让电动汽车真正上了“绿电”。此外，光伏发电系统与储能系统还能与充电站并网运行，如果阴雨

天光照不足或者充电车辆较多，系统就会自动切换到公共电网供电。

“停靠这里充电的，多半是附近漕河泾松江新兴产业园写字楼里的白领们，他们利用上班时间把车放这里充电，半个小时就可充满80%，2个小时基本就能充满。”充电站工作人员邢雅贤介绍。

国网上海松江供电公司总经理蒋利明介绍，光储充一体化充电站建设是上海电力的一次创新尝试，充电站使用的是清洁能源供电。光伏、储能和充电设施形成了一个微网，根据需求和公共电网智能互动，可实现并网、离网两种不同运行模式。储能系统的使用还缓解了充电桩大电流充电时对区域电网的冲击。

业内专家表示，“光储充”一体化充电站作为全新尝试，“绿色”效益已经显现，接下来的推广过程中既要符合城市规划布局，又能满足大众对充电站服务半径的需求，从而为“绿色出行”城市打造先进的基础设施网络。

而对电动汽车来说，“光储充”一体化充电站有望真正实现“城际驾驶”。电动汽车虽好，但跑不了长途一直是“硬伤”，尤其能否真正实现跨省驾驶、城际出行，是未来车主最关心的问题。

据国网松江供电公司党委书记关宏介绍，如今，国家电网公司在长三角地区配置公共充电设施网络的优势已逐步显现，基本实现了互联互通、使用便捷。用户在驾驶电动汽车城际出行时，充电问题有了保障。长三角高速公路充电站也已经实现了全覆盖，基本上每个服务区除设置常规加油站外，还设置电动汽车充电站，为困扰新能源车主的“里程焦虑”寻找解决办法，也为“光储充”一体化充电站的推广提供了有利条件。

目前来看，长三角区域的充电桩密度已可以支撑电动汽车“城际驾驶”。今年松江全区新建了10座城市快充站，每站8个充电桩，一部纯电动汽车只需30分钟就可充满80%的电量。据了解，到2020年长三角区域的公共充



电桩数量有望突破20万个，这将对新能源汽车在上海及长三角区域进一步推广普及形成良好的公共服务支撑。

据《经济参考报》



187项消费品下月起调降关税 最大力度释放消费升级利好

记者从财政部获悉，12月1日起，我国将调降187项商品的进口关税，平均税率由17.3%降至7.7%。相比此前的三次调降消费品进口关税，此次覆盖范围更广、降税力度更大。

依据《国务院关税税则委员会关于调整部分消费品进口关税的通知》，此次调降关税的进口消费品品类共187项，其中绝大部分都是国内消费者海淘、海外购的热门品类，而且降税力度较大。例如，特殊配方婴幼儿奶粉关税从20%降为零，香水等化妆品关税从10%降至5%，咖啡机、面包机关税从32%分别降至10%和16%。

财政部有关负责人解读说，此次降税主要涉及百姓日常生活相关的三大领域。一是适应个性消费、时尚消费、品质消费、品牌消费的发展需求，降低了化妆品、美发用品、口腔护理产品、化工品、部分箱包、部分服装和部分鞋靴的进口关税。二是针对生活方式转变和消费升级，更好满足人民的新兴消费需求，降低了部分海产品、奶酪、部分干果、电动剃须刀、咖啡机、智能马桶盖、滑雪用具等产品的进口关税。三是发展健康消费，着重提高妇幼老弱等特定群体的生活质量，降低了药品、部分保健品、牙齿固定件、特殊配方婴幼儿奶粉、婴童车等产品的进口关税。

据悉，这是我国自2015年以来第四次降低部分消费品进口关税。前三次降税主要选取了我国居民在境外购买意愿较强、关税税率较高的护肤品、部分服装、部分鞋靴、部分箱包、纸尿裤、特色食品和文化消费品等。“截至2017年11月，已对152个税号的消费品实施了暂定税率，平均降幅为50%，涉及一般贸易进口额109亿美元。”财政部上述负责人说，在此前降税的基础上，本次进一步降低消费品进口关税。一方面，覆盖范围更广，涵盖食品、保健品、药品、日化用品、衣服鞋帽、家用设备、文化娱乐、日杂百货等消费品。这些消费品一般贸易进口额139亿美元，加上继续维持的消费品暂定税率，实施暂定税率的消费品涉及年一般贸易进口额约236亿美元。

“另一方面，降税力度更大。”该负责人称，新增实施暂定税率的商品，一般按最惠国税率减半安排。对于部分前期已实施暂定税率的商品，再次进行适当降税或适当扩大商品范围。

业内专家指出，此次大范围、大力度降低消费品的关税，无疑将更好地满足消费者对优质品、中高端消费品的需

求，释放出中高端消费的重磅利好信号。此外，也有助于进一步扩大进口，让更多国家分享到中国经济发展和消费升级带来的红利。

社科院财经战略研究院副研究员蒋震对记者表示，当前，一些中高档的食品、母婴品、化妆品、文化娱乐等产品，还不能满足国内消费升级的需求，大部分还是由国外来满足。近年来跨境电商发展势头迅猛，一些消费品通过跨境电商进口渠道来满足也越来越常见。此次大力调降关税，正是为了顺应消费升级的趋势，可以更好地满足消费者需求。

关税税率的降低，会不会带动消费品最终售价的降低？财政部上述负责人表示，由于关税是根据商品进口价格，而非市场零售价格征收的，抽样显示关税在商品的零售价格中实际占比0.5%至7%，因此对缩小商品境内外价格差异的直接作用有限。降低关税为扩大消费品进口、降低消费品进口成本创造了有利的条件，但相关商品的进口量、国内市场售价的变化最终还是由市场来决定。

据了解，进口商品价格构成一般包括生产成本、流通费用、税费和利润四个部分。其中，进口环节税费主要包括进口关税、进口环节增值税和进口商品消费税。增值税税率一般为17%，消费税则根据不同商品属性确定税率。

那么进口环节的税费是否还有进一步调降的空间？蒋震说，消费税和增值税，这两种税的功能设计不同，增值税体现的是中性功能，其基本原则是消费地课税，出口国在商品出口时要退税，进口国在进口环节的时候要征收回来，因此不宜降低。而消费税主要起到调节消费结构的作用，和关税类似，因此降低可以适应消费者的消费升级趋势，部分品类消费税也是有进一步调降空间的。此前，我国已经自2016年10月1日起对普通化妆品不再征收消费税，高档化妆品消费税税率从30%降至15%。

记者此前还了解到，下一步，破除体制机制障碍成为消费升级的关键，中高端消费将成为着力培育的经济新增长点。具体而言，品牌消费、信息消费、服务消费等新兴消费领域有望迎来政策礼包，包括进一步支持中华老字号发展，建设特色商业街区、优化进口审批手续、增设进口免税店、简化离境退税的政策措施等系列“政策组合拳”。

据《经济参考报》

跨境电商再迎政策利好 2020年规模有望达12万亿

11月24日，《国务院关税税则委员会关于调整部分消费品进口关税的通知》(以下简称“《通知》”)正式出台。《通知》要求，自2017年12月1日起，以暂定税率方式降低部分消费品进口关税。本次降低的消费品进口关税，范围涵盖食品、保健品、药品、日化用品、衣服鞋帽、家用设备、文化娱乐、日杂百货等各类消费品，共涉及187个8位税号，平均税率由17.3%降至7.7%。

中国电子商务研究中心主任曹磊认为，当前我国进口关税、增值税、消费税等仍在较高水平，通过降低关税，除

了能够拉动国内的消费，对跨境电商平台来说也是利好。

艾瑞咨询、中投顾问等第三方机构预测，在“一带一路”倡议推进的大背景下，2017年我国跨境电商交易规模将突破7万亿，2018年达到8.8万亿元，2020年则有望达到12万亿。这意味着未来几年，我国跨境电商交易规模将保持在年均20%左右的高增长水平。此外，中投顾问还预测，到2020年，我国跨境电商交易额将占进出口总额比重将达到37.6%，会成为我国外贸名副其实的重要组成部分。

据新华网