

网贷备案延期获客难度攀升 抖音能否扭转乾坤

■ 梅文

随着网贷备案延期,互联网金融平台获客难度进一步攀升。在互联网金融行业,流量的重要性毋庸置疑,抖音这个新的流量小生出现后,能否成为获客难的破冰者?平台推广的实际效果如何还有待考验。

抖音成为新的流量小生

一般而言,体育赛事、网剧和综艺节目是互金平台扎堆营销的重点区域。但是网剧和综艺节目的成本高达几百万甚至几千万元,一般的平台“烧不起”。随着抖音的崛起,这个新的流量小生立刻吸引了平台的注意,有数据显示抖音日活量达到1.5亿元。目前已有20多家平台在抖音上投放了广告。

但在抖音上投放广告的互金平台大都是贷款平台,并且抖音官方并未开放金融理财类广告投放,即使是贷款平台也实行的是白名单制度,对于合作平台资质、规模,甚至每日投放资金量都有明确的要求,甚至有消息称,抖音要求广告投放平台需在抖音和今日头条按1:1的比例投放。

网贷备案延期和互联网金融平台的频频暴雷严重影响投资者的信心,抖音的崛起能否提振投资者信心,这种新的获客方式能否打破获客难的僵局?

对此,网贷天眼研究院相关负责人表示,目前来看,无论是理财



至利博制图

端还是贷款端,平台的获客成本都是在攀高的,这和行业整体大环境有关,而且抖音的广告一般采用CPM(千人展示成本)或CPC(单次点击成本)的方式进行收费,相对而言是较高的,再加上相应的短视频制作成本,实际上提高了平台的获客成本。

网利宝相关负责人则认为,抖音是一款当下“现象级”的创意短视频社交软件,具有强大的流量制造能力和信息传播能力,在年轻群体中深受欢迎;同时,抖音渠道的广告投放不属于物理场所,符合《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》的要求。如果抖音有很好的流量转化,网贷平台又将会增加一个有效的获客渠道。

抖音视频最近一段时间异常火爆,是用户流量的聚集地。通过抖音平台能够用相对较低的成本

投入快速、大量获取流量资源,在一定程度上能够缓解获客难题。但是,捷越联合创始人王晓婷认为,抖音和之前的直播答题类似,快速吸引到大波流量的网贷平台面临两个问题,一是如何将流量变现,将流量转化为客户;二是如何保持用户黏性。

获客效果仍有待检验

随着监管趋严,互联网金融的线下推广被禁止,行业政策环境的收紧是为了规范化健康发展,意味着要将此前无序、不稳定的因素剔除,将行业的发展路径从恶性竞争(包括畸高的获客成本)转型为风控标准化、依赖业务创新、提供优质用户体验的可持续发展模式。

新联在线CEO陈智诚分析,

目前行业处于强监管与竞争发展的夹缝中,从外部环境来看,由于政策的限制,行业规模在控制中下降,资金端的投资用户均呈现群体性谨慎特征。与此同时,网贷行业在初期流量红利期结束后,将面临整个投资理财市场的竞争和挤压,获客难度陡增。

“从内部环境来看,备案大考的复杂和缓慢导致市场资源往头部平台倾斜,中小平台在合规方面虽有优势,但不足以吸引用户,只能通过更多的加息等运营活动拉动业绩,提高用户的转化率和留存率,进而使行业整体获客成本同步抬高。”陈智诚补充道。

而随着有效投资客户的获取成本越来越高,中小网贷平台面临经营大考。王晓婷指出,一方面,经过多年的投资者教育,投资人的投资理念趋于理性,他们更青睐于安全稳健运营的平台,而不是单纯

看收益率。再加上日趋严格的监管政策,导致投资人选择平台时更加谨慎,在这样的背景下,口碑好的大平台在获客上占有优势,而规模小口碑一般的中小平台在获客方面往往要付出更多成本。此外,大平台还拥有相当一部分黏性客户,这也是大多数小平台所不具备的。

在行业获客成本攀高,方式创新不足的同时,平台亟须在推广渠道和获客效率中筛选出投产比较高的优质渠道。

陈智诚分析,抖音通过热点运营、明星效应等运营策略实现了用户规模化,积累了一群高活跃度、高黏性的用户。网贷平台将目光瞄准抖音,实际上就是看上抖音爆品效应和巨大的用户流量。

从网贷平台的推广轨迹来看,包括此前火过的网络直播,还有网综、网剧,再到现在的抖音,实际上就是追热点式的互联网企业必用的“借势营销”技能,是抢占流量、提升品牌知名度的有效方式之一。监管禁止网贷平台线下推广,因此平台借力互联网爆款产品加大线上宣传,实际效果还是要看用户的转化率和留存率。

网贷天眼研究院相关负责人表示,抖音的用户群体和互金平台的用户群体,特别是借贷端的目标用户有一定的重合度,是值得尝试的,不过具体效果还有待观察,而且在目前互金行业获客难的大前提下,不同的平台实际上对效果的定义是不同,这就要看平台自己对成本的承受能力了。

改革开放四十年 教育革新再出发

■ 梅文

今年是中国改革开放的40周年,对于中国教育发展而言,这40年的变革则具有里程碑式的意义。教育事业革新也渐入深水区,随着互联网、人工智能的兴起,教育行业在发生新的变化。

技术进步带来的革新

近年来,互联网人工智能受到了全社会的普遍关注,并被提升到了国家战略的高度。人工智能时代已经到来,AI技术正在悄然改变着传统行业的方方面面,如何应对人工智能带来的机遇与挑战已成为各行各业都必须面对的问题,教育行业也不例外。

华中师范大学教授、博士生导师,长江教育研究院院长周洪宇表示,人工智能的出现是人类历史上一个非常重要的现象,也是当代网络社会、信息社会、知识社会发展至今的一个重要领域,未来发展的空间现在很难想象。

“人工智能未来对于教育的影响分为两方面,一个是教育事业,另一个是教育产业。从对教育事业的影响来看,会形成一种新的教育形态,会对教育的培养目标 and 宗旨、教育人才培养模式、

教育的内容和教学方法以及教育的组织形式,都会带来很大的影响。教育产业未来会成为一个极具规模的产业,与教育事业的发展需要同步前行,另一方面要推进人工智能与教育事业的结合。”周洪宇进一步解释。

智课教育CEO韦晓亮表示,人工智能的发展改变了传统的教育思维,首先,教育产业更关注学习的主体——学生,教育产品和服务的设计,更多从学习效率和学习效果出发,利用技术手段、大数据,分析学生学习习惯,从而匹配个性化教学;第二,解放了教师的生产力。

“尽管互联网只是手段,教育依然是核心,但将技术应用于教育,将从根本上改变一代人的学习经历和思维方式,这也将反过来影响未来的教育产业形态。”韦晓亮说。

中国高科集团相关负责人分析,人工智能时代,社会更需要劳动者具备创新能力,当前教育的重要任务就是培养创新人才。

近年来,中国高科集团在教育科技方面探索校企合作新模式,开展学院共建、专业共建及实训室建设等业务,推行校企合作的人才培养模式。在互联网教育方面,旗下控股子公司广西英腾教育科技股份有限公司运用人工

智能、大数据、信息化技术,随时随地为医护人员提供一流的医学职业教育产品、内容与服务,提升医护人员职业水平,推动医学教育均衡化发展。

韦晓亮总结道,教育革新就是要通过科技的力量去解放学生、解放老师、促进教育的公平。

诸多制约因素待破

改革开放后,教育产业取得了很大的发展,但还是存在立法不足、投入不够、教育资源短缺等诸多制约因素。

周洪宇表示,但整个教育的立法,包括学前教育的立法,暂时还没有成为现今的立法重点。

“从未来发展来看,还需要各方共同努力,仅靠代表委员、教育学术界以及教育部门是不够的,需要呼吁整个社会来共同推动教育行业的发展。要集合社会各方力量,让社会资本以及资金介入,最后形成公办、民办双翼齐飞的格局。”周洪宇说。

中国高科集团负责人分析,教育行业存在最重要的两个问题,一是国内各地区教育资源分配不均。二是职业教育发展问题,职业教育被社会普遍视为“末流教育”,发展空间受限。同时,

在管理上,职业教育师资及教学硬件条件不足,教育管理者没有把职业教育落实到工作应用中。

韦晓亮表示,存在问题首先是以学习效果为导向,以学生的长远成长为导向的教育机构依然是少数。大部分机构可能口头上重研发,但实际上投入并不多,也不持久。部分企业过于追逐风口,追求发展速度和规模,风险较大;其次是行业还不够开放,会导致重复研发和资源浪费。

教育再出发

今年是改革开放40周年,中央将为此举办重大且隆重的纪念活动,目前各方面也在紧锣密鼓的安排中。在教育领域,教育界对改革开放40周年的纪念也十分重视,正在酝酿举办一系列的论坛、会议等活动来迎接改革开放40周年的到来。

“但是纪念改革开放40周年,目的不是为纪念而纪念,更多的是通过这个纪念去总结中国40年来的教育是如何发展的,反思成功经验或者是不足,以及思考未来如何使教育领域发展得更好。在教育方面,我们需要教育改革,需要再出发。”周洪宇强调。

在此背景下,教育智库能够

起到很好的推动作用。如高科全球教育发展研究院,已汇集近500人的专家数据库,涵盖包括教育管理者、教育顶级研究者、教育实践者、教育投资者等在内的行业领袖。通过专家采访、座谈沙龙等多形式多角度的互动交流互动,进行主题性课题研究合作,推动教育研究的成果转化。

周洪宇表示:“教育智库未来发展趋势可能会走向‘三化’。一个是专业化,提到专业性就是要走向专业化,由专业人做专业事,培养专业人才,运用好专门人才,充分发挥智库专业机构的作用。未来可能还要社会化,甚至国际化。这是中国教育智库非常重要的未来发展趋势,目前我们还没有到达这一步。”

韦晓亮认为,教育再出发,从产业发展讲,国家要积极发挥民办教育的作用。一是公办教育联动民办教育,实现优势和资源互补,加快学校教育信息化和智慧学习空间的升级效率和效果。

二是通过立法让新兴的基于互联网技术的创新教育项目获得公平的准入机制,以及发展支持。从社会关注点看,入学门槛、异地高考等依然是大家极其关注的,希望国家可以有更多创新的举措,更公平更科学地分配教学资源。