

焦点人物

国内最大漫画平台快看漫画6年多来完成五轮融资,近日将获9000万美元投资。从初试商业化,到尝试内容出海布局——

陈安妮:草根的进化和迭代

陈睿雅

近日,国内最大的漫画平台快看漫画将获得韩国One Store公司的1000亿(9000万美元)韩元投资。从2014年12月成立至今,快看漫画一共完成五轮融资,累计近25亿元。快看漫画是中国网络漫画市场的头部公司,目前在中国的访客和会员数量均位居第一。其创始人及CEO为1992年出生的陈安妮。此前她曾在新浪微博上发表名为《伟大的安妮》的网络漫画,受到年轻读者的欢迎,并由此萌生了自主创办一个网络漫画平台的想法。

从“草根”到组织架构调整

“迟早有一天,中国的文化必须得走向全球。”陈安妮说道。在快看漫画联合创始人兼CTO李润超看来,陈安妮是一个不断进化和迭代的人。“你很难想象今天在中国,一个互联网平台占据了漫画市场第一的位置。她利用科技去改变这个时代,加速了漫画在中国的发展。”

到今年4月,快看漫画有2亿用户,月活达4000多万。陈安妮介绍说,快看漫画2019年开始大力试水商业化,2020年~2021年商业化成为公司的重要战略,造血能力逐步增强,现阶段赚到的钱会再被投入到未来业务中,“快看不以短期盈利为目标,我们是一家追求长期主义、以持续成长为目标的公司。”

2021年,快看漫画的战略方向定为视频化、全网化、商业化。新的战略指引下,快看APP的定位升级为优质内容付费平台,公司组织架构随之调整。“之前我们其实比较草根。”陈安妮解释说,此前公司几乎没有VP、CXO的职级,业务基本上由她与李润超统筹分管,20多个人向他俩直接汇报。近期引进的高管中,除了原爱彼迎中国区的产品副总裁(现快看产品负责人)、原小红书增长负责人(现快看增长负责人)、原四大会计师事务所合伙人(现快看财务负责人)之外,还有内容出海、内容版权等方向的人才。通过逐渐引进高级别的管理人才,陈安妮得以将一些业务



分配出去,将精力集中在公司更重要的事情上。

与此同时,2021年1月4日,快看漫画正式发布“哥伦布”计划,宣布进军全球市场。据悉,快看漫画已成立十余人的海外事业部,国际版APP也在酝酿之中。

搭起漫画“工业化”体系

据快看漫画统计,截至2020年12月,已有5600名漫画作者加入快看漫画;同年,快看漫画向作者支付稿酬达3.1亿元。累计8200部作品中,2020年增长势头最猛的漫画类型是穿越、玄幻、治愈和都市。

在陈安妮看来,快看漫画已搭建起人才筛选+选题策划+剧本创作+视觉制作的工业化内容体系。工业化内容体系旨在服务用户,如何在更短时间内生产出更高质量的内容,“可能核心还是在工业化”。

但在这一过程中,她也会听到这样的声音:创作周期太快,沉浸式的创作比较难。这些声音,可能来自她浏览到的

漫画创作者的微博,也可能来自日常与创作者接触密切的编辑们。

“一定不能因为这件事情很难做到,而去‘改变’用户需求。”陈安妮说,如果希望内容创作能够更好地工业化,就要把角色分工做得很明确。

过去的漫画家常常是一人包办,既编剧也画画甚至还负责商务,“(那)他肯定累得不行”。快看漫画希望能够帮助漫画家成为项目的领导者,与编剧、画师、分镜师一起协同创作。此外,快看漫画还向作者提供受众/互动/作品等方面的关键指标,帮助创作者了解读者的反馈。

“我们的目标其实一直都是做最好的IP。”陈安妮说,2020年,从漫画角度来讲,快看漫画做的最重要的一件事是UGC漫画,“让我们的用户(自己)也能够到快看上面来投稿,不需要编辑去给你指导,你就能获得非常多观众的喜欢”。

形成造血能力

2019年之前,快看漫画作为一个免

费的漫画内容平台,几乎没有收入,日常开销基本靠融资。

2019年,快看开始尝试赚钱,试图增强自我造血能力。通过两年多的积累,“我们的现金流会比之前健康很多”。

尽管商业化已连续第二年成为快看漫画的重要战略,但陈安妮并没有将公司盈利放在战略优先级上。她透露,快看把很多收入继续投入到未来业务里,比如AI创作、社区、IP开发。

当前,快看漫画内容付费仍然大于广告收入。对此,陈安妮表示,过去两年,快看漫画在付费上做得比较深,在广告上花的精力没有付费上那么多。在社区首页免费内容点击率同期上涨300%的背景下,快看认为接下来广告收入还有比较大的空间。

2021年,快看漫画加大了内容分发的力度。一方面,自2020年始,快看漫画通过内容版权的形式出海;另一方面,快看漫画通过微信小程序、百度小程序、快手小程序、支付宝和夸克小程序、小米的多看(漫画频道95%的内容由快看运营)等渠道拓宽其在国内的内容覆盖人群。

陈安妮表示,拓宽内容覆盖人群这件事情肯定是必做的,且在一开始的规划里。至于内容出海,她表示,快看想把平台上的作品拿去海外,去跟别人比试比试,“看看我们的水平到底跟别人的水平差距在哪里,差多少,是不是有机会能够把中国的文化带到全世界。”

海外市场千变万化,在她看来,印尼、东南亚的流量会比较好,但用户付费意愿不一定非常高;英语圈和日本、韩国的用户量级未必很大,但用户付费意愿和付费价值很高。

“出海现在才刚刚开始。”快看优先从收入的角度布局海外,通过保底金加分成的方式,将内容输出到英语圈和日韩。2020年快看漫画实现海外流水1.1亿元,2021年计划实现3亿元。

“作为‘90后’创业者,现阶段最大的挑战是什么?”

陈安妮称,她最大的挑战是怎么一边拥抱这个时代的变化,一边积累自己对这个世界的理解。

「建行杯」第二届全国巾帼家政服务业风采大赛养老护理项目三等奖获得者孙慧杰



孙慧杰是来自黑龙江省牡丹江市阳明区的一名地地道道的农民。初到牡丹江市,从农村刚来城里陪读的她,没有一技之长,找的几份工作都不是很理想。后来经朋友推荐,她来到全国巾帼脱贫示范基地牡丹江市石管家属业培训学校学习。

因为深知拥有一技之长的重要性,在学习中,靠着打破砂锅问到底的学习态度,孙慧杰的家政业务水平得到了质的提升。毕业后,学校为孙慧杰推荐了工作,上岗后的她工作起来更是得心应手。

在多年家政工作中,她印象最深的是第一份工作:照顾一位生活不能自理的70多岁的王奶奶。每天除了负责一日三餐,还要为老人做好个人卫生,两餐之间吃水果,天气好时推老人坐轮椅去室外晒太阳。王奶奶差不多有150斤的体重,每次换洗衣服,乘坐轮椅都要抱上抱下,很消耗体力。当时孙慧杰体重只有100斤左右,这项工作对她来说有些吃力,但她咬牙坚持了下去。

一天晚上,她与老人单独在家,看到老人脸色有些不对。她伸手一摸,老人额头滚烫,便赶紧拨打他家人的电话。谁知电话一直打不通,孙慧杰赶紧打车把老人送到医院,跑上跑下,直到半夜老人的病情才算稳定下来。老人的家人第二天赶到医院,要额外感谢孙慧杰,被她婉言谢绝。她说:“通过自己专业的劳动,为服务家庭解除后顾之忧,让老人快乐,自己也能感到充实、满足。”

就这样,四年间,孙慧杰一边照顾自家孩子读书,一边进行月嫂养老护理服务。

由于学习认真刻苦,服务技能出色,孙慧杰多次代表牡丹江市参加妇联组织的全国和全省家政比赛。备战全国大赛期间,她需要一边工作一边照顾孩子,家政业务的学习时间就得靠一点点挤出来。每天晚上,等孩子睡下后,孙慧杰开始学习,学到半夜才睡觉。第二天,赶在孩子没有醒之前,她就起床,背诵家政理论知识点。功夫不负有心人,她连续两年在黑龙江省金牌家政职业技能大赛中取得优异成绩。2020年,在“建行杯”第二届全国巾帼家政服务业风采大赛中,荣获养老护理组三等奖。由于在家政服务方面的突出表现,2021年,孙慧杰获得黑龙江省巾帼建功标兵荣誉称号。

(供稿:全国妇联妇女发展部、黑龙江省妇联发展部)

孙慧杰:勤奋成就家政就业梦

行业动态

承销碳中和主题债券 发行碳达峰主题理财产品

银行发力“碳金融”市场

张艳芬

近期,融资类产品迅速兴起,频频呼应碳达峰、碳中和主题。在金融机构中,近几个月银行机构承销了不少碳中和主题债券,并试水发行了多款含“碳”主题的金融产品,例如碳中和主题的结构性存款、碳达峰主题的理财产品。

今年以来,以碳中和为主题的债券增持迅猛。Wind数据显示,截至6月7日,今年以碳中和为主题的债券有87只,发行金额共计1005.88亿元。其中,不少是“首发”类债券,如农业银行和兴业银行承销了市场首单权益出资型碳中和债券、北京银行发行银行间市场全国首单碳中和小微金融债券、恒丰银行发行全国首单“碳中和、乡村振兴”双贴标绿色债券。

除了银行机构承销债券、发行存

款产品,银行理财子公司作为资管行业的新生力量,也开始布局涉“碳”理财产品。近期,中银理财发行了市场首批以碳达峰为主题的理财产品,包括2只混合类和1只固定收益类产品。“预计碳金融创新产品的热度将会持续一段时期。现在的绿色金融产品大多是政策和市场环境相互博弈的结果,在融资环境比较紧的情况下,碳金融产品会持续受到青睐。”国家金融与发展实验室特殊资产研究中心特聘研究员任涛认为,“碳中和”的实现是长达几十年的中长期战略,需要大量的资金支持,仅靠阶段性的政策呵护很难持续支撑,还需要政策层面的系列、长期支持。

今年初,人民银行课题组发表《推动我国碳金融市场加快发展》指出,我国目前的碳市场金融化程度总体偏低,碳排放权资产的法律属性

不明确、价值评估体系薄弱,阻碍了碳金融产品工具的推广与创新。

“近几个月内,一些‘首单’创新类的碳金融产品零星发布,这是一个大方向。碳中和债券的发行主体是一些大型央企,国有大行和股份行会抢先涉足。对于一些中小银行和理财子公司而言,发力这类产品还需要市场进一步成熟。”一家城商行业务人士表示,金融机构目前还存在碳金融专业人才缺乏的情况,也导致了碳金融创新能力相对不足。

“碳金融市场的可持续性发展,还有赖于碳交易市场的打通、投行水平的大幅提升、参与主体的丰富、发行主体的扩容以及银行资金、理财资金与保险资金的大力支持。”任涛说,特别要提升银行资金方面的参与意愿,降低风险权重、将其纳入普惠考核口径等,以及投行机构的参与力度。

图片新闻

5月CPI同比上涨1.3%

6月9日,工作人员在河北省邯郸市一家超市整理商品。国家统计局9日发布数据,5月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨1.3%。新华社发(李昊摄)

重磅解读

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端:

以数智化网络重塑城乡联结



张博

近日,2021数博会数字乡村建设创新发展专题研讨会在贵阳召开,中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端在会上表示,以数字乡村建设带动城乡融合,既是激活传统资源要素的途径,也是创造新型内需市场、扩大内需整体盘面的重要手段,同时也是以网络化和数智化拉动一二三产深度融合,进而重塑经济价值创造结构与产出形态的一场深层革命。

突围破局之道

她认为,“以数智化网络重塑城乡联结,顺应平台经济新发展范式打造一二三产深度融合的新经济样态,从过去的以农补工转向城乡发展双向导流和交互赋能,以城哺乡,或成

当前整体形势下突围破局之道。”

陈端以集“新型农业+休闲+康养+文旅”为一体的田园综合体开发路径探索为例,抓住后疫情时代现代都市人群崇尚健康、注重康养体验的心理诉求,以乡村形态融合都市业态,把田园风光体验与现代科技感和现代服务业体验优化有机融合,通过线上IP打造为线下场景性消费导流,以网红打卡和社交分享为实景消费进行传播赋能,再通过与在线文旅平台的合作和口碑传播提升用户黏性和斜向复购率,其本质已经超越传统农业范畴,成为线上线下深度融合的新经济样态代表。

在其过程中,需要引入更多现代商业运营理念优化运作模式,比如根据可行交通半径内的目标消费群体、市场需求、关联产业、资源禀赋和气候地貌差异化产品定位,

在度假、亲子、研学、康养、团建、户外极限等不同功能中有机组合,充分考虑各类功能区的产业集聚和功能延展空间,以田园综合体的开发带动当地特色农产品和非遗文创的流通以及优势产业集群的生长,串珠成线、连线成块、集群成链,形成具有地方特色竞争力的乡村产业区域增长极。

在田园综合体的设计和运营中,线上线下有机协同的“新流量思维”、基于新场景新体验的IP化“新内容思维”、基于各类新型经营主体和新兴要素的“新资本思维”,都要求我们超越传统的产业边界思维窠臼,面向未来谋篇布局。

四个具体路径

对于数字经济助力乡村振兴的具体路径,陈端总结了“拉动一二三产深度融合”“优化农业投入产出效用”“赋能乡村基建与基层治理”“赋能新农人”等四个方面,其中特别强调了头部互联网电商平台企业依托技术研发和物流优势向产业链上游延展的过程对乡村发展的带动作用。她指出,自2020年新冠疫情暴发以来,“新基建”成为坊间热词,但在数字基建作用发挥的环境和路径上,城乡之间依然存在很大区别。乡村振兴出发点和落脚点是人人的解放,难点和关键点也同样在于人。打破过去分散分割的要素体系重塑创新革命、价值链和利益链是一场深刻的革命,中间也不可避免地会遇到摸着石头过河的探索成本,需要政府和龙头企业发挥带动引领作用。

