

Think with Robin

# 罗宾 5G 商业评论

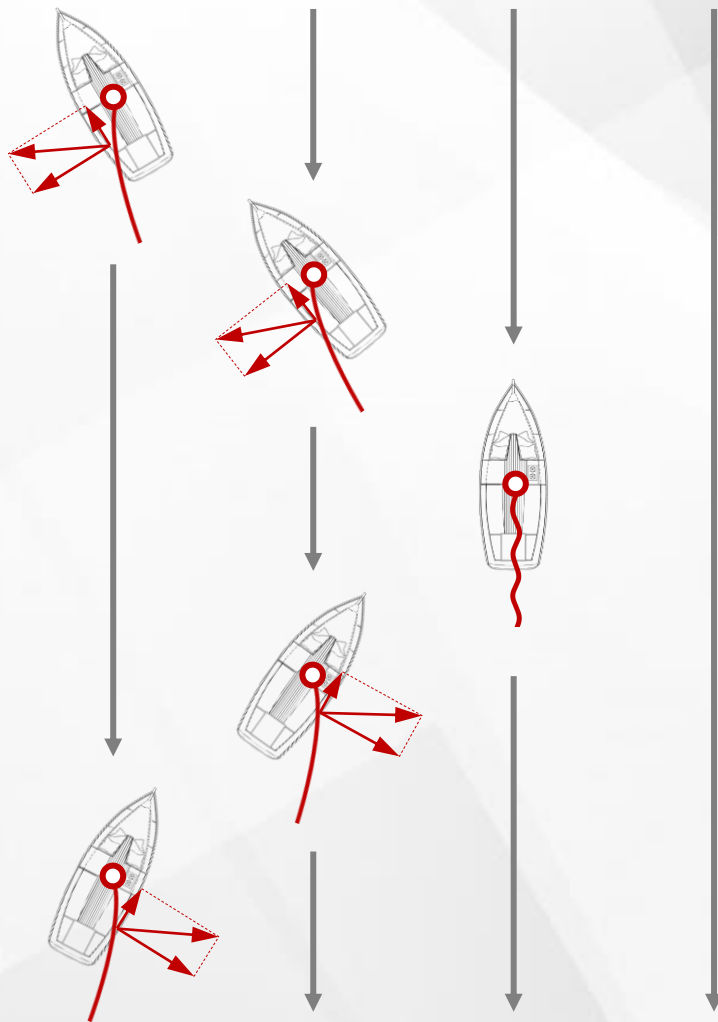
2021年11月 知识块选编



# 不负光阴， 逆风也可快速前行

Hydroptere 号帆船可在风速只有 15 节的情况下达到 35 节的行驶速度

**Robin  
5G  
Business  
Review**



罗宾 5G 知识社群  
Think with Robin

扫码了解详情



# Top 50 主题 可分类查询



罗宾 5G 知识库,「官方粉丝群」专属  
Think with Robin

扫码了解详情



## 滚雪球

从0到1，1到10，10到100，有机滚动起来

### 这篇文章真的是讲如何滚雪球

11月7日那个周末，北京下了今冬的第一场雪，而且是大雪。无论是大人，还是小朋友们，自然都是很兴奋的。雪还未停，大家就带着各种小桶小铲子涌入雪地。

巴菲特说过，人生就像滚雪球，重要的是发现很湿的雪和很长的坡。在其经典著作《滚雪球：巴菲特和他的财富人生》的开头，巴菲特回忆了其9岁那年和妹妹伯蒂在奥马哈家里院子玩雪的故事。但这本书并没有介绍具体如何让物理的雪球滚动起来。我们也许会想当然的认为，只要有湿湿的雪和长长的坡，人人都可以把雪球滚起来。但从我的实践和观察看，情况不是这样。

实操角度，堆雪人、打雪仗上手门槛是比较低的，只要不怕冷，人人都玩得起来。但滚雪球不是，面对同一场湿湿的雪，同一片长坡，有的孩子可以把雪球滚起来，有的孩子怎么滚也滚不来。因为雪球上的雪可能会不断散掉，以致于根本滚不动，甚至这个雪球都不能称之为“球”。理论上经常提及的

## 来自罗宾的消息 Message From Robin

“雪球效应”并不容易实现。

作为南方长大的孩子，我的触雪经验也极其有限，正好从初学者角度来分析一下如何滚雪球。借助和小朋友们一起试验并成功多次之后，我们总结出以下规律和步骤：

1. 初始内核要比较坚固，如果是直接散雪聚拢，滚两下就都散了，而且大概率是从小球的中部直接裂开；
2. 内核坚固以后，可以开始滚动，算得上一个球了。但面临一个问题：在用手捏内核时，由于反复用力打磨，球体表面是比较光滑的；虽然可以滚，但滚动过程新的雪不易沾上，粘上了一圈滚下来也都散了出去；时常会出现滚动多次，雪球并没有变大，因为持续沾不上新的雪，同时老雪还会掉；
3. 我们后来发现，在这个阶段，你需要一边慢慢的滚，一边手工抓大把的散雪往球上堆积，尽量粘在上面，即：一边滚，一边补充雪；滚动过程对雪球地面方向应保持一定的压强，这个过程可以让雪球的体积有一个快速放大过程；

4. 超过某个体积之后，雪球自身有了一定的重量，这个时候雪球只要滚起来，就可吸收到新的雪。每滚一圈就可以吸收很多新雪，甚至树叶也被压进去了……如果有一定坡度，雪球还会自动翻滚，雪球效应就在眼前，心情很是愉悦。

周末后上班，和同事讨论一些咨询项目内容时，大家聊到了大型企业内部孵化新业务或者新产品规划的话题，尤其是创新的路径设计问题。从愿景或长期目标来说，每家企业都希望新业务能形成所谓的雪球效应，自动滚起来，越滚越大，各部门和员工各司其职，形成合力之类。

一些企业领导也认为，其一定要做一个平台，通过平台化思维，建立一个生态系统……在关键业务流上设置收费站环节实现闭环……

但问题在于，如何从苍白的现实走向多彩的愿景呢？

### 滚雪球与产品创新

通过周末的滚雪球实践，给同事们做了一些类比：

首先，要选择正确的创新赛道，这东西考验的是操盘手的综合认知能力。比如：要有雪，最好比较湿，而且雪正在下为宜；同时要有个坡。如果没有坡，

## 来自罗宾的消息 Message From Robin

或者坡上也没有雪，即便巴菲特先生也滚不起来。映射到具体工作中，即赛道本身既具有一定的纵深空间（可改造机会，或者潜在需求开支体量比较大），同时切入点阶段的需求原本就客观存在（需要发掘）。不能说滚了五十圈，还没有遇到一片雪花。那你滚动的是什么呢？只有空想的概念和反复加班修改的 PPT。

其次，从**0到1**，初始内核要坚固，通常是第一款单品（单功能）质量和竞争力很强。如果内核不够兼顾，雪球滚几下就垮了，大部分时候是很难坚持滚超过两圈的，即：根本不能连续滚动。作为内核的单品本身就应具备相当厉害的市场突破能力，通过这个单品来获得第一批真实客户或者收入，同时验证初始概念和需求的合理性。

进而，从**1到10**，适当注入外力，快速提升雪球的体量。对创业公司来说，外部风险投资的加持是必要环节。对于大型机构内部孵化的新业务来说，来自集团母公司的各种资源注入则非常重要。此环节的关键不是资源多不多，而是资源注入之后，新业务是否接得住，是否可转化为有机的生产力。以从内核到雪球的放大过程为例，一边快速贴上大块散雪，一边把散雪往球面上摊开压紧，然后辅以力量让球

带着一定压强滚动。如果新增加的雪块没有和内核形成有机的整体，则这些新增的雪基本都会散掉。

然后，从**10到100**，形成有机滚动。通过周末的实践，我们发现，所谓“有机滚动”的意思是：**每滚动一圈，新吸收的雪量会远大于散掉的雪量**。连续滚动，可形成一种正反馈循环。对新业务来说，一个典型指标就是用户增长或者收入增长与营销成本的对比。那种靠营销成本来拉收入，且 **ROI** 倍数很低那种，显然不符合“有机成长”。此类业务只要营销费用一停，业务数据马上回到原点。净利润更是别想了。

**最后，雪球效应形成**。在滚动过程中，雪球会吸收更多的雪，会变得更重，表面积更大，并且在滚动过程中进一步吸收更多的雪并增加动量。对新业务来说，进入一种强者愈加，加速发展的状态。还是周末的观察，我们看到，雪球滚动过程，一些之前粘不上的小树枝、树叶、小草也会吸入。这就类似平台生态系统不断吸引到的外部玩家伙伴的加入；而这些新玩家也增强了雪球整体的动量，并让雪球的**结构更加有韧性**。

**#常见误区**



## 来自罗宾的消息 Message From Robin

在过往的观察中，**大型公司的常见误区**是，从**0到1**阶段的内核还不够坚固，便急于投入很多资源，有些揠苗助长的把产品强行推进到从**1到10**阶段。

这个状态的产品特点：如果是**2C**类产品，看起来用户数增长不小，但仔细去观察，好像很难找到一批客户对新产品很有兴趣的样子，即：一大堆用户中，居然找不到一小堆“很热爱”这个产品的用户，用户具体功能点上的活跃度也很低。如果是**2B**类产品，有一些**demo**或示范性客户项目，但迟迟无法形成独立商业合同。（即便有一些合同，都是和成熟老产品混在一起打包）。

**独立创业公司也有一个常见误区**，这些公司可能已经度过了从**1到10**阶段，即自己确实有一批忠实的付费客户。但在从**10到100**阶段时，面临一个营销投入**ROI**过低问题，即新获客效率低，或者大量获客大量流失的问题。

曾经接触过一个创业公司案例，其有很多客户会主动找上门，但存留下来并保持月活的比例很低。这些特征都可认为是未达到“雪球有机滚动”状态。估计产品体验、客户旅程与客户成功等环节皆存在不足。但**客户会主动通过官网找上门**，也反映了所解

## 来自罗宾的消息 Message From Robin

决的问题是存在的，只是目前的产品方案解决得不够好。

无论是滚雪球还是产品创新，现实世界里很多事情感觉是相通的，蛮有意思。

感谢「罗宾 5G 知识社群」读者的充分支持，希望月度选编这个小册子也有助于你的思考，也欢迎反馈你的意见和建议。

每天五分钟， Think with Robin

Robin

罗宾 5G 知识社群 (R5G)

滚雪球

---

# 从 0 到 1，初始内核要坚固

---

# 从 1 到 10，外力有效注入

---

# 从 10 到 100，形成有机滚动

---

# 最后，雪球效应形成

---

# 常见误区

---

# 目录 Contents

## #1 电信行业及 5G 技术

---

国信证券对中国移动未来三年收入的预测	16
BT（英国电信）旗下 EE 5G 用户发展进入快速通道	17
中国大陆 5G 无线网络在全球的占比	18
5G CAPEX 的大类构成	19
5G 2B 商业化 case（一二线运营商调研）	20
从 IP 骨干网传输角度看：2C 流量 vs. 2B 流量	21
欧洲各运营商移动网络流量的价格（每 GB）	22
三大运营商近年资本开支及 5G 占比	23
蜂窝物联网设备预测 2030	25
运营商的付费电视和视频服务预测	26
北美企业对 5G 广域网在企业应用的调研	27
5G 网络指标与运营商满意度	28
家庭固定宽带的用户使用行为	29
中国三大运营商的 IDC 收入	30
美国的固定宽带市场 2019~2025	32

# 目录

## Contents

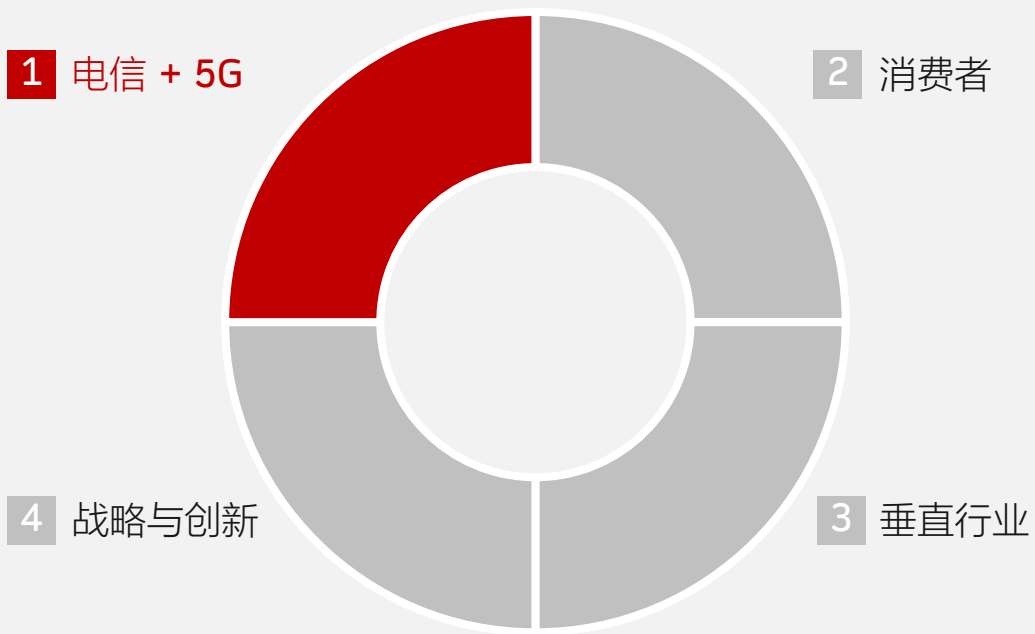
正在崛起的千兆固定宽带接入	33
5G AR/VR 收入空间 2026	34
5G IoT 在整个蜂窝物联网的百分比	35
亚洲固定宽带市场用户 2021Q1	36
中国 IDC 收入市场份额	37
<b>#2 消费者</b>	
<hr/>	
观看游戏直播的方式选择	39
Disney+ 流媒体业务订阅用户继续保持高增长	40
中国智能语音系统市场份额 2021H1	41
苹果 AppStore Top 10 应用的大小：五年长了四倍	42
B 站不同视频类型的观看量分布	43
Viacom 流媒体用户用户大增	44
视频网站内容成本占收入的比重	46
2021 年上半年移动广告投放概述	47
AR 头显的平均售价预测	48
游戏业务的充值流水与广告支出	49

# 目录 Contents

中国可穿戴设备出货量 2021Q2	51
<b>#3 垂直行业</b>	
凯捷咨询调研，垂直行业对 5G 部署的倾向性	53
制造业对蜂窝局域网和 4G/5G 专网的需求	55
农业科技独角兽 Indigo Agriculture	56
生鲜电商的市场规模	58
煤炭在现代社会的应用场景变迁	59
全球能源转型的投资	60
中国新能源车销量预测 2025	62
加州自动驾驶路测数据 2020 年玩家分布	63
美国便利店的商品销售额构成	64
中国智慧城市的投资空间	65
<b>#4 战略与创新</b>	
麦肯锡 T 型能力模型	68
全球 IoT 咨询业务的市场空间 2026	69

# 目录 Contents

全年 IaaS 市场份额变化	70
#经济学人# 创业公司融资新热点	71
全球消费者在应用商店的开支	72
越来越多程序员工作岗位在“远程 Remote”	73
半导体巨头 Nvidia 的收入结构	74
视频会议 Zoom 收入增长与 SaaS 服务的特点	75
腾讯的收入结构	77
Uber 应对疫情的业务结构变化算得上一个经典案例	78
美国 Top 移动支付 App 下载分布	79
AI 投资热度放缓	80
顽强的短信	81
成熟的 AI 营销应用列表	82
字节、腾讯和百度三大流量平台的广告投放行业对比	83
智能手机品牌份额回顾 2010 vs. 2020	84
一览概括 Apple 市值 2.5 万亿美元之路	86
此起彼伏，疫情后几只代表性股票的变化	87
领导者的直觉	89



# 国信证券对中国移动未来三年收入的预测

知识块  
#15QM7T

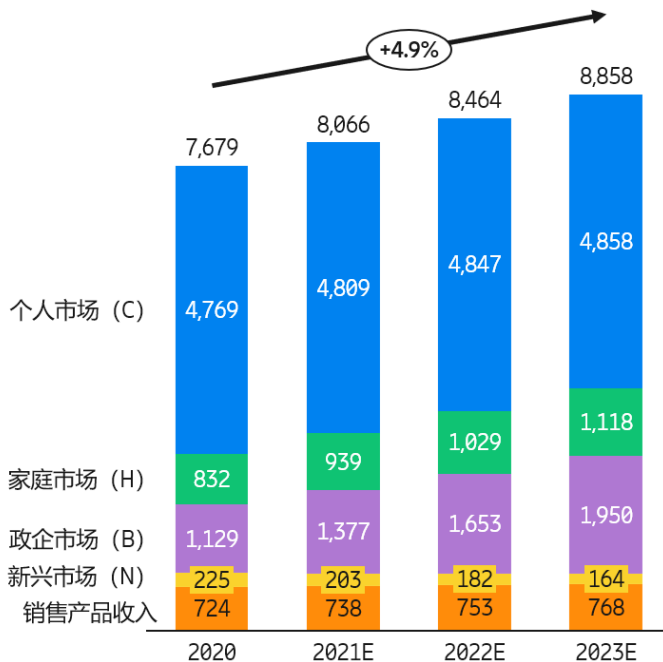
按照中国移动的业务板块划分，五大收入板块为：

(1) C - 个人市场；(2) H - 家庭市场；(3) B - 政企市场；(4) N - 新兴市场；(5) 销售产品收入（主要是手机终端等产品的销售）。

根据国信证券的研究，其认为中国移动未来三年会保持 **4.9%** 的复合增长率。政企市场和家庭市场有较大的增量空间，个人市场和销售产品微增，而新兴市场收入则会持续减少。

中国移动销售收入预测  
亿元

罗宾 5G 商业评论





# BT（英国电信）旗下 EE 5G 用户发展进入快速通道

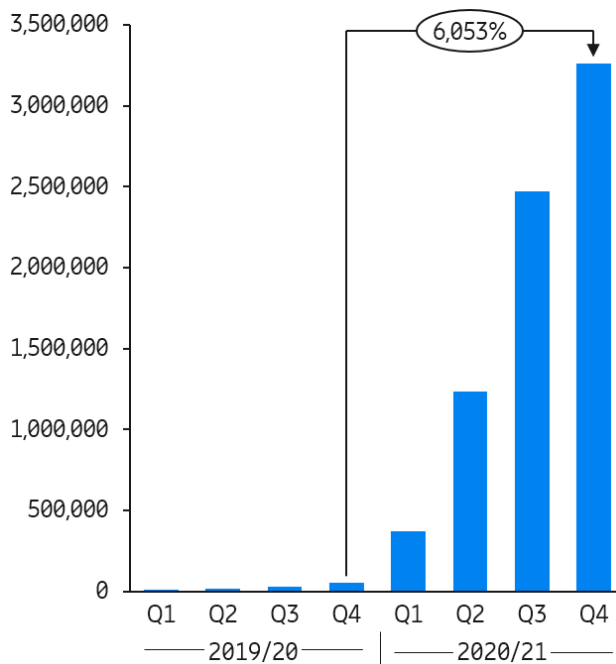
知识块  
#T3C2Z6

BT（英国电信）旗下的移动品牌 EE 2019年5月在英国上市 5G 业务。过去四个季度开始，EE 的 5G 用户发展进行高速阶段。

注：EE (Everything Everywhere) 原本是 T-Mobile UK 和 Orange UK 在 2010年合并而来；2016年 BT（英国电信）花费 125亿英镑收购了 EE。原德国电信（T-Mobile）和法国电信（Orange）分别转持 BT 的一定股份。

5G Ready Connections  
用户数

罗宾 5G 商业评论



#STL Partners

# 中国大陆 5G 无线网络在全球的占比

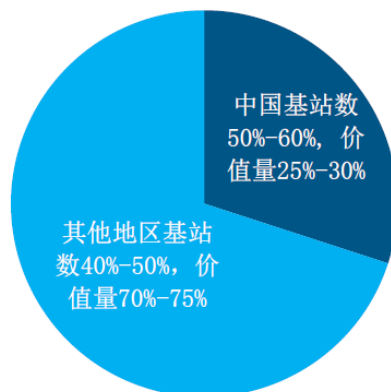
知识块  
#B4KE79

中国大陆正在引领全球 5G 网络的建设浪潮。根据研究机构 Dell'Oro 的判断：

从基站数量看，中国大陆将贡献全球总量的 50~60%。

从基站销售价值看，中国大陆将贡献全球总量的 25~30%。

## 中国大陆地区与全球其他地区 5G 无线网市场空间



资料来源：Dell'Oro，中国银河证券研究院

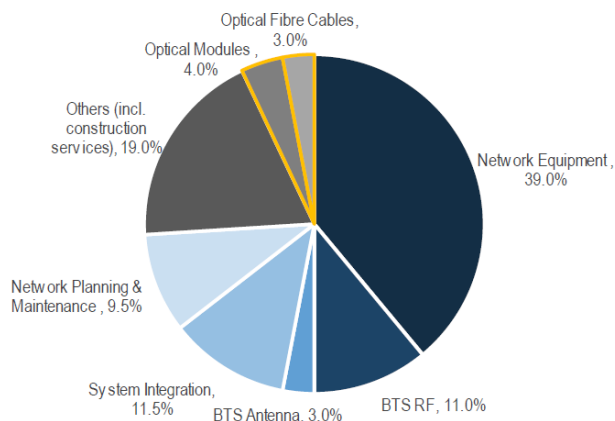
#银河证券

# 5G CAPEX 的大类构成

知识块  
#CHKRUQ

Credit Suisse 的一项研究，估算了 5G 网络的投资（CAPEX）构成：

- (1) 网络设备 39%
- (2) 基站射频单元 11%
- (3) 系统集成 11%
- (4) 网络规划与维护相关 9.5%
- (5) 光模块 4%
- (6) 光纤线缆 3%
- (7) 基站天线 3%
- (8) 其他（施工服务等）19%



#Credit Suisse

# 5G 2B 商业化 case (一二线运营商调研)

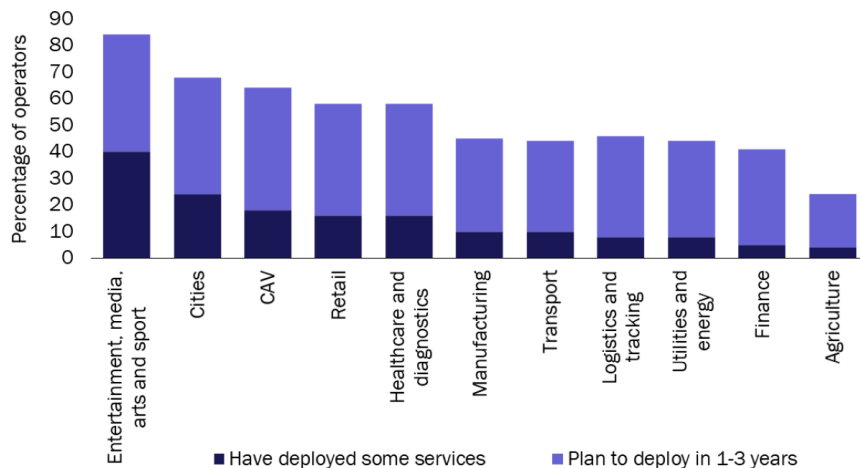
知识块  
#YAFKTE

Analysys Mason 对来自全球一二线电信运营商进行了调研，围绕调研对象所在运营商已经开发和未来 1-3 年打算开展的 5G 2B 行业业务。

排名靠前的前三位是：

- (1) 娱乐、媒体和赛事运动；
- (2) 智慧城市；
- (3) 智能汽车及自动驾驶（Connected and Autonomous Vehicle, CAV）。

Figure 2.1: Commercial deployment of 5G B2B services by MNOs as of 4Q 2020, and plans to deploy in 1-3 years, by industry sector. Source: Analysys Mason's survey of 78 Tier-1 and Tier-2 mobile MNOs (4Q 2020)



#Analysys Mason

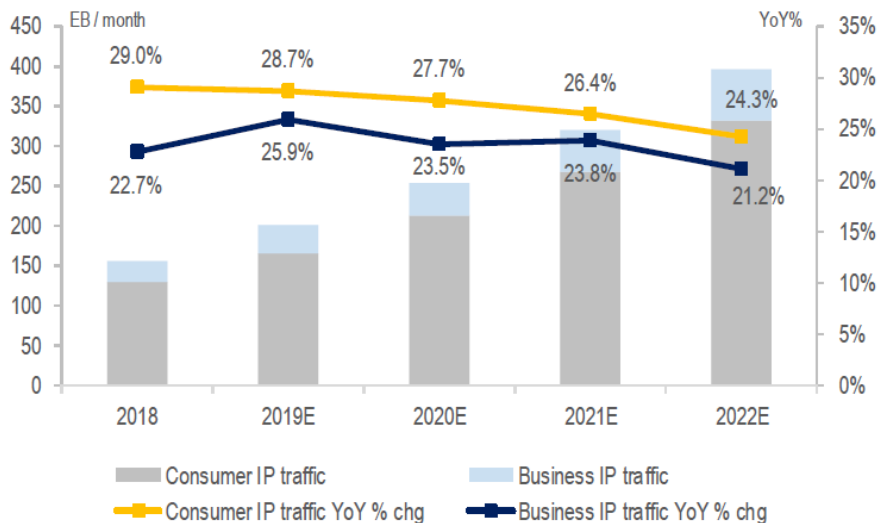
# 从 IP 骨干网传输角度看：2C 流量 vs. 2B 流量

知识块  
#ALFTQE

Cisco VNI 从 IP 网络传输角度，估算了全球 2C 消费者业务的流量和 2B 企业业务的流量。

增幅基本都保持在 20~30% 之间，同时 2C 流量增幅普遍比 2B 高。

**Figure 15: Consumer IP traffic growing at a faster speed vs business, driving 83-84% of the global IP traffic**



Source: Company data, Cisco, Credit Suisse

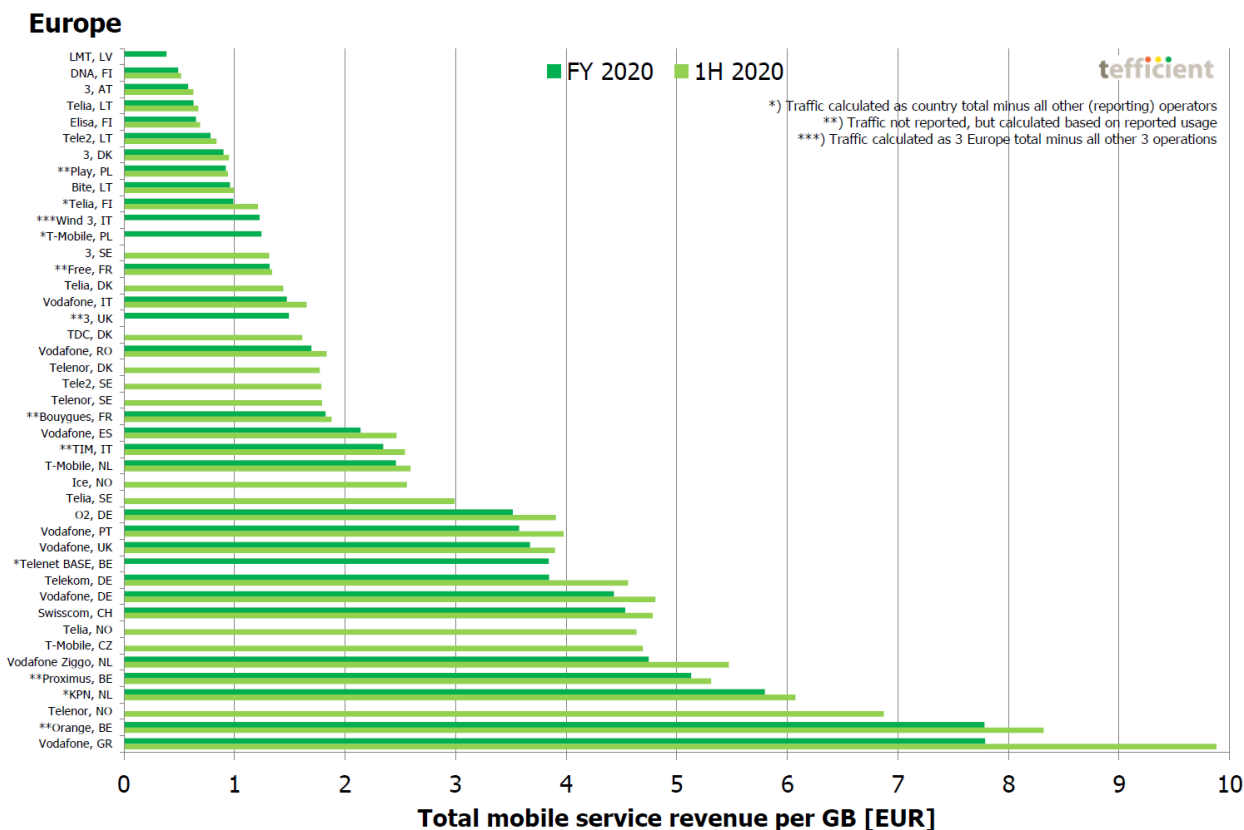
#Credit Suisse

# 欧洲各运营商移动网络流量的价格（每 GB）

知识块  
#VY3C9K

基于 Tefficient 咨询公司的研究，欧洲运营商的移动网络流量呈现很多的价格差别。有大约 20% 的运营商每 GB 流量收入在 1 欧元以下，也有 10% 以上运营商在每 GB 流量 6~8 欧元以上。差别在 6~8 倍以上。

注：数据源自 Tefficient 根据用户使用量和收入的推算，不是套餐销售价格。



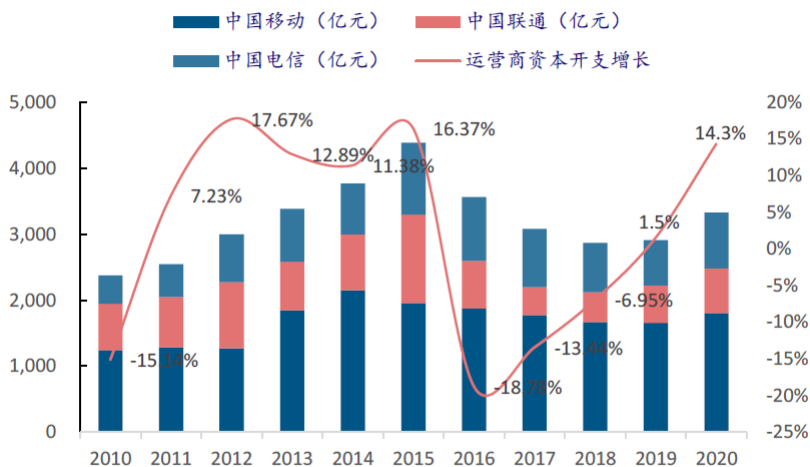
# 三大运营商近年资本开支及 5G 占比

知识块  
#UBK96Q

2020 年三大电信运营商资本开支合计为 3,330 亿元，同比增长 14.32%。5G 投资方面，中国移动（1025 亿元）、中国电信（392 亿元）和中国联通（340 亿元），三大运营商 5G 资本投入占全年资本开支比例超过 50%。

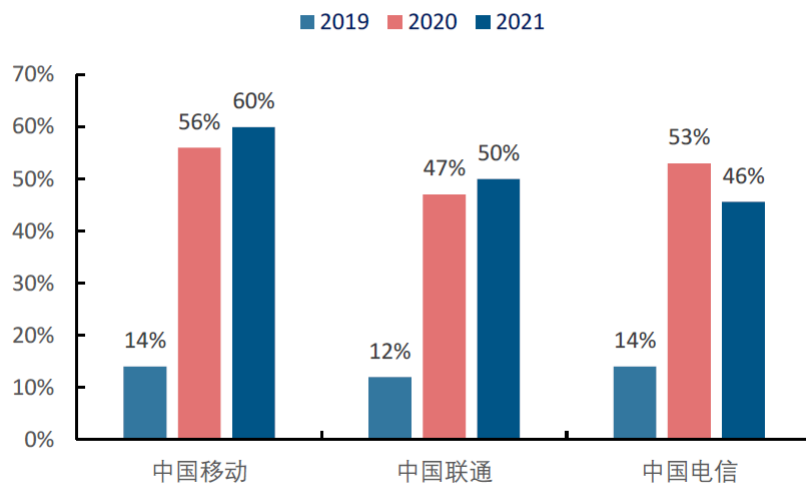
根据银河证券的研究，中国移动、中国电信、中国联通 2021 年 5G 相关资本开支预计为 1100 亿元、397 亿元和 350 亿元，分别较 2020 年同比增长 7.32%、2.94% 和 1.28%。

## 中国三大运营商资本开支（亿元）



资料来源: IHS Markit, 中国银河证券研究院

## 中国三大运营商 5G 投资占比



资料来源: IHS Markit, 中国银河证券研究院



# 蜂窝物联网设备预测 2030

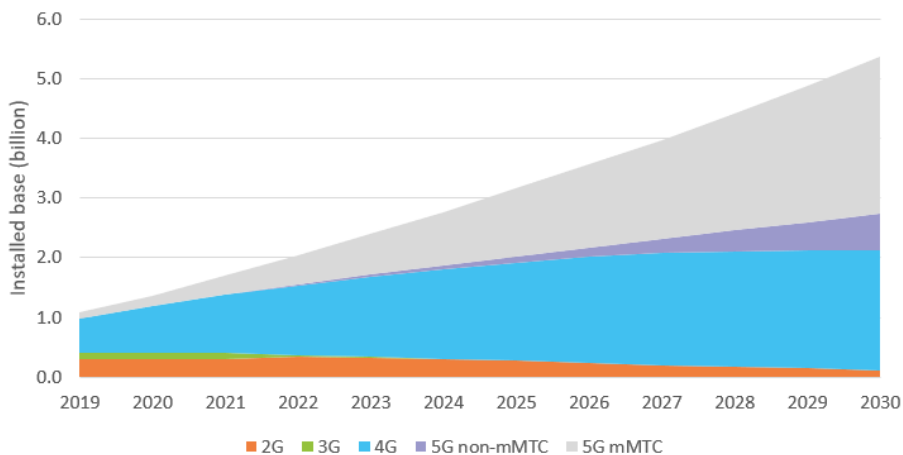
知识块  
#YH6TLD

Transforma Insights 预测蜂窝物联网设备的总数将从 2019 年底的 10 亿增加到 2030 年底的 54 亿。

市场增长的很大一部分将归因于 LTE-M 和 NB-IoT 的数量增长，  
随时间推移，这些低功耗广域网（LPWA）技术将归类到 5G mMTC。

从目前开始，物联网（IoT）连接逐渐要分化，应对不同的技术指标需求。中低速物联网连接与高速物联网连接的差别定位逐渐被市场认知。

Figure 1: Global cellular IoT connections 2019-2030 [Source: Transforma Insights, 2020]



#Transforma Insights

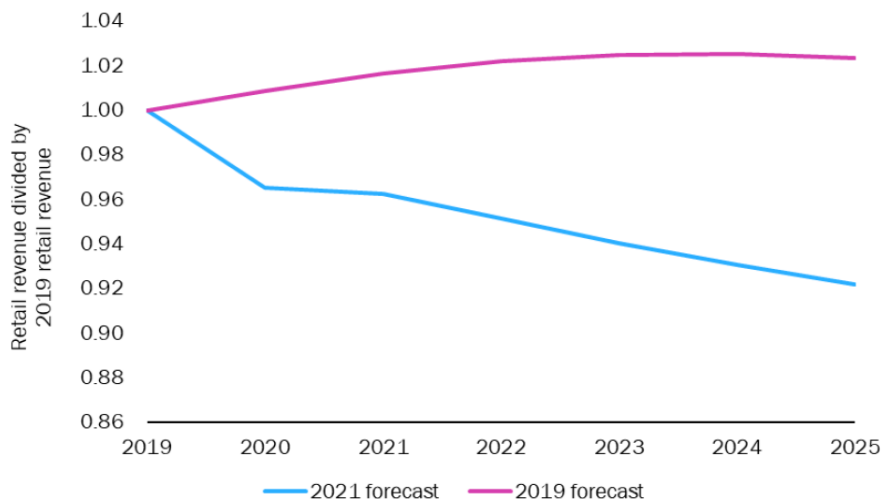
# 运营商的付费电视和视频服务预测

知识块  
#U2DGW1

疫情加速了消费者对电视和视频内容使用方式。一方面是传统影视内容上游通过 OTT 方式直接面向用户提供服务（例如：**Disney+**），另一方面，类似体育赛事暂停等对传统付费电视产生了负面影响。

**Analysys Mason** 调整了其预测，其认为 **2021** 起运营商 IPTV 和视频服务收入会持续下滑。

Figure 1: Retail revenue for operator TV and video services, 2019 and 2021 forecasts (1.00 = 2019 levels), worldwide, 2019-2025



#Analysys Mason

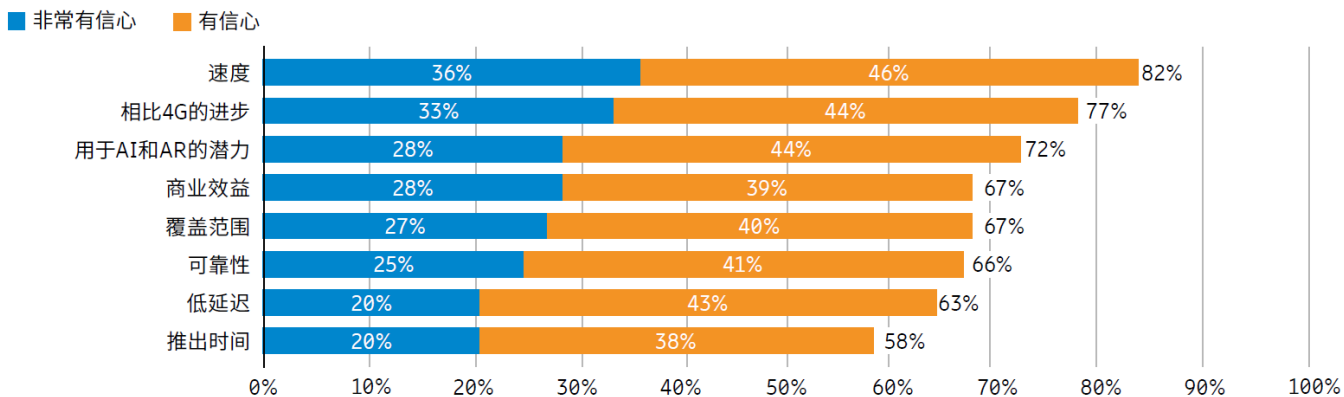
# 北美企业对 5G 广域网在企业应用的调研

知识块  
#EA8JKV

根据 Cradlepoint 和 IDG 针对北美企业客户的调研，围绕 5G 广域网在企业边缘的应用。受访者对当前和未来 5G 能力满怀信心。

注：Cradlepoint 是北美一家专业的企业无线网络边缘方案服务商，于2020年第4季度成为爱立信的一个独立部门。

图24: 受访者对当今和未来的5G能力满怀信心



来源: Cradlepoint 和IDG, “2020年无线广域网现状” (2020)。

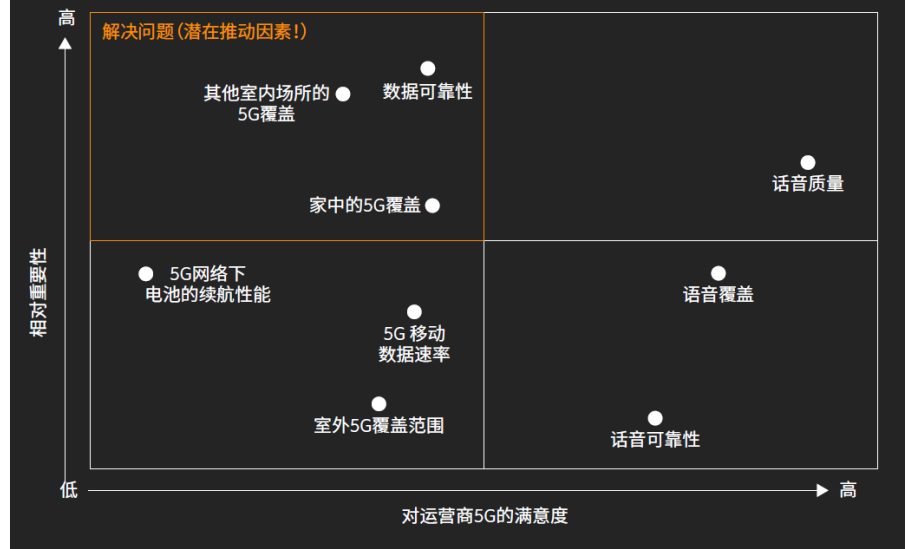
# 5G 网络指标与运营商满意度

知识块  
#NPZT7B

疫情推动了消费者大量时间在家中。爱立信消费者研究室针对多个国家的调研表明：**5G 室内覆盖**（家里、商场、还是酒店）比**5G 速率**和**电池续航时间**更重要。

韩国，多达一半的受访者对室内**5G 覆盖**不满意。中国台湾有**40%**的受访者也表示了同样的不满。澳大利亚**35%**的受访者表示满意，**24%**表示不满意。

图5：5G网络指标的满意度与重要性



#Ericsson

# 家庭固定宽带的用户使用行为

知识块  
#SLMYU1

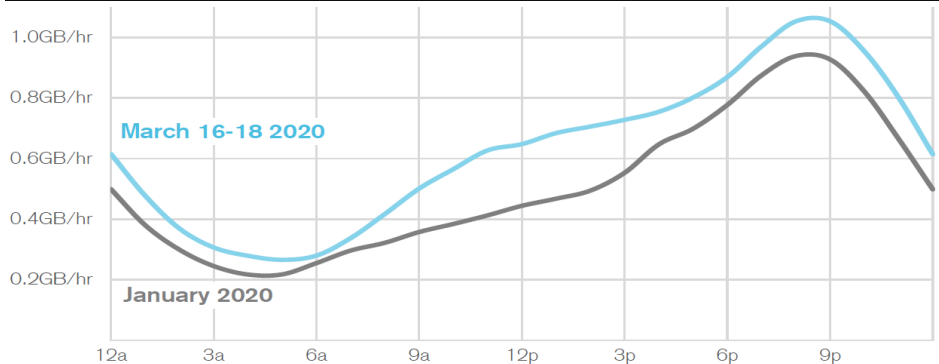
Credit Suisse 基于 Openvalult 的数据绘制了美国新冠疫情封城（Lockdown）前后，家庭宽带的使用对比。

这张图的新意是横轴一天24小时的时刻，纵轴每小时的流量使用。

可以看到峰值是在晚上九点左右，每小时消耗~1GB。

之前看过一个数据，美国家庭宽带平均每月使用 400GB。

**Figure 16: US household's average hourly broadband usage—a clear COVID-19 surge**



Source: Openvault Broadband Index. OpenVault is a technology solutions and industry analytics provider for broadband operators

#Credit Suisse

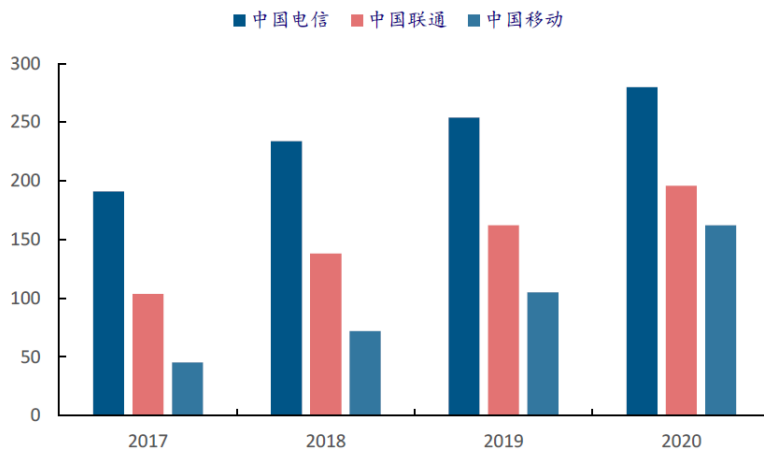
# 中国三大运营商的 IDC 收入

知识块  
#GV3WMB

与美国市场不同，中国三大电信运营商是 IDC 市场重要参与者。2020 年国内三大电信运营商 IDC 业务总收入为 638 亿元，同比增长 22%。对比增长乏力的消费者移动业务，IDC 的增速算相当之高了。

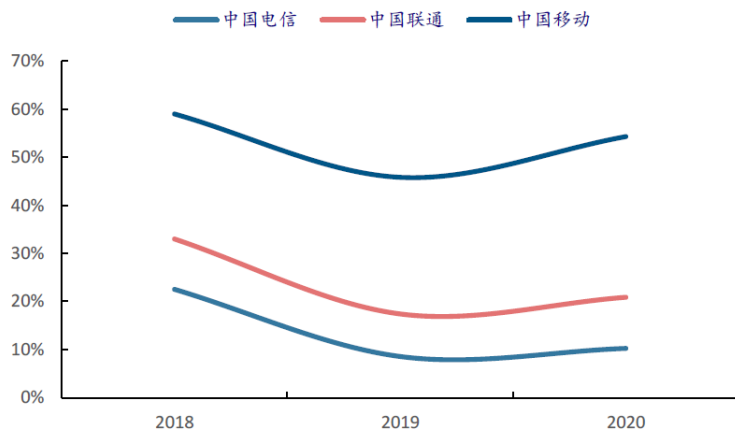
其中，中国电信 IDC 业务体量较大，中国移动 IDC 业务收入增长较快，IDC 业务收入增速为 54%。

## 三大运营商 IDC 收入 (亿元)



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

## 三大运营商 IDC 营收增速



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

#银河证券

# 美国的固定宽带市场 2019~2025

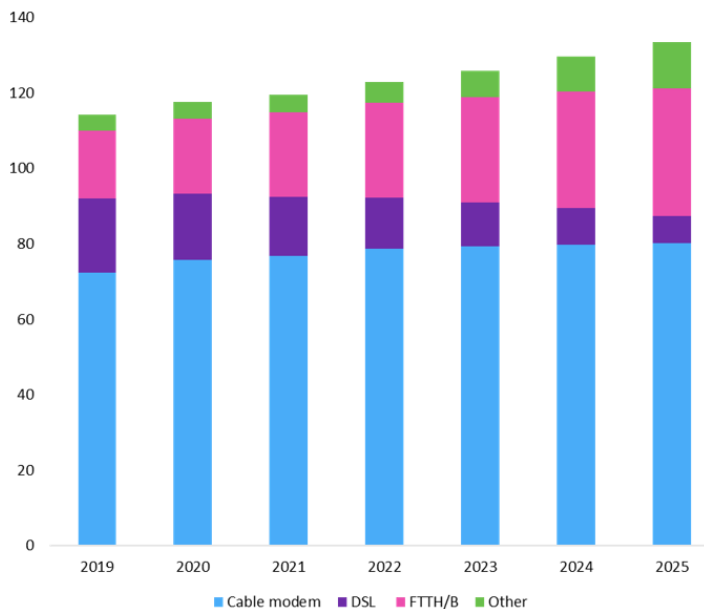
知识块  
#7AXZYS

截止到 2020 年底，美国固定宽带用户接近 1.22 亿，其中三分之二（61%）是基于广电有线网络（Cable Modem），主要服务商为 Comcast, Charter 和 Cox Communication。

2020 年，FTTH/B 仅占固定宽带用户的 16%，预计到2025年，这一数字将增长到 23%。这一趋势主要来自 AT&T、Verizon 等运营商的驱动。

一些运营商也在寻求 5G FWA（固定无线接入），用以针对 FTTx 和广电有线网络覆盖不到之处。

US fixed broadband subscriptions by technology, 2019–25 (millions)





# 正在崛起的千兆固定宽带接入

知识块  
#GLSVY8

中国的光纤宽带已经很高的入户率（93% 以上），和韩国一起成为全球唯二的高速宽带高渗透率国家。

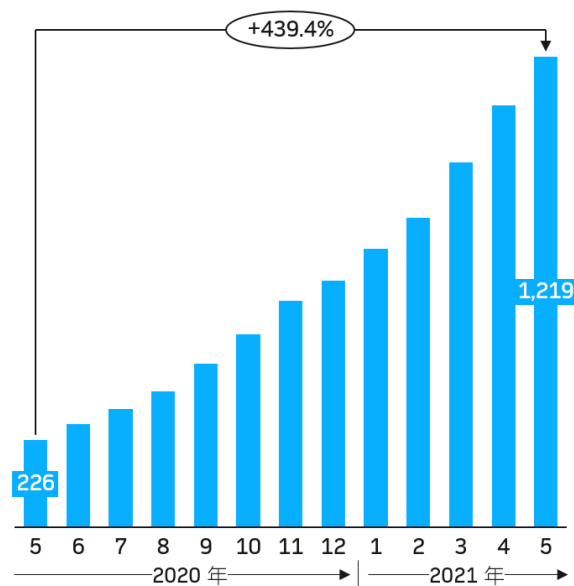
自 2020 年起，1000M（千兆）宽带接入正在迅速成为以一个新的品类。对比 2021 年 5 月和 2020 年 5 月，年度增幅达到了 439.4%，用户数达到了 1,219 万户。

如此高速率的接入网意味着什么？从业者应该抓住哪些机会呢？

(1) 应用商可能需要打造下一代应用；(2) 电信网络服务商则要考虑如何去更加货币化的体现价值。

千兆固定宽带接入  
万户

罗宾 5G 商业评论



#工信部

# 5G AR/VR 收入空间 2026

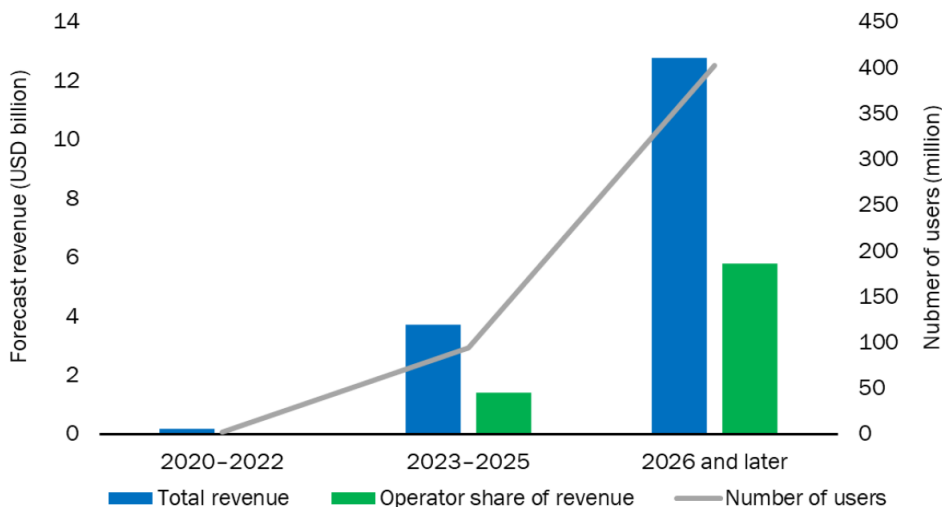
知识块  
#VED4SY

截止到 2020 年底，VR 头显约有 240 万部；有分析指出到 2026 年这个数字会增至 4 亿部。

移动运营商可利用 AR/VR 需求来驱动额外的 B2B 连接收入，其中一些机会将涉及与设备提供商、应用程序开发商和内容提供商等合作伙伴的收入分成合作。

Analysys Mason 预计从 2020~2026 年 5G AR/VR 的总收入将以 85% 的复合年增长率增长至 127 亿美元。运营商有机会获得近 60 亿美元的收入。

Revenue from 5G-enabled AR/VR, and the share taken by MNOs, 2020-2026 and later



#Analysys Mason

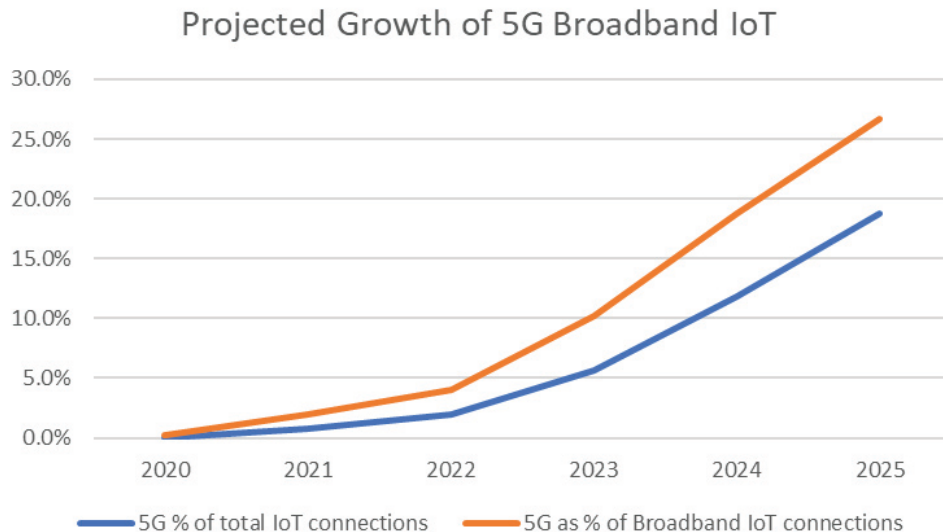
# 5G IoT 在整个蜂窝物联网的百分比

知识块  
#BPQYAC

IoT 物联网的“物”可以有很多种定义。从网络连接角度，主流的两个方向是窄带 IoT 和宽带 IoT。前者通常数据流量很小，更强调低功耗，终端可三年以上不换电池等。

5G IoT 则是代表性的宽带 IoT，特点是大带宽和高性能。基本用 5G IoT 的设备都是比较智能化的设备，比如：各种基于视频的 IoT 设备。

附图是研究机构 Beecham Research 的观点，其认为到 2025 年，5G IoT 可以占据所有蜂窝 IoT 的 18~19%；在宽带 IoT 中，5G IoT 可以占到 26~27%。



#Beecham Research

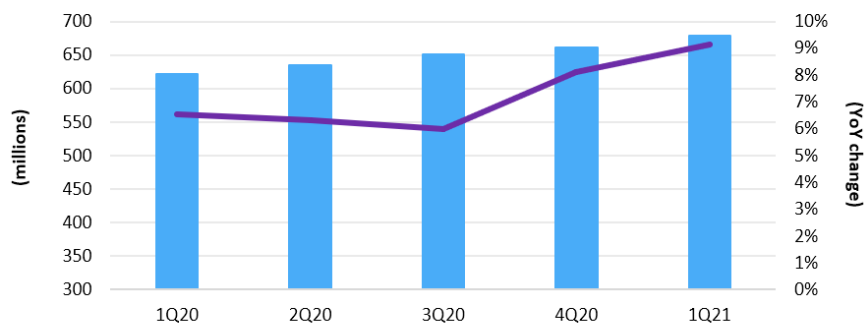
# 亚洲固定宽带市场用户 2021Q1

知识块  
#DT826K

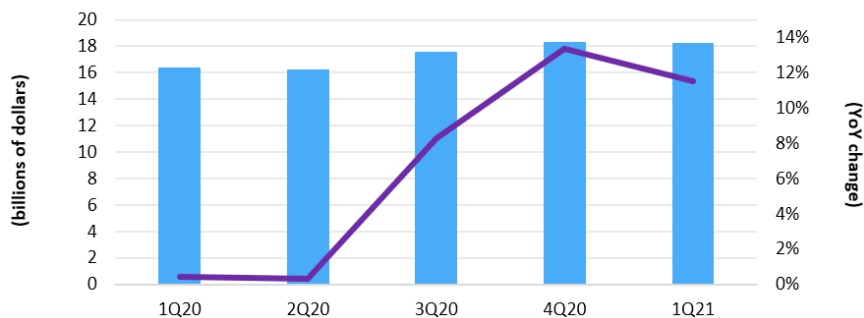
根据 OMDIA 的数据监测，亚洲范围内固定宽带的发展处于良好态势。2021Q1 的用户数同比增长了 9% 以上，收入同比则实现了两位数。

和移动业务不同，有相当多地区的固定宽带覆盖率是较低的，可认为是一个非饱和市场。

Fixed broadband subscriptions, Asia, 1Q20-21



Fixed broadband service revenue, Asia, 1Q20-21



# 中国 IDC 收入市场份额

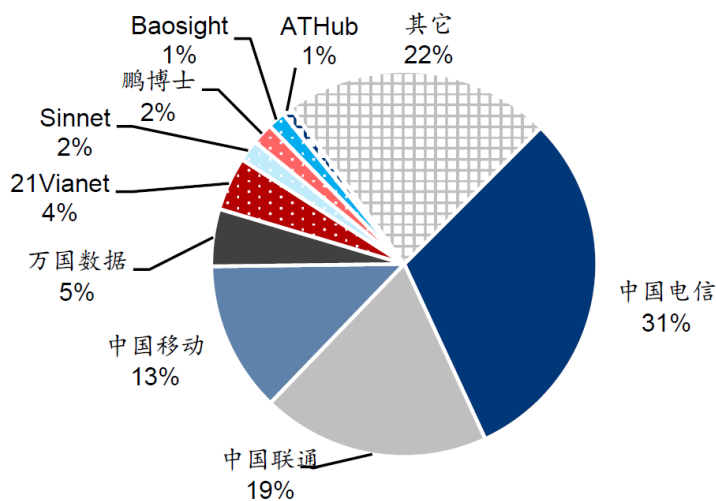
知识块  
#8W1Q9P

附图是华泰证券基于信通院数据而绘制，中国 IDC 服务的市场份额。

三大运营商占据了很大比例的份额（合计 63%）处于第一梯队，万国数据、世纪互联等位居第二梯队。

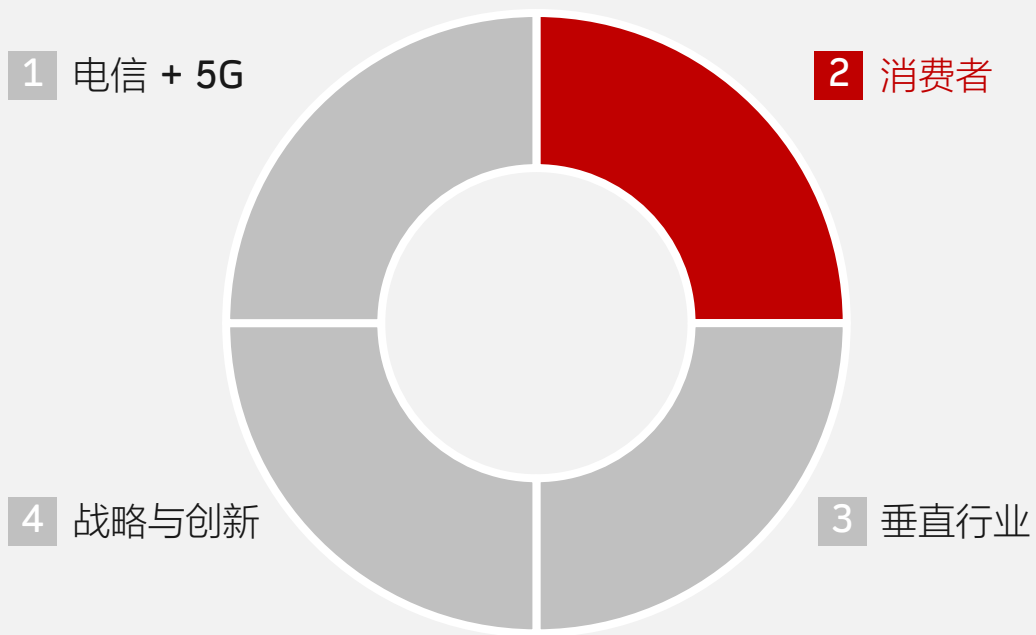
几大头部互联网都有庞大的数据中心，但目前基本以云服务方式对外销售，此处不包含。

中国 IDC 市场份额 (2019 年)



资料来源：中国信通院、华泰研究

#华泰证券



# 观看游戏直播的方式选择

知识块  
#SBJ3YV

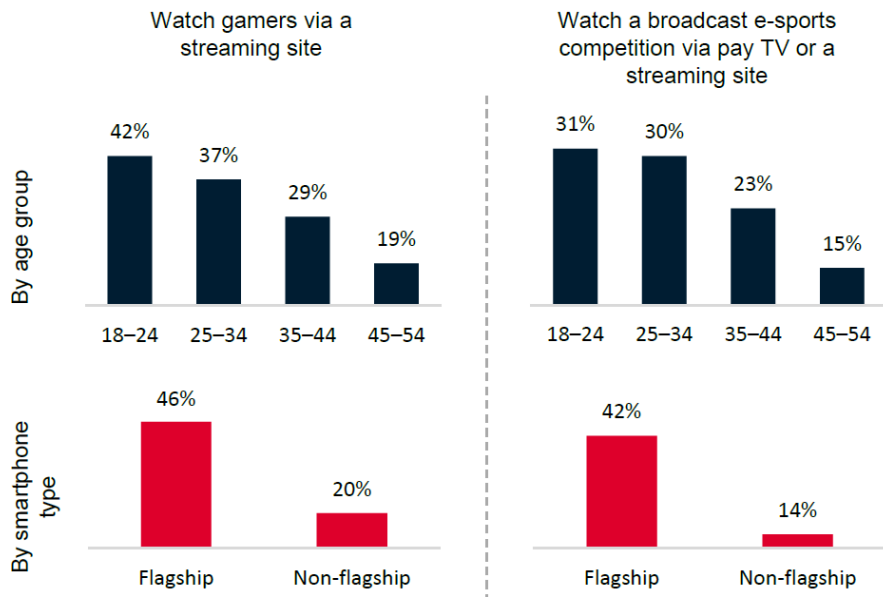
GSMA 的一组调研，针对游戏直播的方式选择。

从年龄分布看，专业游戏站点、付费电视和流媒体基本分布趋同。

从终端选择看，旗舰机型的占比普遍很高。

可以得出一个结论：喜欢看游戏直播的人，很大比例会选择智能机的旗舰机型。

## Adults watching live gaming at least once a week on any device (percentage of respondents)



"Please indicate how often, if at all, you watch video feeds of video games being played online, either on a stream from gamers or on a broadcast of an e-sports competition"

#GSMA

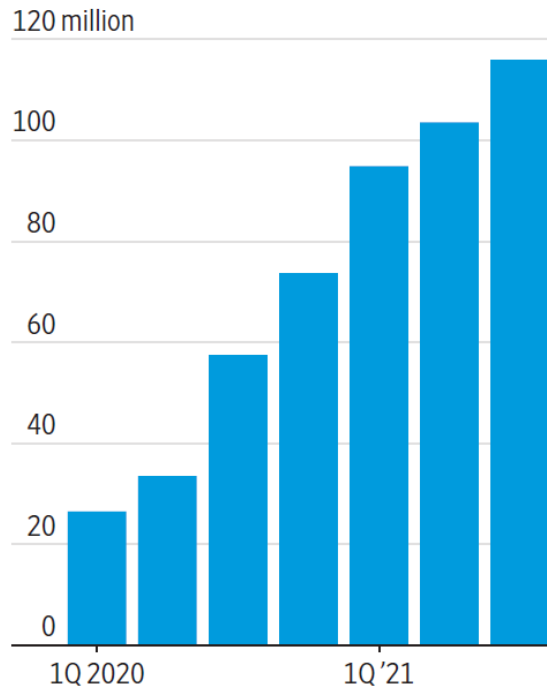
# Disney+ 流媒体业务订阅用户继续保持高增长

知识块  
#SYTM79

疫情前，迪士尼集团启动了 **Disney+** 品牌的付费流媒体业务，直接面向消费者。对比之前，迪士尼工作室丰富的内容是通过传统电视网或者其他中间平台来传递。

回顾近两年的季度发展数据，**Disney+** 趋势非常不错，最新的数字已经到 **1.16 亿** 户。算得上是新崛起的 OTT 视频中的标杆。

## Disney+ subscribers at end of quarter\*



#WSJ

Note: Disney's fiscal years end early October.  
Source: the company



# 中国智能语音系统市场份额 2021H1

知识块  
#HMTWVE

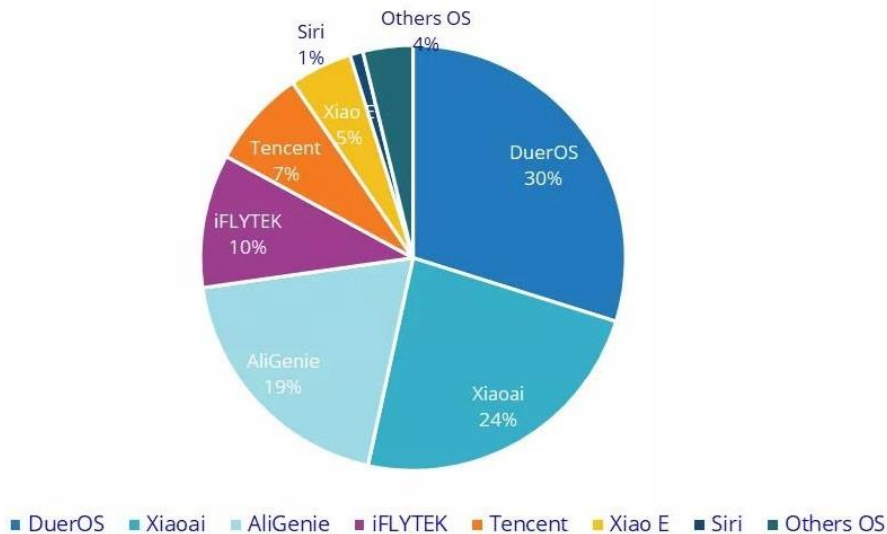
IDC 发布了中国智能语音系统（含智能音箱、各种语音 App）2021 年上半年的市场份额数据。

Top 3 是百度（DuerOS, 30%）、小米（小爱, 24%）、阿里（AliGenie 天猫精灵, 19%）。

排名靠后的科大讯飞、腾讯、华为（小艺）、甚至 Apple Siri 也各有优势。

目前呈现多头并进的局面，并未出现一家头部独揽市场的状态。

中国智能家居智能语音系统份额,2021H1



#IDC

# 苹果 AppStore Top 10 应用的大小：五年长了四倍

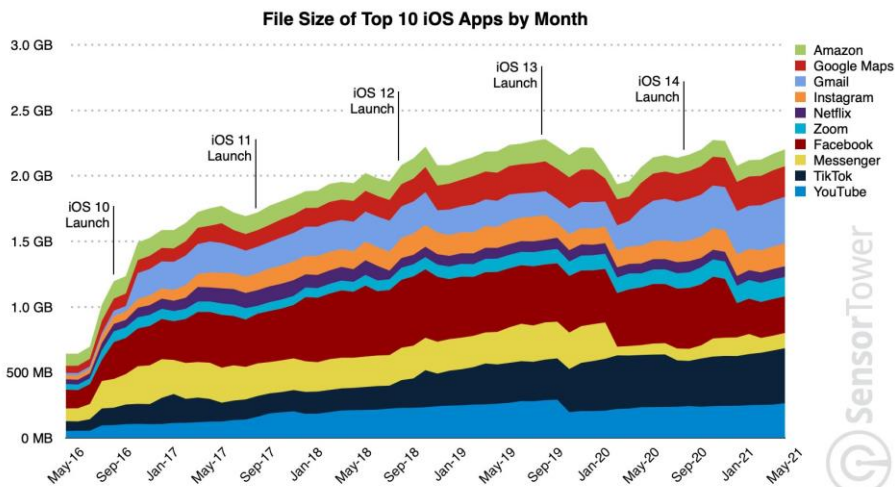
知识块  
#ZU568T

随着 iOS 每个版本的升级，以及开发商资深的功能和管理要求，应用程序的大小正在不断放大。

根据 Sensor Tower 的数据，美国 5 月份下载量排名前 10 的 iPhone 应用程序大小基本是五年前的四倍，需要 2.2 GB 的存储空间（仅应用程序，不包括安装后新产生的内容下载）。

从这个角度也看出网络升级的需求，五年前全球是 4G 网络，现在全球主要也还是 4G 网络。

如果网络不升级，而应用大小增长了四倍，（虽然下载只是典型行为之一）消费者感觉网络变慢也不奇怪了。



#Sensor Tower

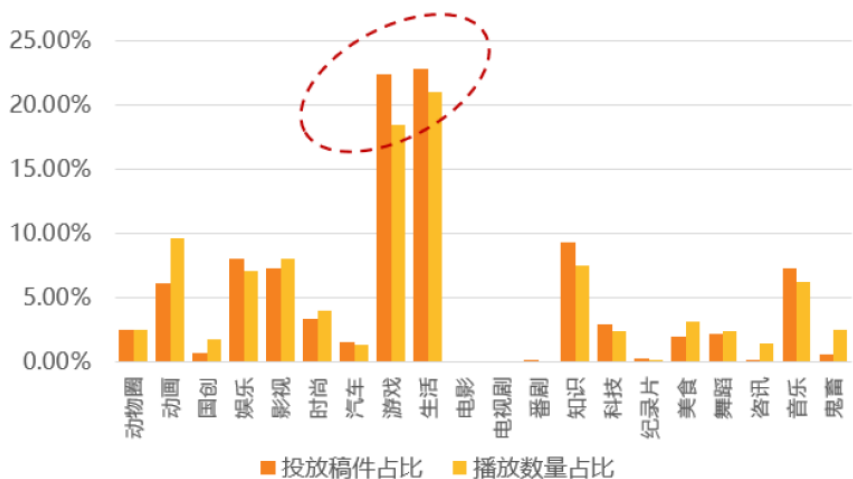
## B 站不同视频类型的观看量分布

知识块  
#AF9BYX

天风证券基于火烧云大数据，分析了 B 站不同视频类型的观看量分布。

游戏类和生活类位于第一梯队；动画、娱乐、影视、知识、音乐位居第二梯队。

### 近 30 日各分区投稿/观看量占比情况



资料来源：火烧云大数据，天风证券研究所

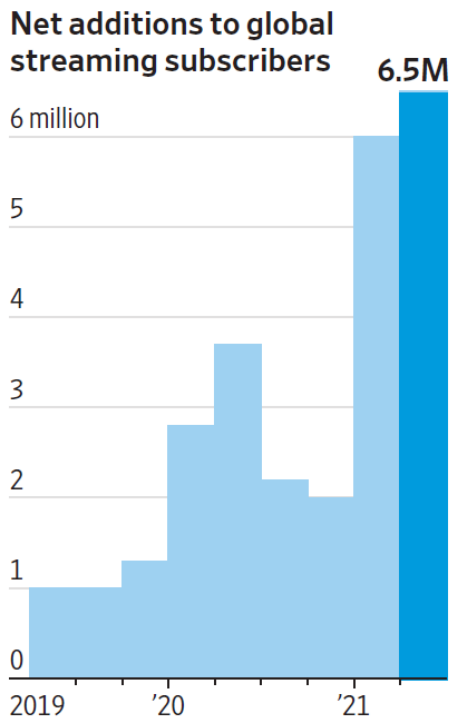
#天风证券

# Viacom 流媒体用户用户大增

知识块  
#CZN6TX

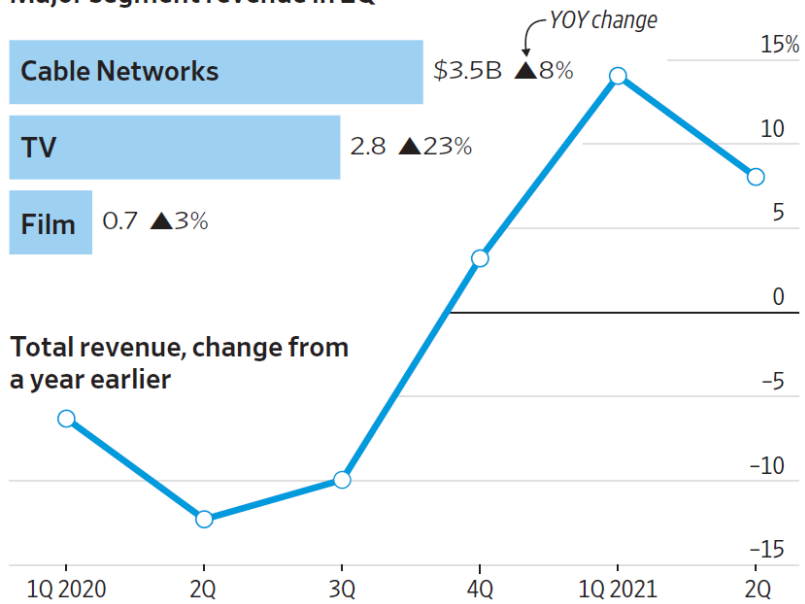
迪士尼 Disney+ 的成功正在引领更多老牌媒体内容企业的转型。美国另一个传媒巨头 Viacom 旗下 Paramount+ 也开始大量发展新用户。

通过与 Comcast 旗下 Sky TV 的合作, Viacom 在 2021Q2 获得了 650 万户流媒体订阅用户。



Source: the company

### Major segment revenue in 2Q



#WSJ

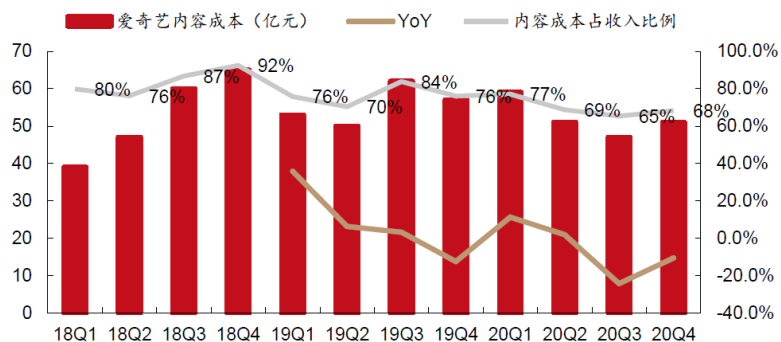
# 视频网站内容成本占收入的比重

知识块  
#5LK3UB

内容是视频网站的核心，也是花费成本最大的一块。

以爱奇艺为例，最高峰时内容成本可以占到收入的 **92%**。近年随着行业“限薪令”的落实以及视频网站自制比例的提高，内容成本占收入比重持续下滑。

图 27：爱奇艺 2020 年内容成本占收入比重持续下滑



资料来源：公司公告，西部证券研发中心

# 2021 年上半年移动广告投放概述

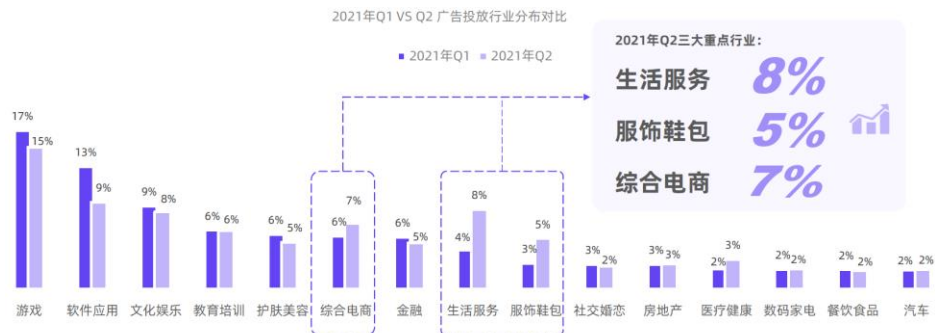
知识块  
#X9TFK1

根据 App Growing 的研究，2021 年上半年 App Growing 共监测到全网 8900+ 万条广告在投，上半年的广告投放数在4月份达到顶峰，当月共监测到 1600+ 万条广告在投。

游戏行业广告仍然占比最高，软件应用、文化娱乐、护肤美容、社交婚恋。而综合电商、生活服务、服饰鞋包、医疗健康则呈现上升态势。



数据来源: App Growing 专业的移动广告情报分析平台, 广告投放数仅统计移动广告投放数



数据来源: App Growing 专业的移动广告情报分析平台

#App Growing

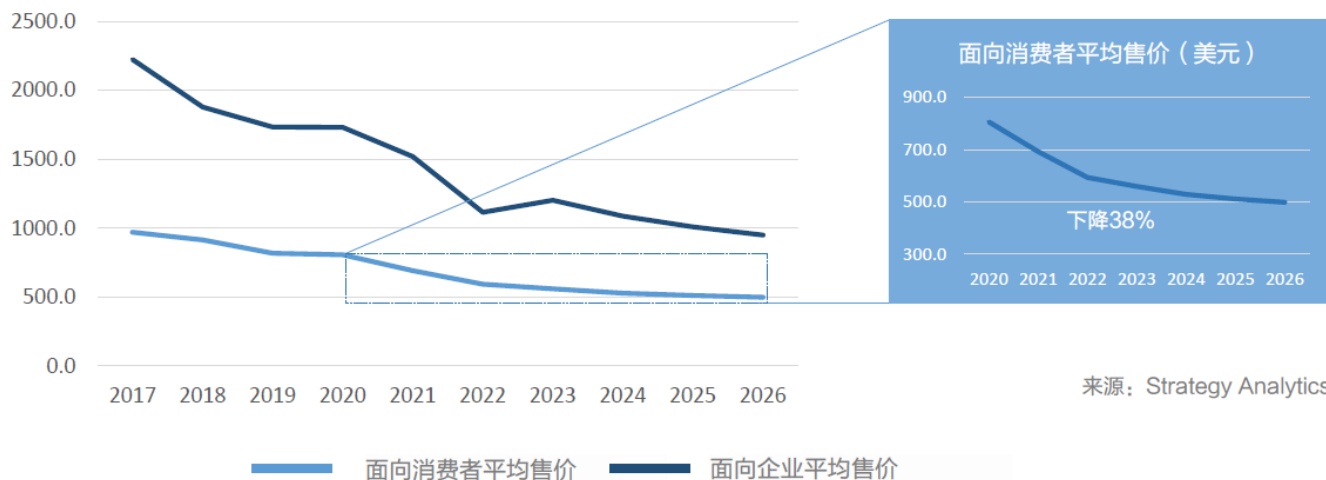
# AR 头显的平均售价预测

知识块  
#LQPY5E

目前 AR 头显以企业侧应用为主，单位价格贵，销售量低。  
**Strategy Analytics** 认为随着消费类 AR 头显的产生，价格有机会大幅降低。

对比，初代 **Google Glass** 功能有限，价格高达**1,500** 美元。  
**Magic Leap** 曾试图推出一款功能完备的独立设备来吸引消费者，但零售价高达**3,000** 美元。

## AR头显平均售价（美元）





# 游戏业务的充值流水与广告支出

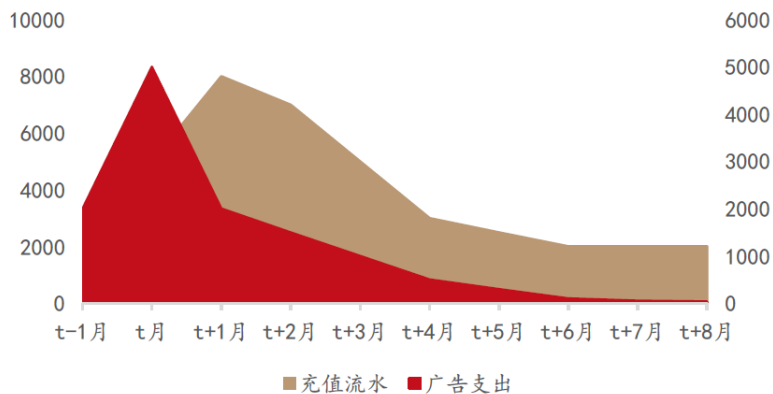
知识块  
#7AXZYS

游戏是各种广告平台的大客户，因为越来越多的厂商选择通过买量投放和品牌推广等方式进行游戏宣传。

西部证券展示了一个模型，对比了新游戏上线广告支出（买量）与充值流水（收入）之间的关系。

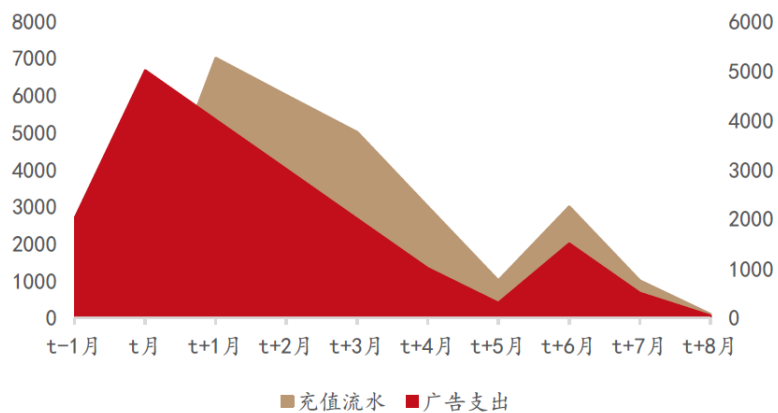
精品游戏后期买量成本被迅速削减，而低质量则持续依赖买量。

图 52：精品游戏后期买量成本将迅速被削减且生命周期较长



资料来源：西部证券研发中心整理

图 53：低质量游戏需要依靠买量不断刺激玩家短时间回流



资料来源：西部证券研发中心整理

#西部证券

# 中国可穿戴设备出货量 2021Q2

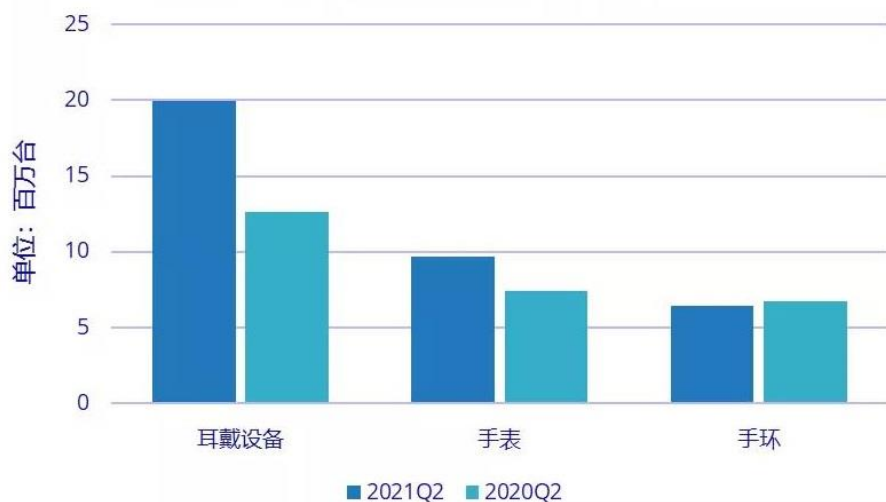
知识块  
#HMTWVE

IDC 咨询公司认为 2021 年 Q2 可穿戴设备出货量为 3,614 万台，同比增长 33.7%。

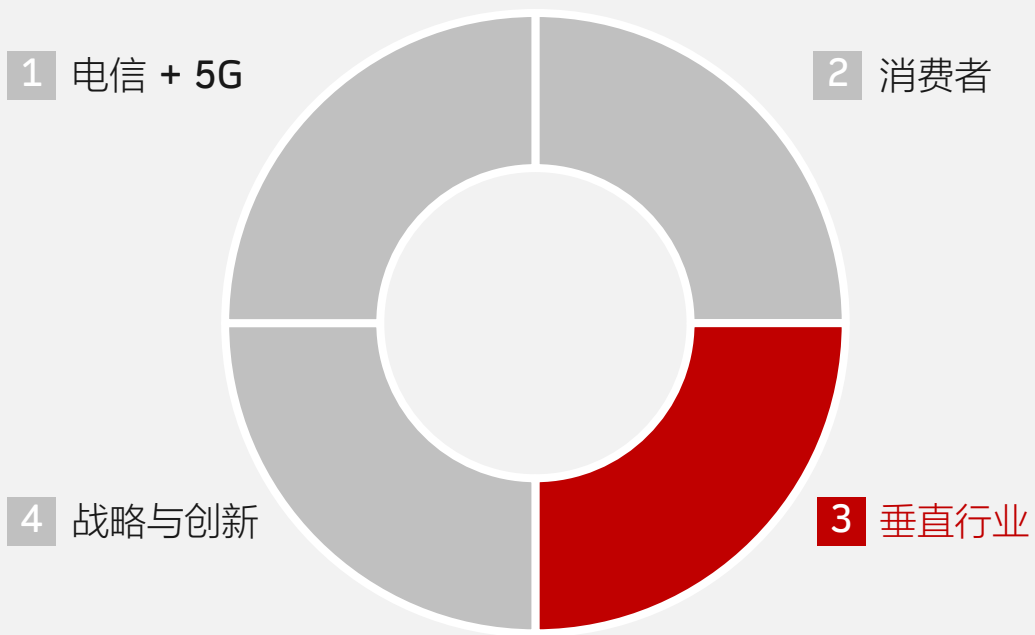
其中耳戴设备（TWS 耳机等）出货量为 1,996 万台，同比增长了 58.2%；手表 996 万台，同比增长 30.2%。手环出货量 641 万台，同比下降 5.0%。

同为可穿戴这个大赛道，耳戴、手表、手环分别呈现了各自的状态，有的产品蓬勃发展，有的日渐萎缩了。

中国可穿戴设备主要产品出货量，2021Q2 vs 2020Q2



#IDC



# 凯捷咨询调研，垂直行业对 5G 部署的倾向性

知识块  
#Y8L3PC

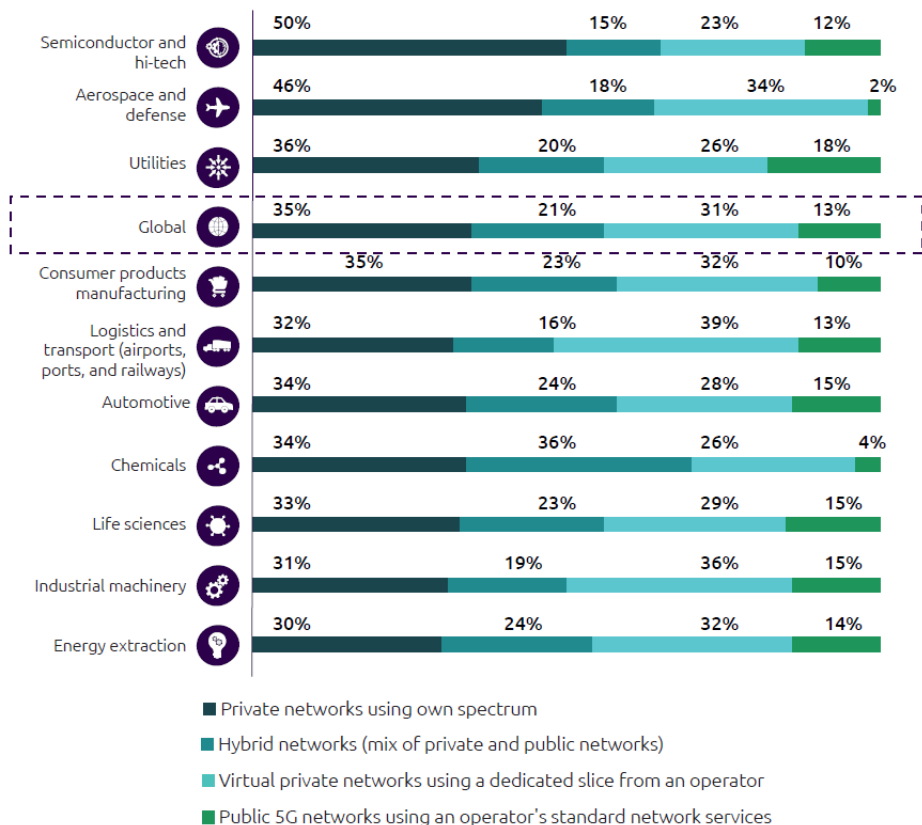
凯捷咨询 Capgemini 针对全球 1,000 名企业管理者（总监及以上）进行调研，了解对 5G 部署模式的企业选择倾向性。

凯捷归纳了四种典型模式：

- (1) 企业使用私有频率，部署 5G 专网；
- (2) 混合模式，同时使用 5G 公网和 5G 专网；
- (3) 使用虚拟专网（比如：5G 切片）；
- (4) 基于 5G 公网。

从调研反馈看，模式一（5G 专网 + 私有频率）是倾向性最强的选项；其次是模式三（5G 切片）。

## Which of the following is your organization's preferred model for 5G implementation?



**Source:** Capgemini Research Institute, 5G and edge in industrial operations survey, February–March 2021, N=1,000 industrial organizations that have adopted or are planning to adopt 5G.

#Capgemini

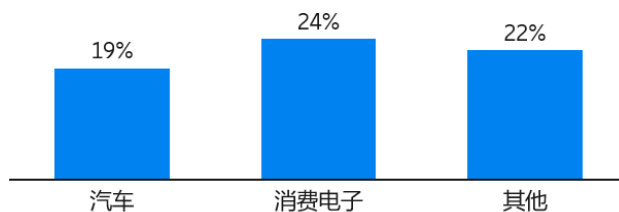
# 制造业对蜂窝局域网和 4G/5G 专网的需求

知识块  
#RXWQFB

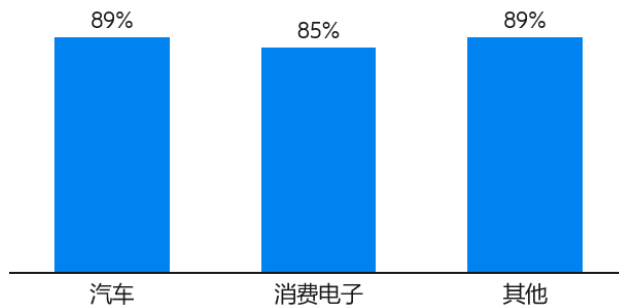
部分制造业对无线网络环境要求较高，需要借助蜂窝技术搭建局域网。GSMA 的研究表明，平均 22% 的调研企业有此类需求。进一步，如果企业有此类需求，80% 以上的调研对象认为会建设局域专网（4G LTE 专网，5G 专网）。

制造业蜂窝局域网覆盖需求调研  
有需求的企业（百分比）

罗宾 5G 商业评论



如果有需求，已经或者可能  
投资建设专网的比例（百分比）



#GSMA

# 农业科技独角兽 Indigo Agriculture

知识块  
#KSHLWP

农业领域正在吸引到越来越多的风险投资。根据 **WSJ** 报道，**2020** 年农业科技领域投入了 **60** 亿美金的风险投资。其中 **2013** 年成立的农业科技公司 **Indigo Agriculture** 累计募集到了 **11** 亿美金的资金。

**Indigo Agriculture** 最初是一家微生物制剂公司，销售经过微生物处理的种子。**2018** 年推出 **Indigo Marketplace** 数字平台，能够帮助买卖双方建立联系，提供一个更高效、透明的供应链。**Indigo Agriculture** 则负责种植者和购买者之间的谷物质量检测、运输和付款。

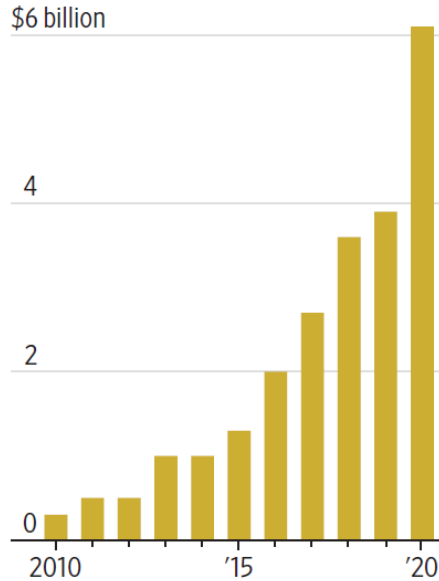
**Indigo Ag** 于 **2017** 年启动了巨大的数据收集设备 **Indigo Research Partners (IRP)**。IRP 被称为“世界上最大的农业实验室”。这是一个由传感器、无人机和卫星组成的全球网络，每天向 **Indigo Ag** 的波士顿总部发送一万亿数据点并进行分析。

#WSJ



Venture capital has poured into startups that use technology in agriculture.

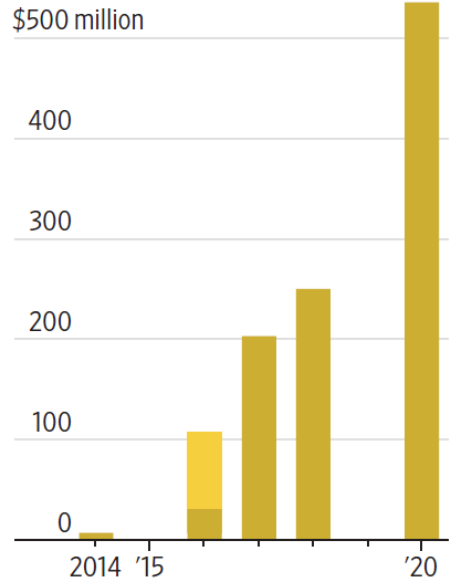
### Global VC investment in ag-tech startups



\*Two funding rounds took place in 2016  
Sources: PitchBook Data Inc., the company

Indigo Agriculture has raised more than \$1.1 billion from investors since its start in 2013.

### Funding rounds\*



#WSJ

# 生鲜电商的市场规模

知识块  
#97UVLC

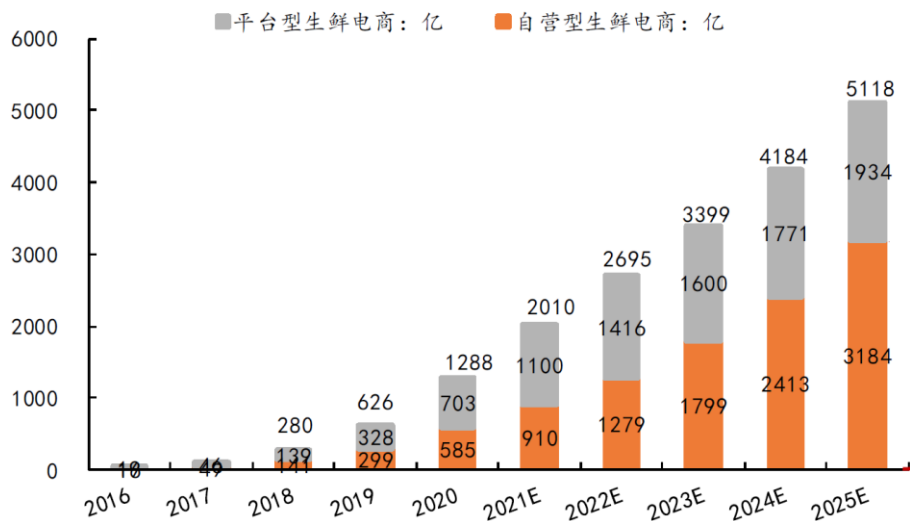
从经营模式看，生鲜电商可分为自营模式和平台模式。

自营模式，在居民区附近设置前置仓的形式提供小时达到家服务，例如：叮咚买菜、每日优鲜、美团买菜、盒马、永辉超市等。

平台模式，平台模式，商超小时达到家交易平台，例如：京东到家。

根据 CIC 咨询公司数据，2020 年生鲜电商规模 1,288 亿，其中平台型规模 703 亿，自营型 585 亿。预计 2025 年生鲜电商规模 5,118 亿，其中平台型 1,934 亿，自营型 3,184 亿。

## 生鲜电商分类及规模



# 煤炭在现代社会的应用场景变迁

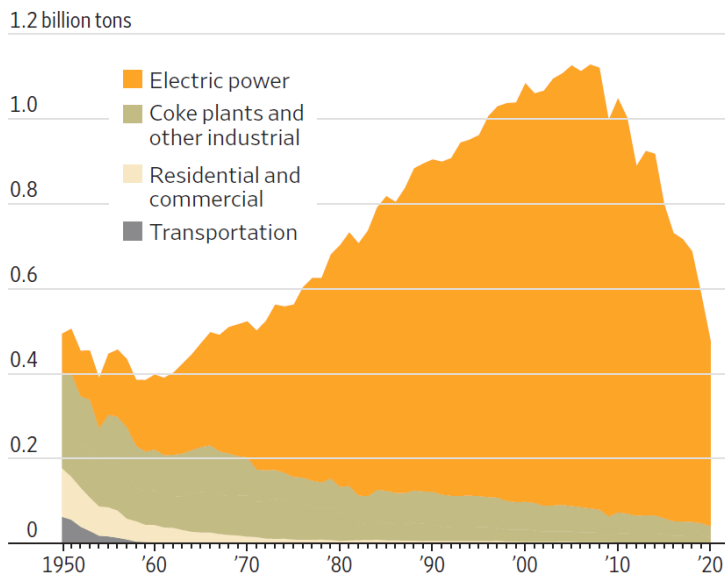
知识块  
#3CKHAR

读到一张很有趣的图表，WSJ 以美国市场为例，展示了 1950 年以来，煤炭在美国的应用场景。

1950 年煤炭最主要的应用场景是焦化厂等工业应用，还有就是居民和商用楼宇（取暖做饭之类），以及部分交通运输。铁路电气化之前，煤炭是火车前进的主要动力来源。

1950 ~ 2008 年前后，煤炭的最大应用场景是发电。随着新能源、天然气以及核能的兴起，煤炭在发电的应用也日趋减少。

U.S. coal consumption by major sector



Source: Energy Department

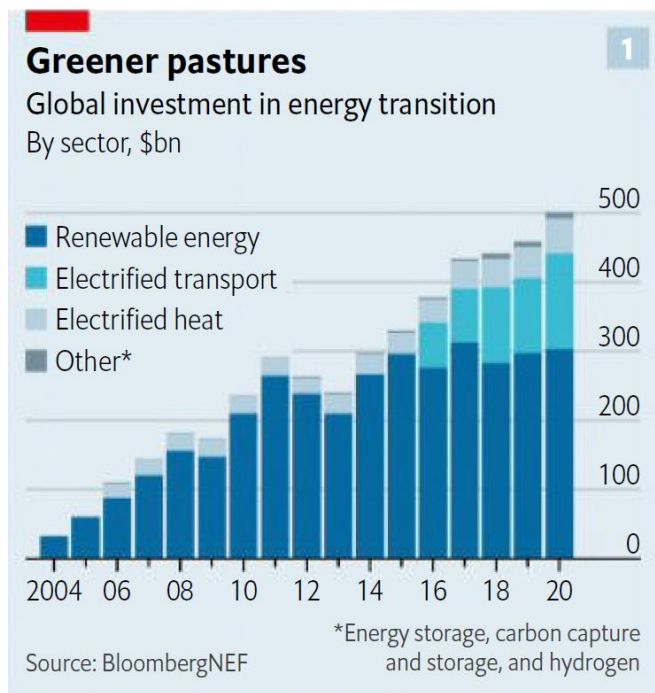
#WSJ

# 全球能源转型的投资

知识块  
#2VX9P1

根据 **Bloomberg** 的数据，2020年全球在能源转型方面的投资达到了**5000**亿美元，其中大头投向了可能再生能源和电动交通。

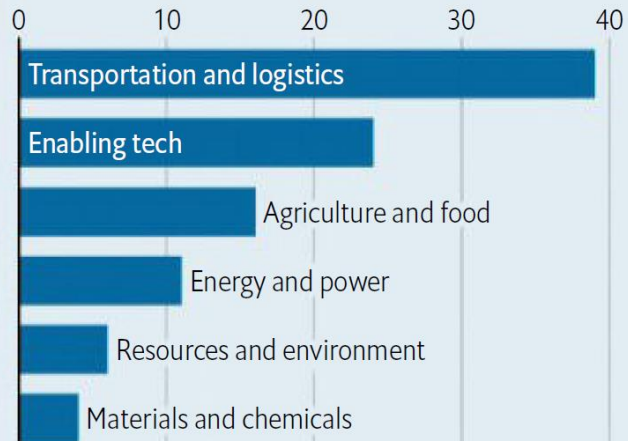
这其中，有一部分是由风险投资机构提供的资金。仅美国在**2020**年风险投资就投入了**600**亿美元（对比**2019**年的**36**亿美元）。



## Shades of green

2

United States, venture-capital investment in climate tech, by sector, 2020, % of total



Source: Silicon Valley Bank

# 中国新能源车销量预测 2025

知识块  
#CG75RU

天风证券引用 IHS Markit 的研究，中国电动汽车销量预期将从 2020 年约 1 百万辆增加至 2025 年的 4.2 百万辆，这将超过美国及欧洲电动汽车销量的总和。

年度增长率角度，2021 年预计可达 70%（峰值），2024~2025 年下降到 20% 左右。

国内新能源汽车销量（百万辆）及增速



资料来源：招股说明书、天风证券研究所

#天风证券

# 加州自动驾驶路测数据 2020 年玩家分布

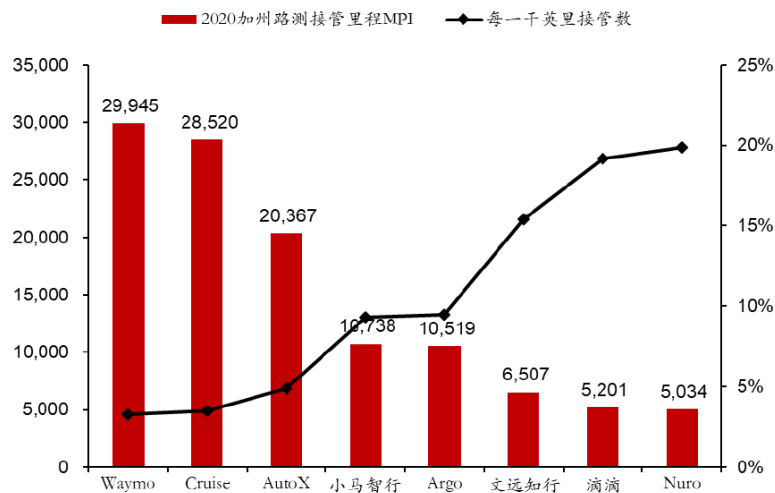
知识块  
#5XF1MK

目前业内对自动驾驶技术的衡量指标主要包括：(1) MPI（年度平均接管里程）；(2) 路测总里程数；(3) 辅助变道总次数；(4) 辅助驶入/驶出匝道总次数；(5) 辅助超车总次数等。

下图是 2020 年加州自动驾驶路测数据。可以看到路测里程越低的的企业，每一千里接管次数越高。

大致体现了技术成熟度。

## 2020 年加州自动驾驶路测数据



资料来源：加州车辆管理局，招银国际证券

# 美国便利店的商品销售额构成

知识块  
#SH25J3

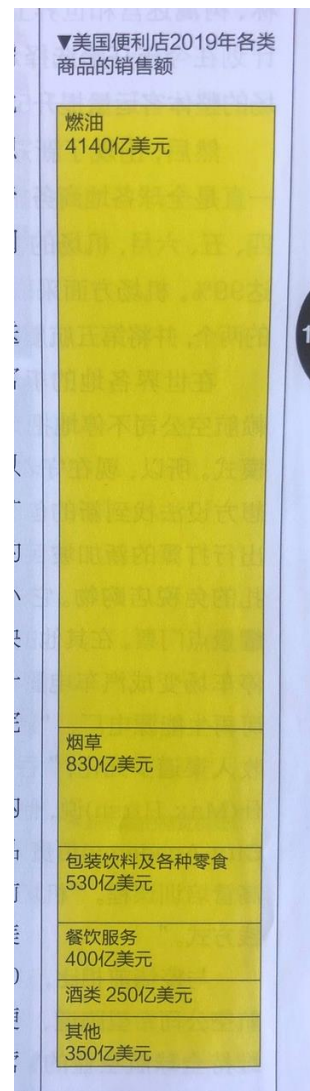
在商业周刊上看到一张美国便利店 2019 年的商品销售额数字。

然后占据了绝大部分销售额，其次是烟草、包装饮料和食品。

这体现出美国便利店的两种定位，一种定位是“食品饮料店”的变种，而另一种则属于加油站的衍生业务。

对比中国即东亚地区则大不通，比如：便利店很大比例利润来自现煮食品（关东煮等）。

#Bloomberg





# 中国智慧城市的投资空间

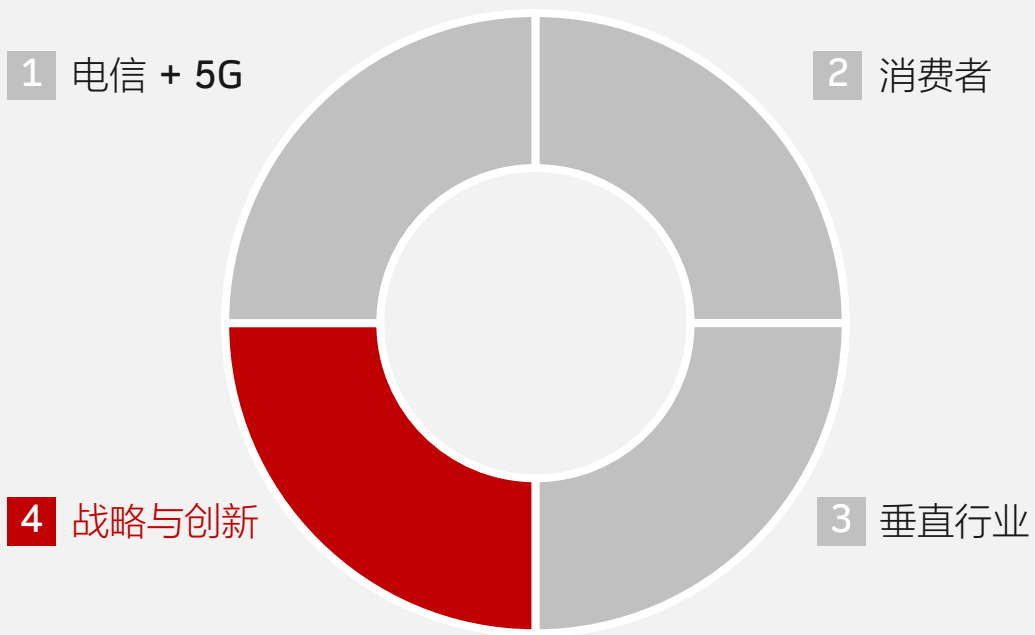
知识块  
#Y5PTW4

智慧城市的建设将从 1~2 线城市逐步向外延伸发展，3~5 线城市是未来三年智慧城市建设的\*\*主战场\*\*。

附图一是 IDC 估算的中国智慧城市的投资额。2020 年 3~5 线的投资额为 1038 亿元，占整体投资额比例的 58.5%，远高于 1 线（含新 1 线城市）和 2 线城市。

城市级别	城市	数量	智慧城市建设投资额 / 亿元人民币	比例
一线城市	北京、上海、广州、深圳	4	164	9%
新一线城市	成都市、杭州市、武汉市、重庆市、南京市、天津市、苏州市、西安市、长沙市、沈阳市、青岛市、郑州市、大连市、东莞市、宁波市、	15	285	16.1%
二线城市	厦门市、福州市、无锡市、合肥市、昆明市、烟台市、济南市、佛山市、长春市、温州市、南宁市、常州市、贵阳市、太原市、石家庄市、哈尔滨市、等等	30	288	16.2%
其他城市	潍坊市、保定市、镇江市、扬州市、桂林市、唐山市、三亚市、湖州市、廊坊市、呼和浩特市、漳州市、邯郸市、等等	289	1,038.4	58.5%





# 麦肯锡 T 型能力模型

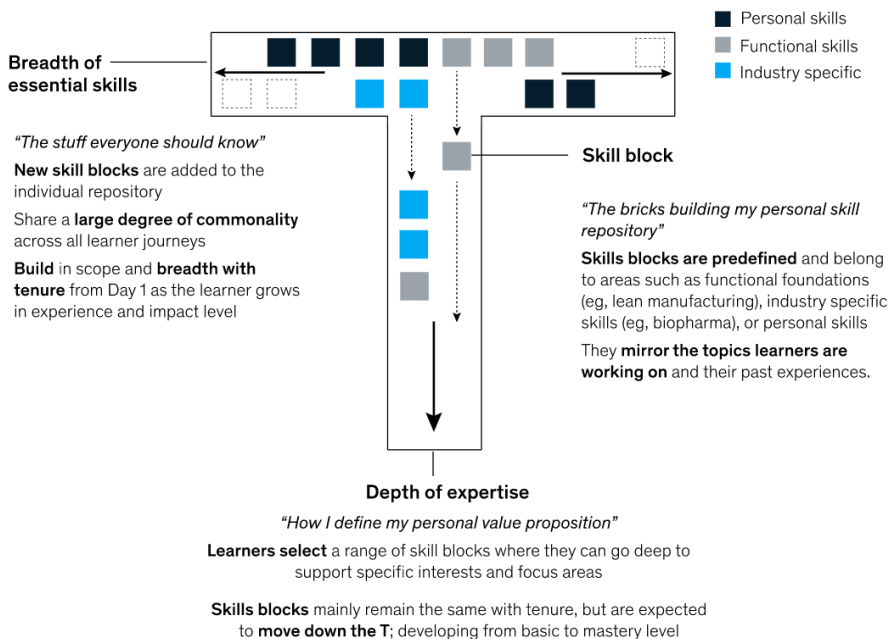
知识块  
#ZH5WP7

读到麦肯锡的一张图，对常说的 T 型结构进行了细化。

一横一竖：有些是必须的基本技能，有些是足够专业的技能。

其把技能（Skills）分为三类：① **Personal skills**（例如与人沟通、讲演）；② **Functional skills**（例如：营销传播）；③ **Industry specific**（例如：电信行业）。

**Every learner builds a unique, personalized T-profile with relevant skill blocks.**



McKinsey  
& Company

# 全球 IoT 咨询业务的市场空间 2026

知识块  
#J3SWMR

但凡 IoT 项目有一定的规模，企业一定不会认可随便从市场买来设备插上电就完事儿。

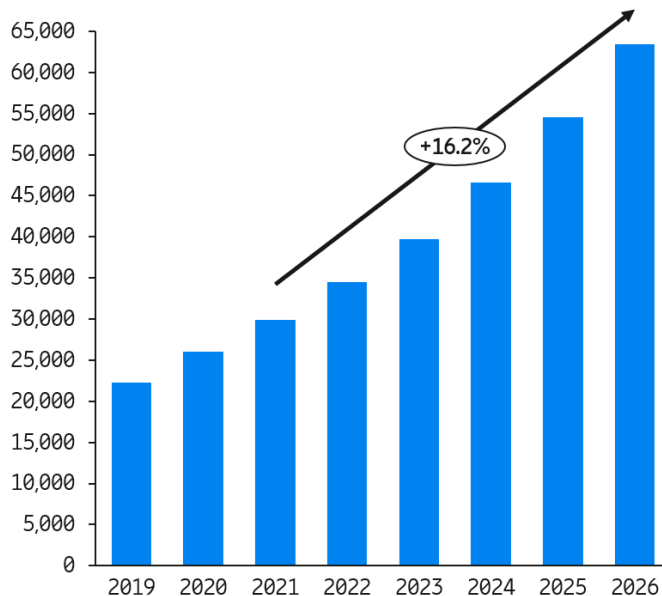
类似几乎所有 ERP 的实施需要咨询顾问，大型 IoT 项目表面上是技术应用，实则企业战略、管理体系和流程的变革机会。

根据 OMDIA 的研究，预计到 2026 年 IoT 咨询业务可达到了 634 亿美元，未来几年复合增长率可到 16.1%。

注，OMDIA 定义的 IoT 咨询业务包括：咨询、实施和运营三部分。

全球 IoT 咨询业务市场空间  
百万美元

罗宾 5G 商业评论



#OMDIA

# 全年 IaaS 市场份额变化

知识块  
#N5B2YM

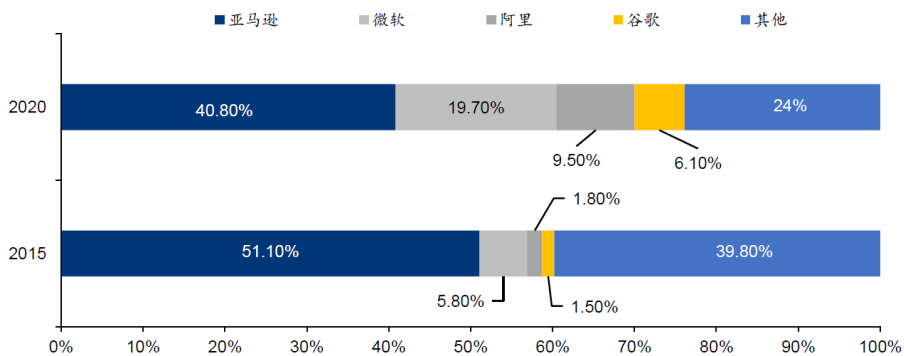
根据 Gartner 的研究，全球公有云 Top 4 的市场占有率从 2015 年的 60.2% 提升至 2020 年的 76.1%，市场集中度显著提升。

头部厂家市场度集中，并不意味着别的玩家就要离场，或者不要玩——传统商学院的思维大致就是这种逻辑，马太效应大，所以新玩家就不要来了之类。

事实上，新玩家在不断涌入，来自电信运营商、其他同样有一定规模的大型互联网公司、IT 厂商、甚至很多地方政府。

因为市场总量在持续增长，而且云会有“吞噬”一切的感觉。站在未来看现在，相信 2021 年仍然处于机会前沿。

全球 IaaS 市场份额 2015 和 2020 年对比



资料来源：Gartner、华泰研究

#华泰证券

# #经济学人# 创业公司融资新热点

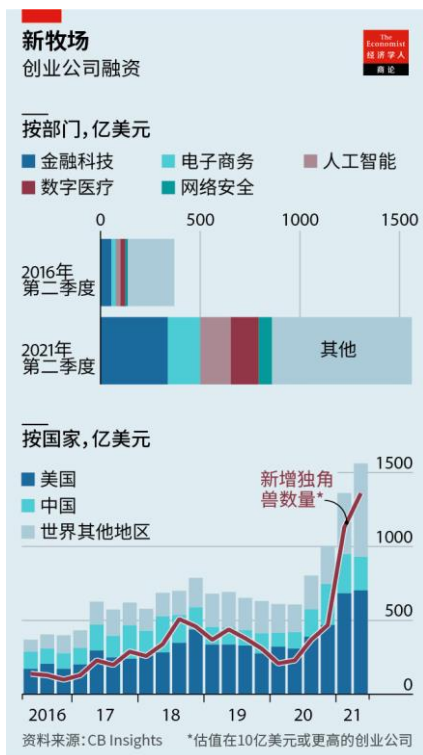
知识块  
#P1MLZH

根据经济学人的研究，2021年上半年科技公司在全球募集了近3000亿美元，接近2020年全年的规模。

以2021Q2为例，25%的资金进入了金融科技公司，其次是电子商务、人工智能、数字医疗和网络安全领域。

新增独角兽角度，美国的数量比去年稍多，世界其他地区则大幅增加，而中国则略少。

估计和今年的监管压力有关系，大部分创业公司估值都面临压力。



# 全球消费者在应用商店的开支

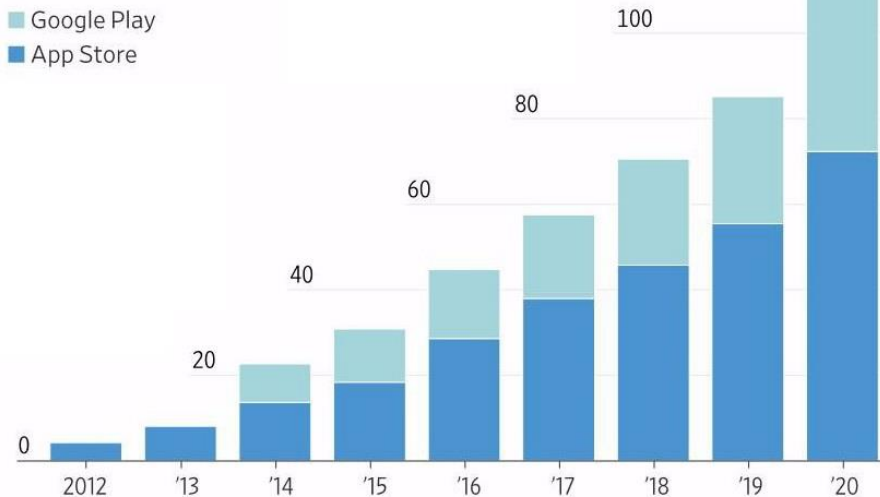
知识块  
#J8ZD5P

应用商店是一项伟大的发明。有了应用商店，消费者可下载数百万款 **App**，手机才只能智能起来。而不是传统功能机只有默认的几个固定功能。

如果传统功能机是“有限状态机”的话，搭载应用商店的智能机则是“无限状态机”。

自 2008 年苹果 App Store 上市，应用商店市场则取得了迅猛的进展，截止到 2020 年消费者在 App Store 和 Google Play 的开支达到了 1200 亿美元。

**World-wide consumer spending in app stores**



#WSJ



# 越来越多程序员工作岗位在“远程 Remote”

知识块  
#89TNSL

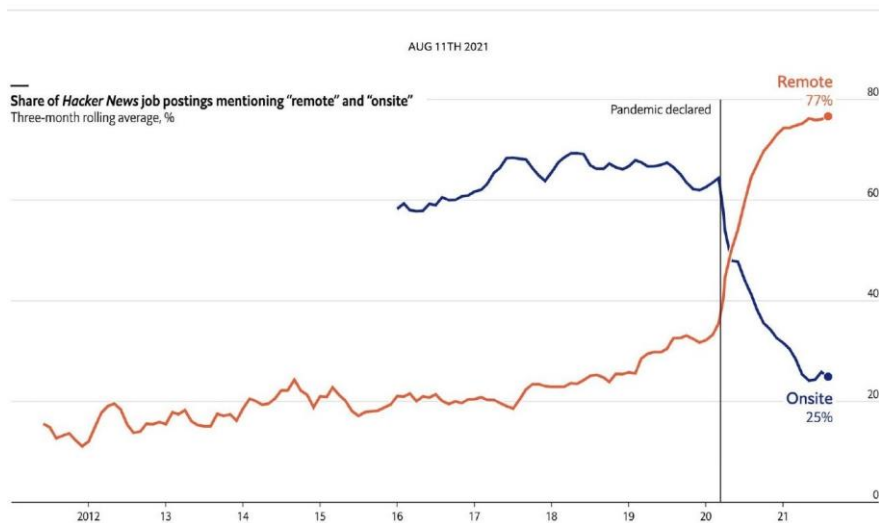
Hacker News 由知名程序员及创业导师 Paul Graham 创立 Y Combinator 时创建，是一家关于计算机黑客和创业公司的社会化新闻网站。

经济学人根据 Hacker News 的招聘板块的帖子进行分析，发现“Remote 远程”和“On-site 办公室现场”两个关键字的出现频率发生了颠覆性逆转。

疫情爆发前，两者比例是很稳定的，大部分程序员工作还是要求去“现场办公”，而随着时间的延续，77% 的岗位提及“远程办公”。

## For programmers, remote working is becoming the norm

Tech workers were ditching the office before the pandemic



#The Economist

# 半导体巨头 Nvidia 的收入结构

知识块  
#M81JP9

经济学家绘制了一张表格，展示了半导体巨头 Nvidia 近年的收入结构。

游戏和数据中心是其最大的收入类别，毕竟 Nvidia 的 GPU 是最优秀的。

对比之下，来自汽车行业客户收入只占了很小的比重。



#The Economist

# 视频会议服务商 Zoom 的收入增长与 SaaS 服务的特点

知识块  
#XA36YT

作为新冠疫情的代表性收益方，视频会议服务 Zoom 的单季度收入突破 10 亿美元，同比增幅 54%。

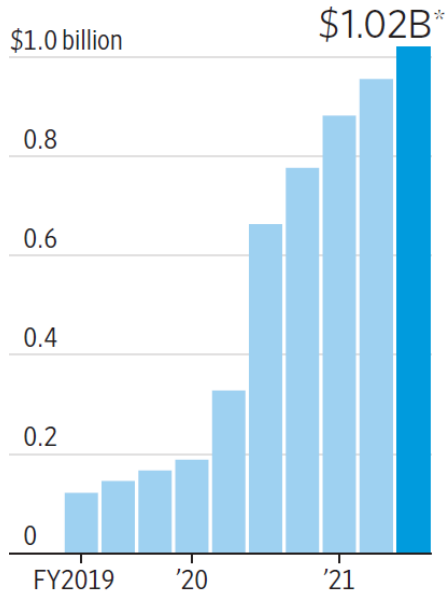
虽然这是一个很大的增幅了，但对比去年更高的增幅也算“放缓”不少。结合疫情后，经济生活逐渐恢复常态。Zoom 的股价也下滑了不少。

Zoom 目前有 504,900 家（10 个成员以上）客户，其中 2,278 家客户年付费 10 万美元以上。

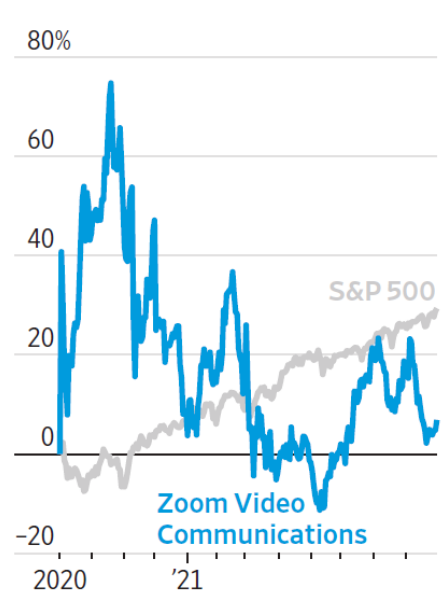
也可看出此类 SaaS 服务的特点：

- (1) 平均价格偏低的，对比传统企业 IT 项目，但总数量巨大；
- (2) 产品通用，也无定制集成一说，进而利润显著高于传统企业 IT 项目；
- (3) 同时 2C 和 2B，通过 2C 来培养用户习惯与获客，通过 2B 侧来获得收入；
- (4) 经营性现金流很稳定，对比传统 2B 面临的账期坏账问题。

### Zoom Video Communications quarterly revenue



### One-year performance



\*Fiscal quarter ended July 31

Sources: S&P Capital IQ, the company (revenue); FactSet (performance)

# 腾讯的收入结构

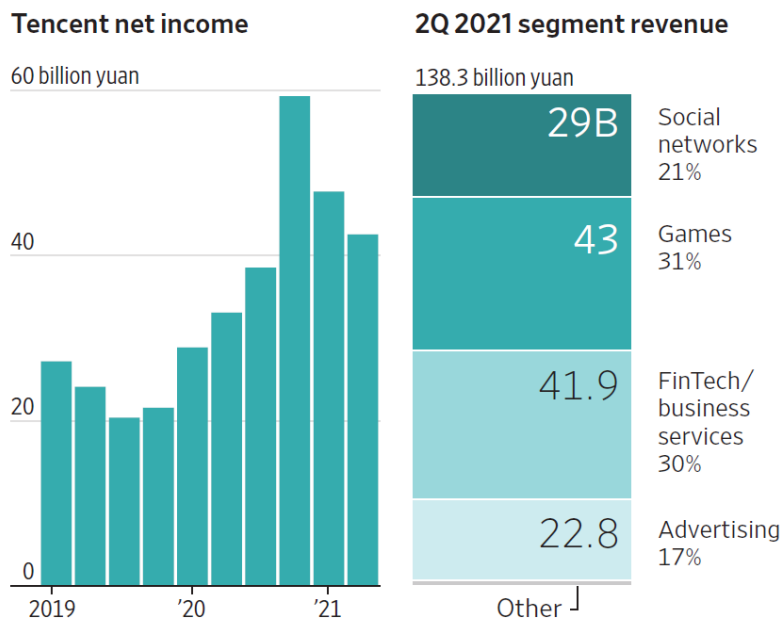
知识块  
#TN85VM

附图是 WSJ 绘制的腾讯 2021 年二季度报告主要数字。

2021 年二季度营业收入 1383 亿元（同比增长 20%），经营盈利 428 亿元（同比增长 14%）。

大型企业中，腾讯的收入结构是比较均衡的。“游戏”和“金融科技与企业服务”在收入体量上已经接近。

当然两者的利润差距估计会很大，考虑一下后者云基础设施等各种 2B 类业务的特点。



1 billion yuan = \$154 million  
Sources: S&P Capital IQ (net income); the company (revenue)

#WSJ

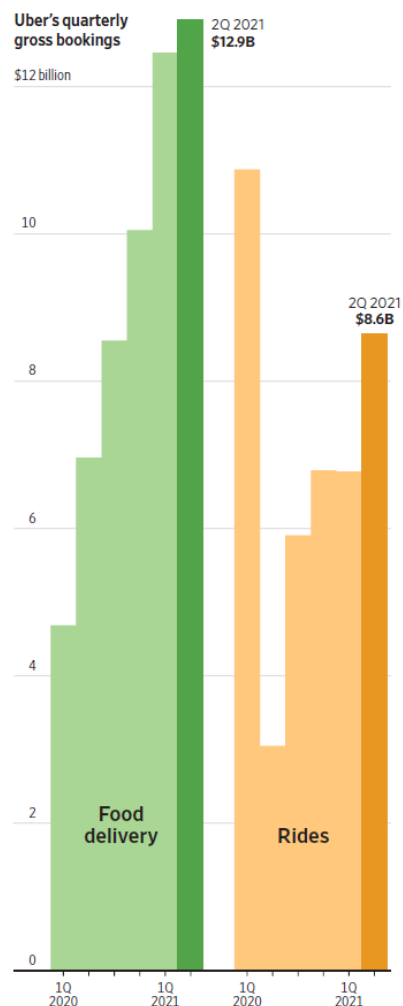
# Uber 应对疫情的业务结构变化算得上一个经典案例

知识块  
#DSU43B

疫情之前，Uber 的业务量（按订单金额）大部分来自共享出行，少部分来自外卖。

疫情之后，两者的需求正好倒过来。看现在的数据，大部分来自外卖，少部分来自出行。

Uber 当前的股价也基本回到 IPO 时的价格。可以算得上一个经典案例了，面临疫情这种重大冲击时，新业务如何对冲老业务。



\*Includes investment gains †Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization  
Sources: the company (gross bookings, net profit/loss, EBITDA); Gridwise (change in prices)

#WSJ

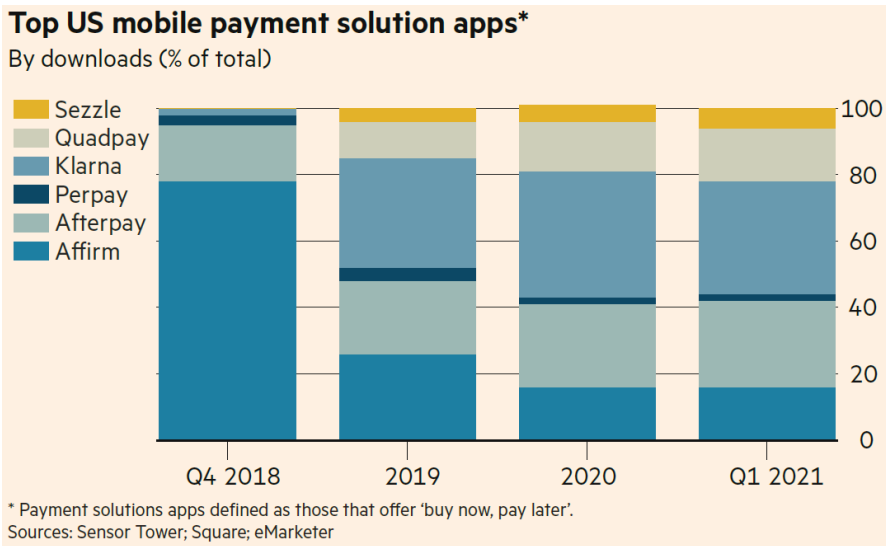
# 美国 Top 移动支付 App 下载分布

知识块  
#R8N4EH

附图来自 **Financial Times**，美国移动支付 App 的下载份额分布。直观感觉就是美国移动支付还处于发展期，集中度偏低。

对于玩家来说，意味着还有大量机会。

中国虽然支付宝和微信支付双雄并进，但我们认为还是存在大量新兴机会。银行、其他互联网公司、电信运营商均在持续投入。



#Financial Times

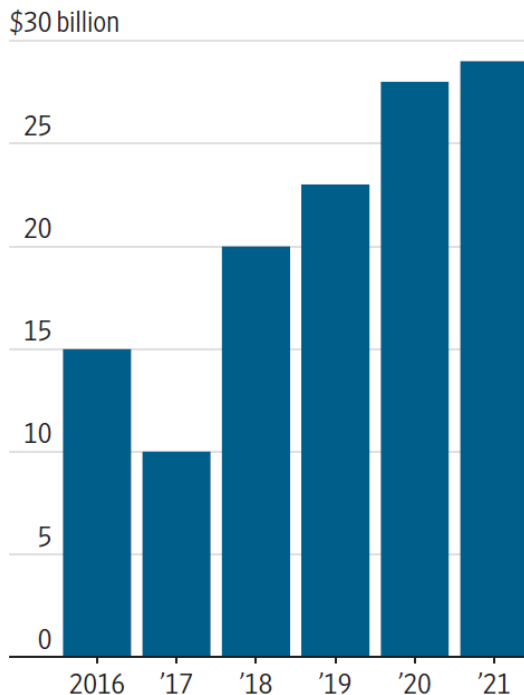
# AI 投资热度放缓

知识块  
#ACBL1E

根据 PitchBook 的数据，美国 2021 年 AI 相关风险投资金额对比 2020 年虽有所提升，但增幅对比前几年大幅放缓了。

前几年 AI 吸引了大量资金，围绕 AI 商业模式变现的问题日益突出。

## U.S. venture-capital funding for AI



Note: 2021 through July 15

Source: PitchBook

#WSJ



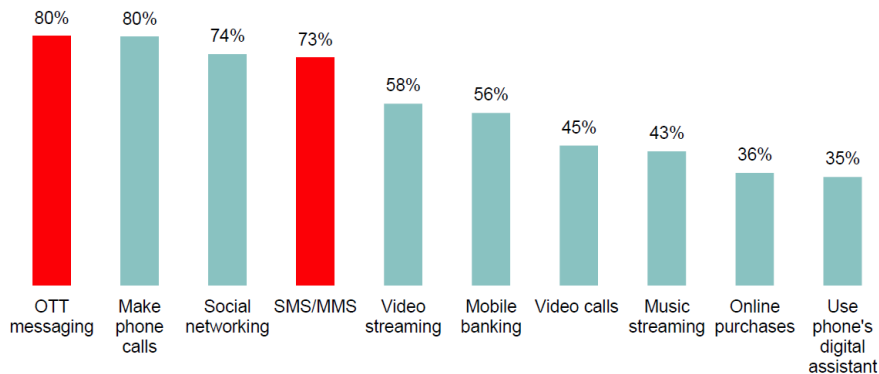
# 顽强的短信

知识块  
#8945MR

GSMA 的一项全球性消费者调研，短信（SMS）虽然使用率不及 OTT 消息（微信、WhatsApp、Line 等），但仍然具有极高的使用率。

注意：短信的使用，不仅是你发短信，还有你接受短信（比如：查看各种验证码，快递给你短信等）；还有就是非微信好友之间的消息沟通等。

**Figure 1: Even if SMS has fallen behind OTT messaging, the staying power is clear**  
What people do on their smartphones at least weekly



N=1,000 per country across 20 countries  
Source: GSMA Intelligence Consumers in Focus Survey 2020

#GSMA

# 成熟的 AI 营销应用列表

知识块  
#CF29J1

哈佛商业评论的一篇文章认为，公司的所有职能里，营销也许是最能借由 AI 获得提升的。

营销的核心活动是理解客户需求，提供相应的产品和服务，并说服人们购买。AI 在这个领域可以大幅度体现价值。

附图是比较成熟的 AI 营销应用（14 项）。

## 成熟的AI营销应用

- 用于线索开发、客户支持、交叉销售或向上销售的聊天机器人
- 呼入电话分析和转接，客户留言及邮件分析、分类和回复
- 营销活动自动化（包括电子邮件、登录页面生成和客户细分）
- 营销组合分析
- 线上产品展销
- 定价
- 产品或服务推荐，高度个性化的提案
- 有计划性的数字广告购买
- 销售线索评分
- 社交媒体规划、购买及执行
- 社交媒体情绪分析
- 电视广告投放（部分）
- 网络分析叙事生成
- 网站运营及优化（含测试）

#HBR

# 字节、腾讯和百度三大流量平台的广告投放行业对比

知识块  
#LUA6TQ

根据 **App Growing** 的研究，在巨量引擎（字节）和腾讯广告平台的广告投放中，游戏行业占比均为首位。

文化娱乐及教育培训行业在百度信息流上的广告投放较为强势，分列前两大行业广告主。



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数占比降序排列, 各平台仅展示占比前六的重点行业

#App Growing

# 智能手机品牌份额回顾 2010 vs. 2020

知识块  
#YHGPQF

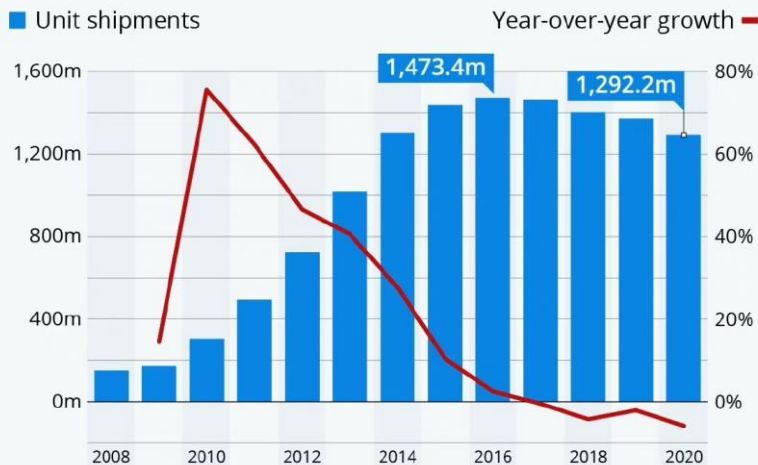
IDC 的一组数据，回顾了智能手机操作系统 OS 的变化（2010 vs. 2020），以及智能手机发货量的变化。

只看数字层面，容易得出一个启示：持续下行的市场，双寡头（iOS 和 Android）主导。

如果把智能手机几个字隐藏掉，只显示数字，也许你会认为这是一个没有前途的陈旧赛道。

## Have We Passed the Peak of the Smartphone Era?

Estimated worldwide smartphone shipments

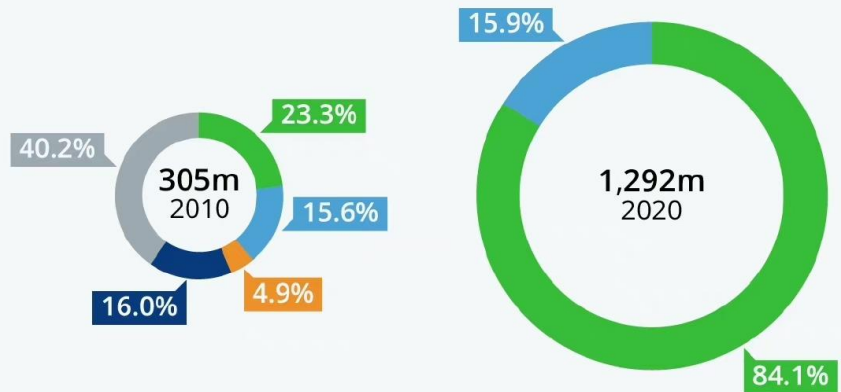


Source: IDC

# The Smartphone Duopoly

Worldwide smartphone market share by operating system (based on unit shipments)

● Android ● iOS ● Windows Phone ● BlackBerry ● Others



Source: IDC

#IDC

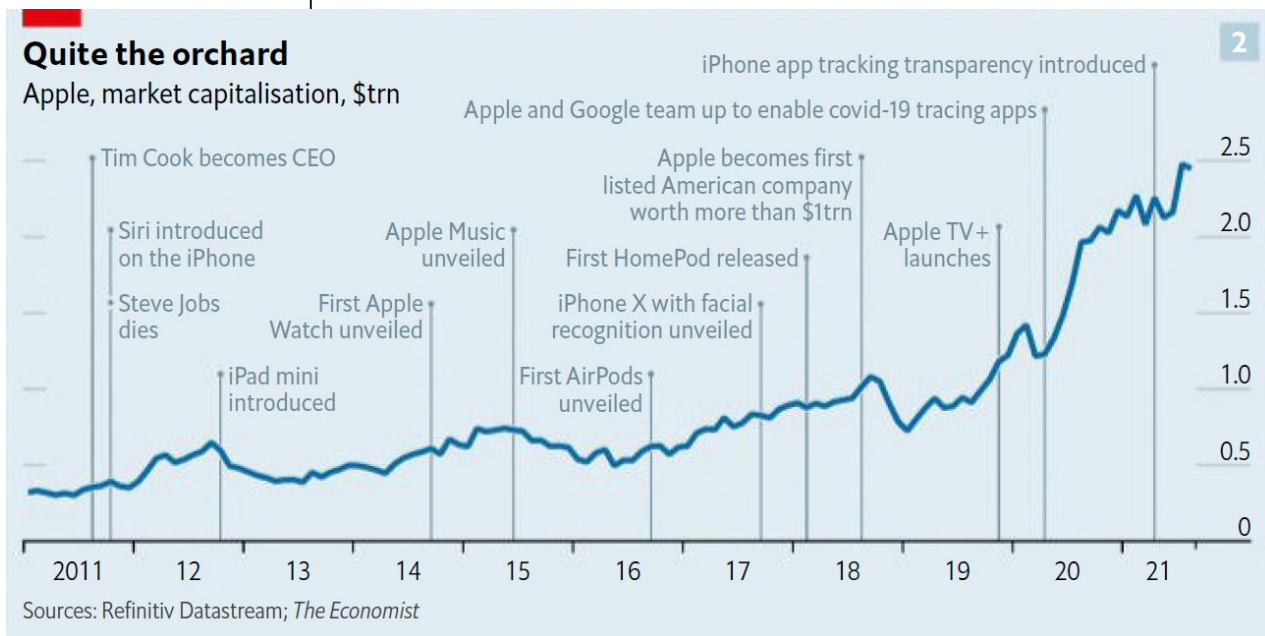
# 一览概括 Apple 市值 2.5 万亿美元之路

知识块  
#M8BN6H

经济学人用一张图展示了 **Apple** 市值在过去十年的变化进程。**2011 年 Apple** 的市值才不到 **5000 亿美元**，如今已接近 **2.5 万亿美元** 大关。

有意思的是，经济学人标准了关键的时间点，而过去两年的关键子都和新产品无关……

大者恒大 + 美股大环境，催生了不断上涨的市值。



# 此起彼伏，疫情后几只代表性股票的变化

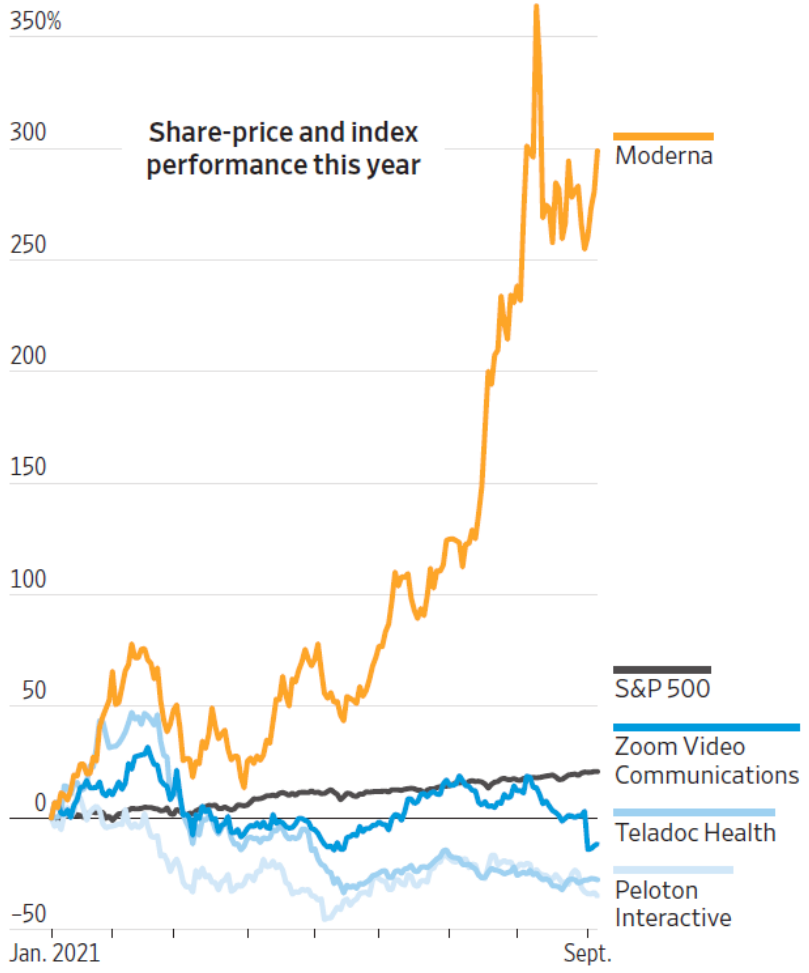
知识块  
#T3X4SR

华尔街日报绘制了一张有意思的图表，选择了几家代表性公司 2021年1月至今的股票对比 S&P 500 的走势。

这几家公司分别是：

- (1) Zoom，视频会议服务
- (2) Peloton，智能健身器及服务
- (3) Teladoc Health，远程医疗服务
- (4) Moderna，新冠疫苗提供商。

以 S&P 500 为基准，可以很清楚看到，疫苗大规模注射的结果是 Moderna 大涨，其他几家“远程”概念股则持续下滑。而后者在 2020 年大放光芒。



Source: FactSet

#WSJ



# 领导者的直觉

知识块  
#E4KW3B

来自 NASDAQ 前 CEO Robert Greifeld 的经验：

- ① 压力之下，怎样做重大决定？很多时候可归结为直觉；
- ② 直觉是人毕生所学积累的结果，它带给你评估局势并做出应对的能力；
- ③ 相信直觉，也要相信可利用的数据；留出处理数据的时间，让决策自己变得清晰具体；
- ④ 跟直觉共事的能力（什么时候该用，什么时候应该去找进一步的输入），是成功领导力的一个标志。

## 领导者的直觉

领导者是怎样做决定的呢，尤其是在压力之下怎样做重大决定？因素很多，但往往可归结到直觉上。我说的“直觉”，并不是那种莽撞反应，或神秘的预感。在我看来，直觉是人毕生所学积累的结果，它带给你评估局势并做出应对的能力。你的生活经历，你的教育背景，你的商业智慧，你的成功与失败，你的突破与失误，所有这一切加在一起，就像是一台内建的指南针，校准着你手头的问题。在紧要关头，你会发现自己真正知道些什么。

直觉不仅仅是知识。我是个跑步选手，我对自己最喜欢的运动——田径——有着丰富的知识。我女儿凯蒂要参加赛跑，我以为

所没有的东西——直觉。当靠得住的直觉与习得知识有意地重叠到一起，行之有效的领导力便诞生了。

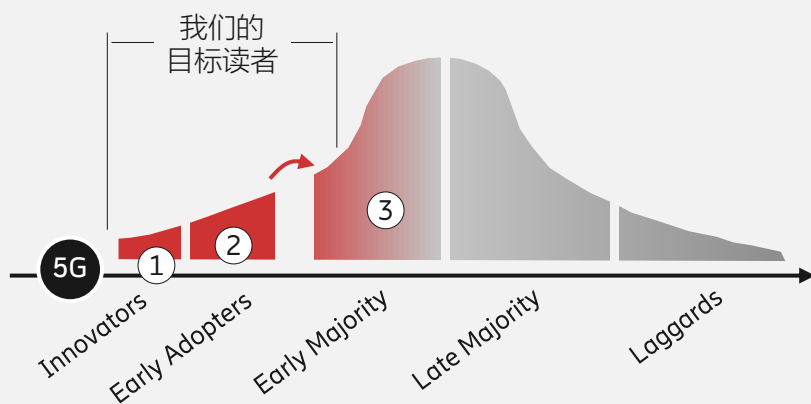
在商界，我相信自己来之不易的直觉，但我也坚信要利用所有可用的数据。有极少的时候，我必须现场拍板，但只要有可能，我喜欢留出时间，让决策自己变得清晰具体。数据需要时间来确定，并整合到我的直觉算法里，最终形成清晰的方向或决定。毫无疑问，我很果断，但并不总是会当机立断。我经常带着重要的问题睡上一觉，让收集到的信息渗透到我的思维过程当中，我知道，等我醒来的时候，情况会变得更清楚。早些年，跑步也是一种我很喜欢的做法——脚在步行小径上一起一落，而我的头脑锐利，心无旁骛，只想着前面的路。但在那之后，在淋浴或吃饭时，更深刻的见解会冒出来。跟直觉共事的能力（知道什么时候该相信直觉，什么时候该迅速采取行动，什么时候该花更多时间，什么时候该寻找输

所没有的东西——直觉。当靠得住的直觉与习得知识有意地重叠到一起，行之有效的领导力便诞生了。

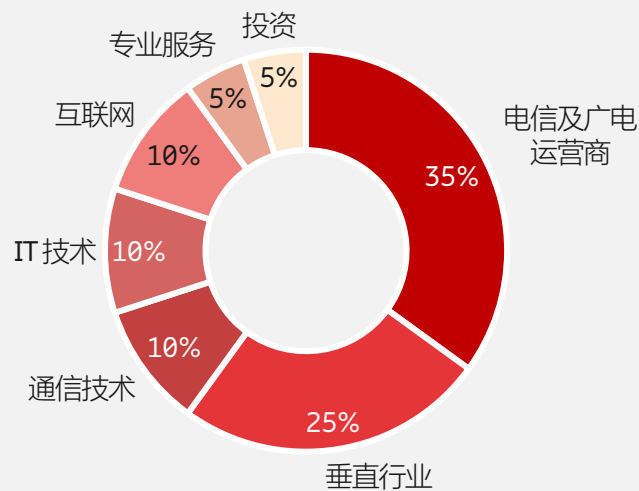
在商界，我相信自己来之不易的直觉，但我也坚信要利用所有可用的数据。有极少的时候，我必须现场拍板，但只要有可能，我喜欢留出时间，让决策自己变得清晰具体。数据需要时间来确定，并整合到我的直觉算法里，最终形成清晰的方向或决定。毫无疑问，我很果断，但并不总是会当机立断。我经常带着重要的问题睡上一觉，让收集到的信息渗透到我的思维过程当中，我知道，等我醒来的时候，情况会变得更清楚。早些年，跑步也是一种我很喜欢的做法——脚在步行小径上一起一落，而我的头脑锐利，心无旁骛，只想着前面的路。但在那之后，在淋浴或吃饭时，更深刻的见解会冒出来。跟直觉共事的能力（知道什么时候该相信直觉，什么时候该迅速采取行动，什么时候该花更多时间，什么时候该寻找输

# 目标读者 Audience

关注 5G、云计算和企业数字化的先锋人士

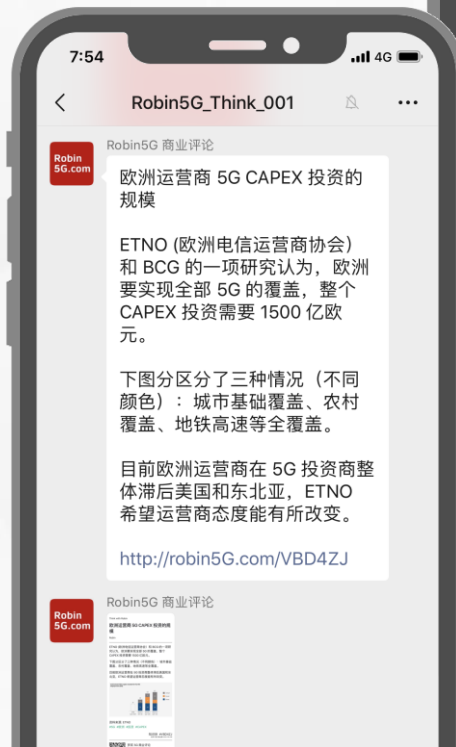


读者所属行业分布



# 基于2020年12月粉丝样本估算

# 每天五分钟 Think with Robin



每日短文流,「官方粉丝群」专属  
工作日早上 08:30

扫码了解详情



# 罗宾 5G 知识社群 (R5G)

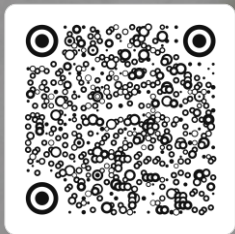
R5G 聚集了 5G、云计算、企业数字化等领域的行业专家与资深人士，致力于推动 5G 技术跨行业和组织知识流动。

R5G 是知识即服务 KaaS (Knowledge as a Service) 理念的倡导者与实践者，面向行业用户提供「罗宾 5G 商业评论」和「罗宾知识库」等知识流服务。

官网：[robin5G.com](http://robin5G.com)

联系：[info@robin5G.com](mailto:info@robin5G.com)

公众号：[robin5G](#)



了解 R5G 更多