

· 微观点 ·

马云 阿里巴巴董事局主席

■ 中国互联网有技术的大公司太少,如果跟未来相比,BAT都不算大。掌握核心技术是一家好的互联网企业当仁不让的责任。真正的好企业,不是看市场份额有多大,而是看有没有掌握核心技术;市场份额牛不叫牛,核心技术牛才是牛。

刘炽平 腾讯公司总裁

■ 我们需要时刻保持清醒,充满危机意识和前瞻性。产业互联网是互联网下半场的关键词。消费互联网到产业互联网的升级,是连接战略的自然延伸,也是搭建新一代智能产业生态的未来路径。通过数字技术为产业升级,把消费者和产业对接起来将创造巨大的社会和产业价值。

周鸿 360 董事长兼CEO

■ 数字经济已经渗透到人们生活、工作、社会的方方面面,而其越发展,应用越智能,系统越复杂,安全问题也就越多。要真正解决数字经济时代的网络安全问题,就要在大数据加人工智能的基础上,构建新一代的“安全大脑”,让“安全大脑”成为未来5-10年,解决网络安全问题的一种技术思路或技术方向。

(以上观点不代表本报立场)

· 速读 ·

口碑:黄金周线下消费环比涨51%

北京商报讯(记者 魏蔚)阿里旗下本地生活服务平台口碑10月8日披露数据显示,黄金周期间,全国线下餐饮、休闲娱乐等本地生活服务消费总额环比节前大涨51%,其中,餐饮消费更是环比节前激增52%,较去年同期也增长了近10%;KTV等休闲娱乐场所消费环比增速超过30%。

在口味偏好方面,火锅是这个黄金周最受消费者欢迎的品类,牢牢占据各菜系消费总额的首位,消费规模环比节前增长50%。

篮球场、溜冰场、射箭馆、游泳馆等运动场所的客流量较平日增长近两成。书店和各类科普场馆继续成为举家出游的最佳场所,客流量均超过平日一倍以上。

口碑数据发现,老字号成为本次国庆黄金周的最大赢家之一。长假前三天,餐饮类老字号商家的交易规模环比节前增长近七成。“80后”“90后”成为支撑老字号销售额稳定增长的主力军,他们贡献了近六成消费。而“95后”则是老字号消费支出增长最快的群体,较去年同期增长近20%。

今年长假期间,50岁以上的老年群体也表现出了空前消费力。口碑数据显示,相较于去年同期,银发族的餐饮消费增长16%,远超其他人群。

这些老年消费人群在吃这件事上“潮”的程度丝毫不亚于年轻人。比如网红奶茶店消费规模增长最快的是50岁以上人群——环比节前大增68%,同比上涨近三成。不少网红奶茶店已经接入口碑App等平台的手机预点单功能。消费者提前点好单,预约时间即可到店取走,免受排队之苦。这类新功能也受到了不少银发族的欢迎,老年消费者通过手机预点奶茶的订单数环比节前增长近84%。

# 巨头出手 区块链去魅

张绪旺

过去几年,区块链带着神秘色彩席卷全球,作为一种前瞻性的底层技术,它被赋予了甚至比互联网还伟大的价值观。当与ICO同气连枝的时候,区块链的神秘平添了更多造富梦想。

这个领域一度只闻“发币”,看不到产品落地。然后,我们看到了ICO泡沫,看到了“空气币”骗局,这里面有“古典互联网”和区块链的互不顺眼,也有链圈和币圈的同室操戈。

不过,技术矛盾终究会尘埃落定,产业革命往往伴随着阵痛,这就是区块链的去魅进程。从历史经验看,PC互联网时代和移动互联网时代都经历了泡沫,比如8848电商、TOM网、开心网、拉手网等等。

区块链江湖的稳定有重要标志。首先是巨头的入场。最近半年,BAT对区块链的布局不断,百度在海南注册了专门的区块链技术公司;阿里巴巴达摩院成立区块链实验室;腾讯区块链的负责人四处宣讲,还推动了区块链电子发票的出炉。

不久前,阿里技术维度进行全方位阅兵的2018年云栖大会上,蚂蚁金服董事长兼CEO井贤栋带领九大海外支付宝(钱包)负责人巡馆时,区块链展台是驻足最久的位置,井贤栋与海外同行进行了长时间交流。

要知道,新技术是巨头必争之地,人工智能、物联网、大数据等,BAT唯恐落于人后。但对于区块链,BAT左右为难。与ICO的密切性,迫使BAT谨慎处理区块链相关话题,仍然不乏别有用心之人将巨头和ICO扯上关系,辟谣成了大佬们的常规议题。

另一方面,区块链是偏向B端应用的底层技术,在用户层面的感知较为微弱,理念普及也较为晦涩。随着一系列政策的收紧和相关乱象的“血的教训”,“区块链是大众造富神话”这种泡沫观点,渐渐没了市场。

别人贪婪时恐惧,别人恐惧时贪婪。巴菲特的投资名言稍微改动,在区块链产业同样适用,尤其是巨头的角色定位。

BAT是产业变革的象征样本,它们有责任有义务在技术浪潮中做出表率、稳住节奏。当区块链陷入早期疯狂时,BAT是冷静的代表,避免骗局借题发挥;当区块链虚火褪去,BAT仍然是冷静的代表,让技术加快落地,赋予产业信心。

包括饱受争议的李笑来在内,有很多所谓的区块链大佬被广为追捧。从财富缔造能力上,他们确实惊为天人,踩准了谋利节奏。但如同股市里面的“股神”,这些并无产业推动能力的投机者,可以羡慕,但不值得推崇。尤其是一些赌徒性质的“空气币”大佬,财富不会改变跳梁小丑的本性。

同样是创造财富,巴菲特也被称为股神,但他是个看重企业和产业长期价值的投资者,绝非投机者。

因此,BAT对区块链的投入加大,是这个行业转向良性运转的重要标志。而那些渴望区块链致富的人们,看看BAT区块链项目(公益、政务、公众事务、产品溯源等领域),就知道天上的馅饼并不常在。

## 微软Windows价格普涨

北京商报讯(记者 魏蔚)酝酿许久的微软软件涨价计划近日悄然实施,北京商报记者发现,Windows 10家庭版中国区微软官方售价则由888元提高至1088元。

早前有消息称,今年10月微软将提高Office 2019和Windows 10系统的价格,届时各大软件以及授权许可将受到影响。

果然,微软10月开始全球范围提高售价。具体而言,Windows 10家庭版美国区售价提高了20美元,涨价至139美元;而Windows 10家庭版中国区微软官方售价则由888元提高至1088元。

Office Home & Business 2019比Office 2016售价提高了20美元,为249.99美元(约合人民

币1717元);而Office 2019 Professional则提高了40美元,现价为439.99美元(约合人民币3022元)。Office Home & Student 2019定价不变,仍然为149.99美元(约合人民币1030元)。

不过,在中国市场,电脑发售时就已经预装了Windows系统,再加上当前大多数国内用户还在使用Windows 7,因此很少有用户额外花钱购买Windows系统。

Windows 10发布后,并没有得到用户青睐,甚至有不少用户选择从Windows 10装回Windows 7。2015年Windows 10发布之初微软曾表示“三年内Windows 10设备要达到10亿台”,如今三年过去了,Windows 10设备

装机量才超过7亿台。

除了涨价,Windows 10还遭遇了更新故障,最新版本号为1809的10月系统更新上线仅仅5天,微软暂停更新并向Windows 10用户发出警告。

Windows 10用户纷纷涌向官方论坛诉苦,声称最新的系统更新删除了他们的个人文件。有Windows 10用户反映:“我更新后发现文档、照片、音乐、视频都不见了。”

在了解到这些问题后,微软已经撤下了2018年10月的Windows 10系统更新。Windows更新的支持页面还写道:“等到重新推出2018年10月的Windows 10系统更新时,我们会发布最新消息。”

## 微信:2100万用户国庆假期运动量不足100步

北京商报讯(记者 魏蔚)10月8日,微信发布《2018年国庆长假微信数据报告》,关注国庆假期中国人的宅与行。从9月30日到10月6日,全国共有2100万微信用户选择假期宅,他们的微信运动步数不满百步,其中,56%的用户为“80后”和“90后”。除了宅,此次报告还从朋友圈签到、境外支付买单等方面展示了国庆期间微信用户的出行状况。

长假期间,全国共有2100万微信用户的日运动量少于100步,其中“80后”“90后”两个群体占比

达56%,有近1200万用户成为当之无愧的“百步青年”。

数据显示,宅人最多的广东省和江苏省,正是国庆期间外卖类支付最多的省份。除了外卖,微信还聚焦了更多宅着的生活方式。例如读书。国庆期间,微信读书所有用户共阅读了1900多万小时,时长相当于2200多年。其中,阅读时间最长的用户阅读了84小时,平均每天有一半的时间都在“啃”书。

另一些人则为了工作选择坚守岗位。国庆期间,深圳、上海、北

京聚集了最多的“工作狂”,而零售业、制造业和IT服务业的员工活跃度最高。

有人宅在家里,也有人在路上。中国香港、中国澳门等作为内地游客出境旅行的热门目的地。中国香港包揽了维多利亚港、尖沙咀、香港国际机场等在内的热门签到地点前7位。

足迹最远的中国游客从深圳出发,并在阿根廷的七色山留下朋友圈签到,共位移19924千米,相当于2250座珠穆朗玛峰的高度。