

· 速读 ·

首批12家合作伙伴加入 百度智能小程序开源联盟

北京商报讯(记者 魏蔚)12月20日,爱奇艺、快手等12家企业与百度正式签约,成为百度智能小程序开源联盟首批成员,未来上述企业将陆续在各自旗下的App支持运行智能小程序。据不完全统计,百度系App及开源联盟伙伴的App月活用户在不去重的情况下可以达到30亿规模。

11月初,百度方面宣布智能小程序开源联盟成立,当天曾透露有十多家企业为首批联盟成员。12月20日,百度正式确定首批成员规模为12家企业,分别为爱奇艺、快手、WiFi万能钥匙、58同城、汽车之家、携程、万年历、猎豹移动、百度视频、宝宝巴士、卓易和B站。

百度公司副总裁沈抖表示,做开源的智能小程序是因为只有完全开放才能真正发挥小程序的价值,打破移动互联网封闭、割裂的现状。百度App总经理平晓黎介绍,智能小程序开源联盟伙伴将陆续在各自的App上支持智能小程序,开发者只要一次开发,就可以跨平台运行。

加入智能小程序开源联盟还可以直接为企业带来商业化受益。“目前智能小程序已经支持百度联盟广告组件,只要开源联盟伙伴平台运行带有百度联盟广告组件的智能小程序,开发者和开源联盟成员都可以获得广告分成。这无疑为开发者和开源联盟伙伴解决了一大后顾之忧。”百度联盟总经理李忠军说。

除了外部伙伴,百度地图、百度网盘、好看视频、DuerOS和Apollo无人车平台等内部产品也是百度智能小程序开放联盟的核心成员。

IT公司密集调架构为哪般

张绪旺

12月百度、京东、滴滴、知乎调整架构,11月阿里调整架构,10月美团调整架构,9月腾讯、小米调整架构……TOP级别的互联网企业密集进行组织架构变革,在这个互联网寒冬配合食用,会发现一味相似的底料——

扁平管理下的二次创业。

每家企业调整架构都有直接动因:比如阿里是张勇继任董事局主席在即,腾讯的七年一次大调整在舆论推动下提前上演,小米、美团上市后需要新一轮管理层变革,京东遭遇了创始人个人危机……

它们都选择了这样集中的时间节点,共性要从产业变局和业务变化中寻找。

2018年对各家企业都是不平凡的一年,资本环境开始收缩,共享经济等新事物的泡沫被挤破,创业者的日子不好过,巨头的日子也不好过。

对于TOP级公司而言,过往数年成熟产品和成熟商业模式带来的业绩优势、用户优势在消减,不管是阿里还是腾讯、小米还是美团,都有了生猛的新对手或者

老对手生猛的新攻势。

马化腾和张一鸣(字节跳动CEO)在朋友圈“骂战”,马云不得不审视黄峥(拼多多CEO)这样的强劲对手,滴滴遭遇了前所未有的安全风险,美团对垒合并后的口碑饿了么,小米在海外市场对华为,京东在新零售战场追赶阿里,每家企业的未来都充满了变数和挑战。

无法改变敌人,就只能改变自己,在改变业务能力之前,改变组织架构排第一位。

对于阿里,业务诉求的核心是技术驱动和新零售提速;腾讯类似,需要提拔阿里云计算等TO B业务的地位——所以阿里让张建锋统一管理技术中台和云计算业务,把大天猫和新零售有机整合;腾讯则分别让老将汤道生、任宇昕在云计算和信息流冲锋陷阵。

美团、小米作为中生代公司,仍在探索草台班子时代之后更适合自己的组织模式,并且有着相似的趋势:总部+业务模型。所以,雷军让刘德等老将回总部做参谋和组织建设,而让更年轻的管理者在分而治之的事业部

进行一线冲锋;美团拆成2平台+2事业群+2事业部,便于更扁平的公司治理。

这些频繁的大公司调整,来自各家公司痛楚的产品领悟和内部创新意识的觉醒。

走过移动互联网人口红利,那些适用于移动互联网的流量思维、经营模式和消费型产品很难跟上人工智能时代的竞争形势。

2015年开始坠入销量低谷的小米是惨痛的教训;2018年被质疑没有梦想的腾讯,也是敲响的警钟。新零售、短视频、ABC(人工智能、大数据、云计算),一遍又一遍冲击着巨头建立的消费型产品的护城河。

对于大公司而言,再一次发生如同微信那样的内部创业奇迹并不容易,即便腾讯自己也很苦难。大公司的内部创业,首先要做的就是解决架构问题,解决内部竞争问题。

在风云诡谲的巨头二次创业浪潮中,一定伴随着架构和人事调整的挣扎。

大船能否好掉头,关键就在于此。

总播放量196亿! 南京与抖音达成战略合作

提起南京你会想到什么?是六朝古都、十朝都会的历史文化底蕴,是钟灵毓秀的钟山风景、繁花似锦的秦淮风光,抑或是闻名中外的鸭血粉丝汤和南京人乐观大气、热情爽快的性格?

在抖音上,南京也一直是网友们喜爱的“网红”城市。据统计,今年以来与南京相关的抖音视频有262万条,总播放量达到196亿次。

12月24日“古今繁华 Dou 在南京”线下发布会在南京举办。抖音和南京市委网信办宣布正式达成战略合作,将利用新技术、新传播,借助抖音平台及短视频形式全方位立体化地展示南京城市形象,共同打造更加立体鲜活的南京城市新名片。

南京相关抖音视频数262万, 播放量超196亿

江南佳丽地,金陵帝王州,谢朓的诗句描绘了古都南京的美丽和繁荣。古今交融,最美是南京。南京作为“创新名城,美丽古都”,有着近2500年的建城史,是一座底蕴深厚的历史文化名城。

南京与抖音缘分不浅,今年王力宏将偶然为南京写下的歌曲《南京,南京》的19秒小样上传到抖音,意外走红。超过15万网友在抖音上用这首歌拍摄各种展现南京城市风貌的视频,相关视频总播放量达5亿次。

字节跳动高级总监杨继斌介绍,抖音上与南京相关的短视频内容,涵盖了城市发展的方方面面,包括美丽古都、旅游文化、非遗传承、科技创新等等。在网友的参与、分享和点赞下,南京的钟山风景、秦淮河、明城墙、老门东、栖霞山等珍贵遗存及风景名胜,云锦、白局、古琴、绒花等非遗文化,鸭血粉丝汤、盐水鸭等美食通过短视频的形式,纷纷被捧成了网红,获得了众多网友的关注和喜爱。

据统计,今年以来抖音网友们发出的和南京相关

的视频总数已经超过了262万条,总播放量超过196亿次,而这个数据如今还在不断攀升。

字节跳动副总裁陈志锋表示,这个令人惊叹的播放量不仅体现了人们对这座城市的深深喜爱,更重要的是通过抖音和短视频,提高了城市形象的可辨识度、饱满度和鲜活度,南京城市形象在网民眼中更加立体。正是通过深入和下沉到城市生活的方方面面,抖音帮助更多人发现了南京更深层次的美好。

城市抖音号集体入驻, 助力南京城市形象传播

发布会现场,包括南京发布在内的政务、文化、旅游、媒体等行业50余家单位集体入驻抖音。合作双方希望能通过创新传播手段,拓展和丰富网络宣传的内容和形式,共同打造南京中心工作和城市形象宣传的短视频传播矩阵,推出一批拍摄质量高、内容形态活、社会影响大的短视频产品,进一步传播和扩大南京城市形象的知名度和美誉度。

前期,抖音与南京联合开展了“古今繁华 Dou 在南京”短视频宣传推广活动。为了体现南京的青春活力,活动双方设计了“稳中带甩玩南京”话题,策划制作一批原创精彩短视频,吸引网友广泛参与制作打卡,寓意欢迎广大网友以一种轻松顽皮的心态来南京游玩。活动11月24日上线以来,南京迅速成为热点。据悉短短5天时间,活动话题页面视频播放总量就突破了20亿。对于抖音来说,它刷新了抖音城市推广活动的传播数据新纪录。对于南京来说,通过这次宣传尝试充分感受到短视频助力城市形象宣传的巨大作用。

抖音上,南京的非物质文化遗产更是受到了网友们的广泛转发和点赞。其中南京剪纸、南京云锦织造技艺、金陵刻印印刷技艺、中国古琴金陵琴派被列入人类非物质文化遗产代表作名录,共有11项列入了

国家级非物质文化遗产代表性项目名录。这次的抖音话题挑战中,不少短视频都展示了南京的非物质文化遗产,也吸引了不少年轻网友的兴趣。

除了展示吃喝玩乐,南京科技创新成果亮点也将借助短视频平台推出。比如图灵奖得主姚期智院士,他率领清华团队组建了南京图灵人工智能研究院,成为引领南京人工智能发展的新引擎。为了展现南京的科技实力,抖音拟与南京人工智能高等研究院合作完成一款向人们介绍AI及图灵实验的H5小游戏,寓教于乐的同时,也展示南京作为智慧城市的重要一面。

技术助力文化名城, 全方位展示城市之美

移动互联网时代,短视频已成为新媒体流量的重要入口和发展风口。短视频的特性,使城市形象传播呈现出全民参与的新玩法。目前,抖音在国内有2亿日活跃用户,4亿月活跃用户。杨继斌表示,对于一座城市而言,通过抖音这样年轻人喜爱的网络平台,调动内容生产者的积极性,挖掘有本地特色的文化素材,用自下而上的方式打造城市口碑,也是擦亮城市名片更加行之有效的方式之一。

陈志锋表示,相信在双方的共同努力下,一个传统与现代相交融的南京将成为无数人羡慕和向往的地方,也一定会有越来越多的人因为抖音而来到南京,在这里记录时代发展,记录自己的美好生活。

借助抖音平台及短视频形式全方位立体化地展示南京城市形象,实现全民记录、全民分享、全民参与,让更多人充分感受到南京这座历史文化名城的美丽形象、文化内涵和创新活力。下一步,南京宣传、网信部门将牵头搭台,协调全市宣传文化系统、各媒体单位,发挥全社会力量共同推进短视频创作生产。