

· 微观点 ·

### 马云 阿里巴巴董事局主席

■ 企业家必须要考虑组织，必须要考虑员工。一切组织都是为使命而活着的，最好的管理就是价值观与文化的管理。战略能力是对未来的判断力，战役能力就是组织能力，组织能力的本身就要靠文化，而战术能力是员工的执行力，要靠制度。

### 黄仁勋 英伟达首席执行官

■ 人们一直认为计算机的处理能力每隔几年就会呈指数级增长，但这种观点已经达到了极限。摩尔定律曾以每五年增长10倍速度增长。而现在，摩尔定律正以每年百分之几的速度增长，每十年也许只能增长2倍。

### 李学凌 欢聚时代董事长

■ 每个互联网公司都应该重新思考如何拿到人工智能时代的门票。2012年大家都想抢移动互联网门票，移动互联网已经深刻地改变了很多社会生活状态，人工智能带来的改变可能还要激烈100倍。

### 张亚勤 百度总裁

■ 未来十年将会是B端市场红利持续释放的十年。AI化的云、AI为引擎的云，是未来工业4.0的真正推动者。作为一家平台级公司，百度AI正加速渗透各行各业，百度的智能云正在为包括农业、工业、医疗在内的传统产业提供创新发展的空间。  
(以上观点不代表本报立场)

# 社交创业没有停歇

张绪旺

风口经常有，夕阳产业会不会历久弥新？在互联网领域，对新概念趋之若鹜，也就导致已经出现了许多看起来“年迈”的老牌业务，比如浏览器、输入法、杀毒软件、播放器……

这些产品曾经都是行业热点，数十家甚至上百家企参与竞争，如今却是格局垄断、风平浪静，不再有热情的创业者和激烈的竞争事态。

例外也存在，比如电商、社交、资讯，总有新企业闯入，并且做得有模有样。实际上，电商和社交的垄断程度不亚于浏览器、输入法，占据优势地位的阿里、腾讯是整个行业公认的顶级公司，这些领域竞争残酷但依旧充满诱惑。

这几天，今日头条母公司字节跳动高调放话，要用新社交产品推动中国社交领域的创新；快播创始人王欣复出之后的重大战略项目也瞄准了社交……虽然上一次这么高调的子弹

短信已经落寞无声，但从小米(米聊)、新浪(微博)、阿里(来往)算起，挑战腾讯的企业从未退却，一浪高过一浪。

社交当然是迷人的，从用户量上看，浏览器、输入法也可以达到国民级，甚至拥有不错的用户时长和使用频次。但从商业价值的可行性层面，社交软件远非浏览器、安全软件可比。

说到底，互联网竞争跑不出人财物的范畴，掌握了这三大要素中的任何一个，就能成为巨头级别的公司。

BAT称霸因如此：腾讯牢牢掌握人的互动，阿里运营了最大的商业和金融交易，百度是老牌的信息资讯搬运工。

所以，表面上是来往、字节跳动、子弹短信不断冲击微信、QQ，网易考拉海购、拼多多、蘑菇街不断冲击淘宝、天猫，今日头条、趣头条、天天快报不断冲击百度，本质上则是创业新势力对人财物最本源的

渴望。

社交、电商、资讯，拥有最海量的用户群体，也就藏着最海量的创业机会。当社交整体市场规模只有1亿用户的时候，腾讯也是进攻的姿态，更能集中力量取得胜利。当社交整体市场规模达到10亿用户的时候，腾讯已经变成了防守的一方，用户群也会出现分层：Z世代2亿人、银发族2亿人、中产白领3亿人、小镇青年2亿人……

不同圈层的用户有不同的志趣和需求，微信是普适产品，满足最多用户的基本需求，在微信之外，不同圈层用户乐于尝试新鲜的、更符合本圈层特色的新产品。

比如陌陌专注陌生人交友，并未大规模进入熟人领域，一度背上了商业变现的巨大包袱。但陌陌坚持了下来，并等到了网络直播的机会，进而获得了巨大的收入和利润；微博也是如此，融合了社交+媒体的特色，走过大V时代，

又在网红经济获得了不错的商业收益；抖音更被认为是微信最有力的挑战者，它和快手分别出击，一个聚焦白领，一个聚焦小镇青年，用短视频+音乐串联起新的社交形态。

这些都是创业者的 new機會。不过，社交新機會并不意味着颠覆腾讯很容易。新进入的创业者，在宣传策略上炮轰腾讯没有错，但要认清现实。在没有革命性的介质(新智能设备)和技术(AI)出现之前，靠功能的微创新无法对腾讯构成本质冲击。

好在，机会永远留给有准备的人。陌陌、抖音、微博在独特圈层的社交尝试，是值得学习借鉴的榜样，它们伺机而动，持续施压微信、QQ，也推动了腾讯的变化，让整个社交市场不至于变成一潭死水。

类似的鲶鱼效应也在电商、资讯领域上演，更多创业故事的发生，才保证了中国互联网持续进步的活力。

### 43位乡村网红“入学”清华

## 第二届快手幸福乡村创业学院开幕

中通过快手售卖的农特产品占总销售额的一半以上，带动了村里数十户村民增收。

王娇这样的第二批带头人还有很多，涉及农产、文旅、非遗技艺和生态保护等多个方面，如因花式养鸡在网上备受追捧的甘肃小伙尚育康，大学毕业后返乡创业的银耳种植能手吴冰英，彝族非遗传承人、设计师阿牛阿呷，来自若尔盖大草原带领村民开环保民宿的衣扎等。

快手行动项目负责人张帆表示，本次带头人的选拔通过自荐加推荐多种模式进行，收到了近300份报名表，最终有23位符合条件的用户脱颖而出。“和首批带头人不同，这批带头人中有许多返乡青年和知识青年”，张帆称，他们将和20位首批“原生青年”带头人一起，学习系统性的商业管理知识和品牌营销理念。

截至2018年11月，首批20位带头人的产业总值已超过1000万元，直接带动逾500户贫困户增收，创造超过50个村民就业岗位，产业发展影响覆盖数百万人。

谈及快手，清华大学软件学院党委书记王斌表示，快手创始人宿华作为清华软件学院的校友，一直非常关注乡村发展。快手坚持的平等、普惠理念，让数以亿计的农民在互联网上记录和分享生活，发出自己的声音，收获了属于自己的独特幸福感。

王斌称，快手为乡村创业者成长提供了优渥的土壤，而致力于发掘和培养乡村创业人才的快手幸福乡

村带头人计划，更是为乡村人才培养添砖加瓦。今后清华大学联合快手将持续关注支持乡村战略发展、人才培养，与社会各界一道参与到乡村战略实践中来。

国务院扶贫办社会扶贫司安“指出，快手是一个有温度、有生命力的互联网产品，也在脱贫攻坚方面作出了积极的探索。通过培养幸福乡村带头人，助力贫困地区的发展。希望快手能够坚持精准扶贫、突出重点区域、抓好产销对接、完善工作机制。

快手市场品牌副总裁、快手行动总负责人陈思诺分享了快手“幸福乡村”战略的理念。她表示，快手是中国互联网史上首家真正做到给予乡村用户公平展示机会的平台。长尾化视频使乡村用户能够获得关注，展示生活，对自我身份产生认同感和自豪感，与用户当地文化和物产等的连接也产生了巨大能量。快手并不希望流量或者注意力只集中在5%的精英人群身上，而是能够分散到像王娇一样95%的普通人身上。

2018年，有超过1600万人通过快手平台获得收入，其中340万人来自贫困县区；全国贫困县，每五个人里面就有一个快手活跃用户。

据悉，快手“幸福乡村创业学院”学制一年，每年三期，由集中培训+机构参访+实地调研指导+线上快手课堂”等多个环节结合，辅以乡村创业论坛、幸福乡村说演讲等多种形式的交流分享活动。

2019年1月14日上午，第二届快手幸福乡村创业学院在清华大学拉开帷幕。养鸡小伙“暖暖的惬意”、侗族女孩“爱笑的雪莉吖”、导游“张家界旅游接待-周导”等43位在快手上拥有上千至数百万粉丝的乡村网红离开山村，“入学”清华大学，接受专业的商业创业、产业发展和管理教育培训。

此次活动由快手行动(企业社会责任部门)发起，清华大学·快手未来媒体数据联合研究院联合发起，国务院扶贫办·社会扶贫司和财政部扶贫办为项目战略合作方。

据悉，未来三天，43位快手幸福乡村带头人将参加电商训练营、商业技能工作坊，接受多位专家的商业技能培训；4位带头人代表将结合自身实践进行快手幸福乡村说“返乡经济学”演讲，就乡村发展进行分享与交流。

“我生活在农村，快手让我找到了归属感，通过快手我的生活也得到了改善。希望通过这次学习，提升自己，回去以后更好地服务农村。”拥有182万粉丝的快手乡村网红“乡野丽江娇子”，在第二届幸福乡村创业学院开幕式上代表43位带头人说道。

“乡野丽江娇子”真名王娇，2018年和丈夫开始通过快手记录和分享家乡特产和美食，很快就吸引了大量关注。如今，他们一个月销售农特产品3万多元，其