

· 微观点 ·

## 萨提亚·纳德拉 微软CEO

随着面部识别技术变得越来越普遍，人们越来越担心该技术被用于监视人们和侵犯隐私，在市场上，只要有竞争，那么正确使用面部识别技术和错误使用面部识别技术之间就没有区别，但科技公司的自我监管可能不足以应对它可能带来的社会威胁。

## 吴欣鸿 美图创始人兼CEO

2018年，整体经济形势不容乐观，互联网行业进入了寒冬，我们所在的“照片和视频”领域的竞争趋于白热化，美图也在过去这一年经受了前所未有的挑战。为了下一个十年的高速发展，我们主动在战略、项目、人员、预算上进行了调整，尽管有阵痛期，但我认为这是美图再次崛起的必经之路。

## 徐传 ■ 经纬中国创始管理合伙人

投资人很难在企业大的方向和创始人的性格上做一些大的变动，唯一能做的就是在他们比较落寞的时候，去提供一些帮助，基于投资人的经验和积累，去给出一些建议。这种建议不必多，但要足够有力。当然最终的选择还是在创始人自己手上。

## 封闭的原罪算谁头上

张绪旺

由于对百家号内容的收录比例问题，百度被冠上了封闭的骂名；这也不新鲜，过去、现在和未来，腾讯、百度、阿里、微博等一批巨头级企业，不可避免并将长期性与“封闭”、“垄断”脱不了干系。

对互联网是否越来越封闭的口诛笔伐，正从个别企业的偶然性，变为对整个行业竞争必然性的推导。

以前，封闭更像巨头与巨头之间的竞争手段，是战术策略，比如腾讯与360的大战，淘宝屏蔽百度抓取，微信封杀淘宝链接……都是量级相当的攻防。

后来，体量的平衡被打破，当腾讯屏蔽抖音、快手，百度不再收录地方站点，竞争之外，巨头是否涉嫌利用优势地位干扰市场竞争秩序，成了关注的焦点。

某种程度上，看起来“受伤”的小企业，往往是舆论上的胜利者，它们更容易获得用户同情。

但商业的规则、法律的准绳，不能盲从用户的情感寄托。

从技术变革角度看，PC互联网以网页（链接）为主导载体，依托

于同一个浏览器，产品与产品（公司与公司就是网页与网页的区别）通过网址跳转，是约定俗成的开放关系。

而到了移动互联网时期，App成为主导载体，每个产品独立地占领用户桌面，彼此跳转关上了大门，企业和用户竟然也习以为常。

仍以百度为例，如果还是按照搜索的生存模式，最受伤的反而是自己，毕竟信息的生产模式已经转移到微信、今日头条、新浪新闻……而这些App绝大多数是禁止百度抓取的。

因此，百度大力发展百家号，被逼无奈的成分，要远远高过主动为之。又有谁会比百度更留恋当年信息霸主的市场地位呢？

从竞争变革的角度看，互联网企业之间的竞争边界越来越模糊，以前搜索就是搜索、社交就是社交、电商就是电商、移动支付也只是移动支付，有野心的企业跨界显得非常刻意。

但App主导下，用户体系和账户系统是一个公司的命脉，互联网深入生活工作的方方面面，意味着

用户体系和账户系统拥有了完成商业闭环的能力，这比PC互联网时代更具商业价值。

对于企业而言，用户和账户是越来越重要的资产，以前是通过第三方售卖（主要是广告）完成商业变现，现在则倾向于付费和增值变现，在自家产品完成内循环。

当然，开放和生态仍然是腾讯、百度等企业的战略方向，只不过实现路径有了质的变迁：PC互联网时代的开放是导流，引导用户跳转到第三方企业的站点（网页等）；移动互联网时代的开放是赋能，吸引企业来到自家的用户池里建立站点（百家号、小程序等）。

以用户之名，是在判定封闭与否经常用到的原则，但未必仍然百分百有效。即便成为国民应用和数字基础设施，微信、百度、淘宝仍然是商业公司，不是社会公益——在满足用户需求的道路上，审慎谈判的态度要比激进的叫板更为有效。

开放和封闭的判定，就这样失去了传统标准，走向未来，孰优孰劣尚未可知。但有一句话不会失效：最终还是用户用脚投票。

## 见证文化新势力 B站UP主全年投稿量超1500万

1月26日，哔哩哔哩（以下简称“B站”）在上海举行首届BILIBILI POWER UP 2018年度UP主颁奖，向站内优秀的内容创作者（即“UP主”）颁发“年度最佳投稿奖”、“十周年成就奖”、“2018百大UP主”等奖项。作为B站首届面向UP主的线下颁奖，BILIBILI POWER UP旨在表彰在创作力、影响力、公信力等维度表现突出的UP主。2018年，UP主的投稿总数超过1500万，月均活跃创作者约57万，UP主助推B站内容创新明显。

## 月均活跃创作者约57万

2018年，一批风格独特的音乐作品进入公众视野。在网络走红的《我的烤面筋，融化你的心》《改革春风吹满地》，以及登上江苏卫视跨年晚会的《达拉崩吧》，先后成为时下的流行文化符号。这些作品都有一个共同的策源地——B站，如《改革春风吹满地》就是最早在2018年2月由作者“小可儿”上传到B站的一首作品。

根据B站2018年三季度财报，平均每月有约57万像“小可儿”这样的创作者活跃在站内。在B站，这些创作者被粉丝赋予UP主的称号，他们源源不断输出优质内容，构成B站社区生态的重要一环。

来自法国的UP主组合“hey信誓蛋蛋”凭借在过去一年居全站之首的粉丝增量，获得“年度黑马UP主奖”。入驻B站两年多，两位法国年轻人“钢蛋”和“铁蛋”制作了一系列脑洞大开的趣味视频，如水下打《英雄联盟》、用喷火枪烧牛排等，吸引到超过250万粉丝关注，成为B站上最知名的海外UP主之一。

当晚，备受瞩目的“年度最佳投稿奖”由鬼畜歌曲《我的烤面筋，融化你的心》斩获。作品以两位选秀

节目选手“面筋哥”程书林和“波澜哥”唐林康的表演为素材，由UP主“还有一天就放假了”重新剪辑编曲，成为走红全网的“洗脑神曲”。另外，“年度弹幕人气奖”由游戏UP主“中国BOY超级大猩猩”获得。过去一年，“中国BOY超级大猩猩”的作品累计收获超过170万条弹幕，单是代表作《中国式家长 | 这个游戏真的太真实了》一部，弹幕数即高达1.8万条。

2019年，B站即将迎来成立十周年纪念，为此特设“十周年成就奖”，表彰一批在过去持之以恒创作优质内容的UP主。最终入选的有“=咬人猫”、“墨韵Moyun”、“山下智博”、“LexBurner”、“ilem”、“伊丽莎白鼠”、“敖厂长”、“黑桐谷歌”8位UP主。其中“ilem”从2014年起在B站上传为虚拟偶像“洛天依”、“言和”等创作的歌曲，先后推出《普通DISCO》《达拉崩吧》等传唱度极高的音乐作品。

此外，BILIBILI POWER UP 2018还颁发了“年度新人UP主”、“年度最佳人气”和“2018百大UP主”等奖项，并在现场为去年底诞生的“BILIBILI Live Star”冠亚军主播颁奖。

## UP主年度投稿量超1500万

活跃UP主规模化的同时，内容生产力也在持续增强。在2018年三季度，由B站UP主创作的高质量视频贡献了平台整体89%的播放量。同时在过去一年，UP主的投稿总数已经超过1500万，同比增长138%。

为支持站内优秀UP主，B站在2018年推出了“创作激励计划”、“新星计划”等项目，向粉丝数、作品播放量达到一定级别的UP主提供官方补贴，并持续扶持优秀的新人UP主。2019年1月25日，B站又进一步推出了创作激励新秀奖，定期向粉丝数在5万以下，且内容垂直度、用户喜爱度和活跃度达标的激励计

划UP主予以奖励。

随着UP主激励体系持续完善，B站社区内容创造力日益增强。数据显示，过去一年加入激励计划的UP主总数超过10万人，加入计划的UP主投稿总量较去年提升113%，播放总量提升175%。

在社区整体保持高速发展的情况下，B站社区内容也呈现多元化态势。2018年，生活区成为B站投稿量增长最快的内容分区，增幅高达190%；另外娱乐、时尚、科技等分区的投稿量也均实现超过100%的增长。

B站成立近十年来，UP主群体不断扩大，并渐渐覆盖形形色色的圈层。其中既有来自细分专业领域的创作者，也有通过观看、学习不断成长的年轻爱好者，甚至还有在B站上分享退休生活的耄耋老人。如84岁的UP主“骨灰级游戏玩家\_杨老头”杨炳林老爷爷，2018年开始在B站分享自己打游戏的日常视频，成为B站上年龄最大的UP主。这些UP主虽然风格、年龄、国籍各异，但同样都通过不懈创作和分享，聚集起与自己有相同兴趣的粉丝。

## BILIBILI POWER UP 2018获奖名单：

年度黑马UP主：hey信誓蛋蛋

年度最佳投稿：还有一天就放假了《我的烤面筋，融化你的心》

年度弹幕人气：中国BOY超级大猩猩

年度最佳人气：敖厂长

年度新人UP主：凉下采桑、栗子没有小蛮腰啦、嫣然喜悦、宰成一米达、Ayasa绚沙、-TS映画-、紫颜-小仙紫、摄影师顾俊、百万剪辑狮、以泉映梨花

十周年成就奖：=咬人猫=、黑桐谷歌、LexBurner、敖厂长、山下智博、ilem、墨韵Moyun、伊丽莎白鼠