

· 微观点 ·

## 孙正义 软银CEO

■ 人工智能将是人类历史上最大的革命，智能机器人甚至将帮助提供我们基本收入保障。人工智能这个工具可能会变得比我们自己更聪明。

## 马化腾 腾讯CEO

■ 人类善用科技的智慧必须胜过日益强大的科技。确保人类在赛跑中获胜的关键在于，未来的孩子们是否能够拥有一双相互协调、同等强壮的“腿”：科技与文化。

## 李彦宏 百度CEO

■ 未来若干年，无人驾驶、自动驾驶的程度会逐步提高，普及渗透的范围也会越来越广，尤其是“最后一公里”的无人驾驶可能会提前实现。

## 孙丕恕 浪潮董事长

■ 应由制造企业和信息技术企业双轮驱动，应鼓励工业装备制造商与工业互联网平台运营商合作，加快企业全链条数字化改造。

(以上观点不代表本报立场)

## 知乎推出“盐选会员”

北京商报讯(记者 魏蔚)3月18日，知乎正式宣布推出“盐选会员”服务体系。相较于2018年知乎大学推出的“读书会会员”和“超级会员”，“盐选会员”围绕知乎全平台内容与用户服务进行了多项升级，核心涵盖“付费内容”权益、“社区功能”权益及会员用户的“身份权益”三大维度。

在新增的“社区功能”权益维度，用户可以通过首页关键词屏蔽、评论区发图等专属功能提升日常使用知乎的浏览、讨论体验。此外，知乎还新增会员专属标识、会员专属客服等会员用户的“身份权益”，在原有知乎大学一站式精选知识服务的基础上，知乎也对“付费内容”进行了权益升级。据悉，“盐选会员”所提供的增值权益将不会对知乎社区本身秩序和问答排序的公平性产生影响。目前，用户可以198元的价格订阅知乎“盐选会员”一年期服务。原有知乎“超级会员”将自动无缝升级为新的“盐选会员”。

这不是知乎在会员服务上的唯一布局。3月8日，知乎会员与京东PLUS会员达成深度合作，共同推出“京知联名会员卡”。用户现在购买“盐选会员”，可同步获得京东PLUS会员，享受会员专享价等购物特权，还可以在京东App内领取爱奇艺VIP，享受爱奇艺相关视频权益服务。

同期，知乎大学事业部也更名为知乎会员事业部，更明确将会员业务作为公司战略发展目标之一，知乎大学作为支持专业内容生产者生态的服务体系将继续保留。

截至2019年1月，知乎拥有超过2.2亿用户，其中大部分为18-35岁、追求自我提升的年轻人。针对此次“盐选会员”的推出，知乎创始人兼CEO周源表示：“我们认为会员应该是用户获取可信赖解答的重要方式，应该成为知乎内容消费的第二场景，应该和社区内容有更深入融合。我们希望把知乎的‘盐选会员’服务打造为全网优质付费内容的精选，并且与社区平台深入整合，进一步丰富和完善知乎的商业模式。”

抛砖引玉

## 内容平台对做号没那么慷慨

张绪旺

“露露事件”将内容创业又推向了争议风口。如果说咪蒙类公号是挑战民众的情绪底线，露露这样的做号集团，看起来无伤大雅，就好像茶余饭后的文字版，揪住内容本身都是糊涂账，最后变成“存在即是合理”。

人民需要娱乐，需要高质量的娱乐，平台需要解决的可不只是素质和水平问题，因为还有商业流量在作祟。通常来说，娱乐八卦、坊间传闻，做号集团能够轻松打造10万+，从内容平台分走真金白银，某种程度上，它们投机取巧的力度比原创风格的咪蒙还要大。

但悖论的是，从舆论层面，露露们打造的内容确实争议不大，老百姓看了最多揶揄疑惑“这是假的吧”，最多臭骂几句“真是标题党”！

八卦娱乐，一直是内容平台最重要的流量池子，从论坛、博客时代延续至今，在微博、微信、头条、企鹅号等新媒体狂潮中大放异彩。原因很简单，技术门槛越来越低，

受众群体越来越广。

有明星就有噱头，有噱头就有点击，有点击就有广告……这是成熟到不能再成熟的商业模式。很多人觉得资讯传播变了，从中心化编辑模式，变成了去中心化的个性分发，是最时髦的信息流业务。但对流量来说，没什么本质的变化，以前大家看同一个八卦，现在每个人看到每个人关心的八卦，八卦更多流量更大，平台更赚钱。

为什么写娱乐传闻的露露比写科技深度的三表更赚钱，就像解答为什么偶像剧男一号比偶像剧编剧更赚钱一样困难。

但困难不代表责任方不去尝试着解决，普通百姓可以说存在即是合理，平台不能。除非这个平台表明“我就是打造娱乐八卦聚散地”，显然腾讯、网易、头条、微信都不是这样的定位，反倒是趣头条敞亮得多。

更何况做号集团干的活儿，能够从技术层面进行甄别。内容

平台的第一要义是扶持优秀的内客创作者，创作不是精英文化，也绝非毫无门槛。对于平台公平和内容生态长远发展看，做号集团真的无一是处，它们可以是广告分销商，可以是流量运营者，但与内容没有关系。

从互联网的属性看，以流量论英雄看起来合理，看起来是受众投票，但营销技巧层面超越了内容价值本身。

从这个维度，新闻客户端和共享单车没啥本质区别，可以通过各种噱头吸引用户，但时间久了，没有核心的吸引力，厌倦了肤浅体验的用户就会离去。

当然，这些顾虑在特定的竞争节点，内容平台根本不在乎，KPI压力仍会指引各种扶持政策对流量示好，对于做号集团，只要不碰触敏感话题，内容平台没那么慷慨，行业的觉醒还得等市场进一步集中，等受众学会理性地用脚投票。

## 周鸿祎:5G时代，安全应跑在速度前面

“4G改变生活，5G改变社会”已是全球共识，5G带来的不只是网络速度的变化，它将全面渗透生活，引发一系列产业革命，成为经济增长新引擎。

过去一年，全球5G标准冻结，中国正式发放5G商用牌照，推动我国5G商用步入产业冲刺“快车道”。截至目前，中国提交的5G国际标准文稿占全球的32%，主导标准化项目占比达40%，推进速度、质量均位居世界前列。

在上月结束的世界移动通信大会上，中国参会厂商展示的5G产品及解决方案备受瞩目。但5G的大幕才刚刚拉开，“唯快不破”不是5G发展的唯一真理。任何技术都具有两面性，当世界乘着5G的翅膀全速前进之时，我们更应该理性地看待5G速度。

“随着5G的落地商用，AR、VR以及AI这些交互技术肯定会迎来大发展，其中的新业务、新架构、新技术，都对安全提出了新的挑战。”360集团董事长兼CEO周鸿祎表示，新技术带来的安全问题，传统攻防思路、人工防御肯定要被淘汰，要靠技术升级来解决。

周鸿祎指出，5G在网络安全方面最大的挑战在于它构筑了万物互联的基础，海量IOT设备的普及和数据的传输成为可能。未来联网设备将数以百亿计，每一个都可能成为攻击的切入点，防不胜防。网络安全

全从虚拟的网络空间直接映射到现实世界，网络威胁扩展至国家安全、社会民生安全以及人身安全等。”

以自动驾驶为例，凭借高带宽、低延迟、大容量数据传输等特性，5G成为推动自动驾驶全面落地的关键技术。然而，自动驾驶汽车所搭载的部件、系统对5G网络的高度依赖，也加剧了安全风险。例如自动驾驶搭载的视觉感知安全系统会被有针对性地攻击欺骗，导致车辆急停（或者发出错误指令），传统安全防护机制已不能满足自动驾驶网络的安全需求，需要在自动驾驶普及前，推出新的安全防御机制。

上述案例只是5G时代安全风险的“冰山一角”，作为万物互联的全新引擎，5G带来新的技术、新的赛道、新的商业模式，也开拓了纷繁复杂的应用场景。然而场景越复杂，安全问题就越多。5G安全风险已经从网络空间全面渗透到物理空间，关乎个人、行业乃至国家安全。“新技术带来的安全问题，要靠技术升级来解决。”周鸿祎认为，解决万物互联时代的安全问题，能够防范的唯一方法就是利用基于大数据的人工智能。

“网络安全是一个整体，5G时代需要网安产业、互联网企业、传统制造业等协同合作，把安全生态做起来。”为此，作为全国政协委员，周鸿祎在今年两会带来了一份“统一安全大数据，共建国家级网络安全大

脑”的提案，建议将国家级网络安全大脑列为国家重大工程专项，并在新型举国体制的建设过程中，加快推进国家级网络安全大脑建设。

5G技术革命决定了中国能在全球科技竞赛中走多快，然而5G安全防御将决定中国能走多远。放眼全球，各国在加速5G落地的同时，已纷纷开启全面的5G安全布局，预计到2030年全球5G安全市场规模将达到75.3亿美元。

没有信息安全，就没有国家安全。而在复杂的网络环境下，传统网络安全防御体系已经不能解决问题，需要将5G安全核心技术的“命门”掌握在自己手中，形成适应中国5G发展的安全免疫系统，进而构建一个中国5G的大安全生态。

去年360提出“安全大脑”战略，基于新型物联网环境下，利用大数据、人工智能、区块链技术等，将安全防御从网络空间延伸至物理空间，实现安全问题的自动化、智能化响应和处置。

正如5G时代的繁荣需要政府、运营商和各行各业共同努力，5G下的大安全生态也需要产学研各方通力合作。网络安全形势越来越严峻，我深感压力和责任重大。360作为国内最大的网络安全企业，要承担自己的使命，发挥自身的技术、人才、数据等优势，为国家安全、社会民生安全贡献价值”，周鸿祎表示。