

· 微观点 ·

抛砖引玉

周鸿 ■ 360 CEO

■ 时下80%的智能硬件其实并不是真智能，真正的智能硬件需要连接人工智能和大数据，做到端云协同，融入边缘计算。发力IoT(物联网)，不是要做小家电和百货铺，而是利用IoT产品连接用户，并与云端服务器紧密结合在一起，解决物理安全威胁，解决现实生活中的家庭安全问题。

雷军 小米CEO

■ 新一轮创业，需要稳健、高质量、高速发展，在这些约定词下面，需要全年提升管理能力，使发展可持续，也要保留“玩者之心”，把产品做得好玩、有趣。为用户提供有价值的东西就一定会挣到钱的——小米的目标就是“挣一点点钱，就像小费一样”，所以早期的小米的生意模式就是小费模式。

马化腾 腾讯CEO

■ 资本对于互联网产业的追逐有周期性，去年可能比较热，现在我们感觉是比较冷静的，但我们看到产业互联网的春天才刚刚开始。中国的创新红利更值得关注，它还远远没有发挥出来。过去40年，我们打下了良好的产业基础，并培养了越来越多高素质的人才，这为各行各业的转型升级、实现高速度向高质量发展转变创造了良好的条件。

(以上观点不代表本报立场)

· 速读 ·

将门服务升级聚焦“AI落地”

北京商报讯(记者 魏蔚) 将门技术社群活跃着10000位人工智能科学家和学者，将门发掘引擎已追踪110000家创业公司，为800多家科技创新创业企业连接标杆企业客户，与超过50家世界500强和中国行业龙头企业达成深度战略合作，投资了数十家早期智能科技创新公司。”将门CEO高欣欣3月30日在“将门2019年度创新峰会”上公布了将门三周年成绩。

连接大企业和创业企业的“开放式创新服务”全面升级为“将门创新落地服务”，将门战略合作副总裁魏战一表示：“未来将门将以一线需求为前提定义落地场景；以场景实现为目的搭建方案架构；以商业化部署为目的挑选创业企业伙伴；以量化的结果验证创新。”

这一次危机，腾讯无法佛系

张绪旺

年方二十，腾讯真切感到了苦楚，相对而言，上一次轮回的“3Q大战”，只是对外关系的温和回收，还借机夯实了社交基础，在移动互联网战场无往不利。

谈及伤筋动骨，以内部变革为信号，这一次才是真格的，当年的声泪俱下或者“一次艰难的决定”都只是小打小闹。

前所未有的变局正在考验腾讯：于外，阿里、百度、头条……强敌环伺，还要饱受“投行化”的批评；于内，游戏支柱地位一步步降低，在政策收紧和舆论压力下，这个现金牛的不确定长存。

当然，腾讯面对的还有更猛烈的，在2C转向2B的基调下，几大事业群的调整重组，伴随着规模不小的裁撤行动，而且面向的是功劳苦劳俱备的10%的中层干部。

这种大刀阔斧的狠辣手段，在腾讯历史上是罕见的，无论经历何种自身和行业寒冬，腾讯人员调整都是行业中最稳妥的变现，没有刀光剑影，也不见残酷血光，但这一次腾讯不一样。

对比BAT，阿里和百度都曾经弘扬

过狼性文化，对内对外喊打喊杀，腾讯一直比较佛系，那是建立在现金牛和产品根基的“双人转”基础之上。

现金牛领域，是投资+游戏：腾讯建立了游戏为根基的娱乐帝国，把免费和付费玩得风生水起，还通过有效的投资并购组合建立产业护城河，并获得不菲的投资回报。

产品维度，是QQ+微信，有传承，有升级，更有主次地位变迁，双保险的产品架构，护航腾讯从PC互联网，安全跨过移动互联网的深水区。

但现在，前述内外变局，打破了腾讯二元商业模式的安全堡垒。

在现金牛和产品战场，腾讯是防守的一方，要遭遇阿里、百度、头条的连番冲击，头条系已经冲进了社交的大本营，阿里又在投资领域寸土必争。

更重要的是，以产业互联网为核心，百度、阿里在人工智能、云计算两大领域的渗透程度，都要强于腾讯。

放到PC互联网，这类B2B业务只是科技产业的一个分支，而且前途不确定。但走向未来，人工智能和云计算，成了整个科技产业的基础支撑。可以大胆地想象，未来的社交、电商、资讯、支付……都是建立在人工智能和云计算的基础之上。

这并非危言耸听，环顾全球，上一个科技时代的胜利者，也就是消费互联网的得益者，都在遭遇巨大危机。美国的苹果，霸主地位不断被亚马逊、微软反超，后两者正是云计算、产业互联网占据优势的企业。

而在国内，腾讯无疑是类比苹果的那个消费互联网得益者，压力如出一辙。

以马化腾推崇的“互联网+”为例，以前可能是简单的“社交+”，也就是微信+、QQ+，只要给第三方企业导用户、导流量就行了。

但现在，互联网+，是IT基础设施+。BAT需要提供的，在流量之外，更重要的是算法、算力和数据，也就是人工智能(AI)、大数据(Big Data)和云计算(Cloud Computing)恰是产业互联网最关键的ABC。

面对这一次危机，腾讯无法佛系。

要文化也要收入 快手助力非遗带头人

他留族服饰……

“浪漫侗家七仙女”即为典型案例，她们来自贵州省黎平县尚重镇盖宝村，该村是侗族文化保存非常完整的村落。从2018年上半年开始，七仙女在快手上持续发布以侗家传统文化和村寨生活日常为主的短视频。唱侗歌、织侗布……一个生活在现代都市的人打开她们的快手，可以欣赏到来自黔东南侗寨原生态的非遗文化。

现在“七仙女”在快手上拥有15.4万粉丝，每天仅直播收入就达到1500元左右。快手是一个年轻人用户占比超过80%的平台，很多非遗文化可以由更多年轻人活化、演绎和传承。快手内的非遗内容非常丰富，视频发布数量排名前十的非遗内容里，仅秦腔就有94万多条、秧歌79万多条、面人52万多条、豫剧43万多条，其他还有火把节、庙会、竹马、象棋、晋剧和玉雕等。

对于如此海量的非遗内容，快手也进行了更深的探索——促进非遗知识付费市场化，使得非遗传承人获得实实在在的收入同时，影响了更多潜在传承者。

快手课堂是2018年中推出的学习服务平台。“传统文化”是快手课堂收获最多惊喜的板块。快手课堂里的非遗老师多达67位，总共开设了502节非遗课程，覆盖3万多付费学习者。其中，拥有18万粉丝的唢呐老师陈力宝通过快手课堂收入达40万元。

2018年10月26日，四川凉山彝族服饰文化传承人、快手非遗带头人阿

牛阿呷，携个人作品“白云间”在北京饭店金色大厅中国国际时装周惊艳亮相。这是阿牛阿呷首次举办现代时装秀。

得益于快手的产品形态，快手上的非遗传承者已经摸索出了一条成熟的非遗文化传播之路。而快手发起的“快手非遗带头人计划”是非遗老铁的二次进阶。

张帆表示：“非遗带头人计划将主要分为‘教育+加速器+社区模块’三个部分。”此前快手在国内推出了快手幸福乡村带头人计划，这是国内首个关注乡村创业者的互联网企业社会责任项目，也是国内首个乡村创业者成长孵化器。项目通过提供创业教育、资源对接和同伴社区等多方式全链程服务，为乡村创业者提供创业支持。2018年，带头人计划已经成功培养了43位乡村创业者，培育出25家乡村企业/合作社，全年总产值超过1500万元，其中，就不乏乡村非遗传承人。

接下来，在文旅部非遗司的支持下，快手将着重打造“快手非遗加速器”，发掘50名乡村非遗传承人，入选快手幸福乡村带头人计划，并为其提供商业和管理教育、产业和品牌资源等。此外，快手会在重点地区建立非遗传承工作站，同时还将通过互助社区给非遗带头人提供更多支持，目标落地5个传承工作站，打造5个依托当地非遗土壤和传承文化的非遗品牌，为当地更多普通的非遗传承人提供非遗就业机会。