

点名BAT扩大封禁面 美国滥用“净网”

打击面最广

此次美国“净网计划”涉及运营商、应用商店、App、云计算厂商、电缆等方向，并点名了华为、阿里、百度、腾讯等中国互联网企业。

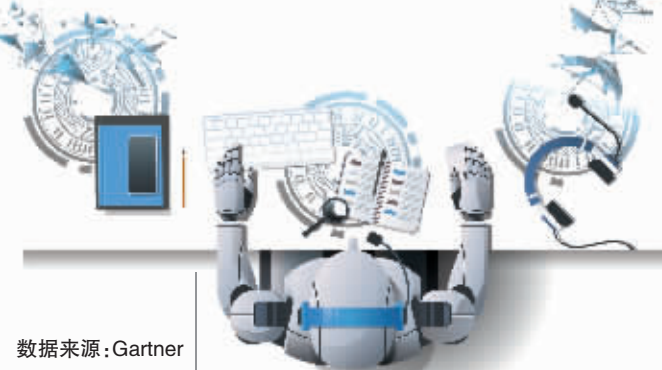
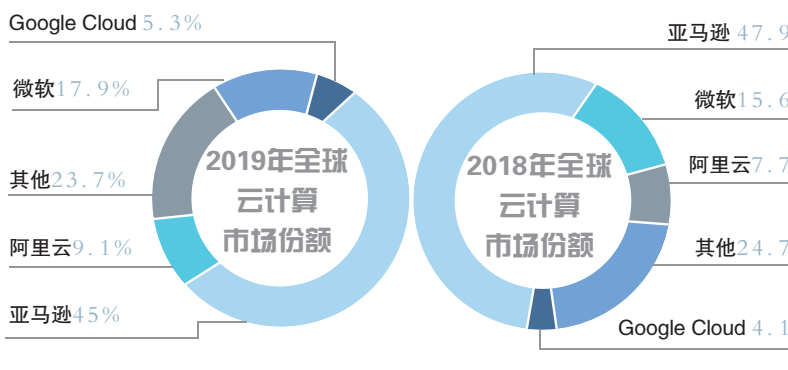
具体举措包括：确保不受信任的中国运营商不与美国电信网络连接；从美国移动应用商店删除不受信任的应用程序；防止不受信任的中国智能手机制造商在其应用程序商店预装或以其他方式提供可下载的可信应用程序；防止美国公民最敏感的个人信息和企业最有价值的知识产权被存储和处理在云系统上，这些系统可以通过阿里、百度和腾讯等公司访问美国的外国对手等。

蓬佩奥声称，TikTok和微信等中国App“正收集美国公民的数据”，对“美国公民的个人数据（安全）构成了重大威胁”，敦促苹果、谷歌等手机应用商店下架这些“不可信任的”中国App。

蓬佩奥还瞄准了阿里、百度、中国移动、中国电信和腾讯等多家中企，称美国国务院将与其他政府机构合作，通过阻止这些云端服务提供商的访问，以保护美国公民的数据和包括新冠疫苗研究在内的知识产权。

针对这一计划和论调，据央视报道，在8月6日的外交部例行记者会上，外交部发言人汪文斌表示，蓬佩奥等美国政客一再以维护国家安全为借口，滥用国家力量打压遏制中国高科技企业，中方对此坚决反对。美方有关做法根本没有任何事实依据，完全是恶意抹黑和政治操弄，其实质是要维护自身的高科技垄断地位，完全违背市场原则和国际经贸规则，严重威胁全球产业链供应链安全，是典型的霸道行径。

继施压华为、TikTok后，美国政府又一次且更大范围地“封禁”中国科技公司。8月6日，据环球网报道，美国国务卿蓬佩奥在当地时间8月5日，宣称美国正在加紧从美国网络中清除TikTok和微信等所谓“不可信任的”中国App。这是美国“净网计划”的最新措施，包括防止“各种中国电信公司、中国云计算服务商访问美国公民和企业敏感信息”。同样是无理由指控和威胁，但相比针对华为、TikTok，这次美国对中国科技企业的打击面更广。但美国的长臂管辖对中国公司的业务影响不大。在全球竞争中，能影响中国科技公司发展的还是市场创新能力。



数据来源：Gartner

汪文斌强调，许多目前被美国单边制裁的中国企业都是无辜的，它们的技术和产品也是安全的，从来没有发生过一起类似“斯诺登事件”“维基解密”的网络安全事件，也没有发生过一起类似“棱镜门”“方程式组织”“梯队系统”的网络监听监视行为。美国自身满身污迹，却大谈什么“清洁网络”，这纯属荒谬可笑。

和美国前几次无理由打击相比，这次是涉及中国科技公司最广的一次。如果说美国政府打压华为是局部行为，那这次点名一系列中国公司，就是试图拉一个联盟来进行打击。这说明美国的相关政策是双标行为。”艾媒咨询CEO张毅向北京商报记者表示。

抹黑中企

不过，有海外媒体也指出，蓬佩奥的讲话

并没有给出“最后通牒”，也不具备约束力。

针对“净网计划”可能引发的下一步动作，截至北京商报记者发稿，上述涉及企业尚未回应。

近段时间，以安全为由施压中国科技企业，是美国惯用招数，经不起推敲。在阻止华为、TikTok等公司业务时，美国就以“国家安全”为由，但均被当事企业否认。

在上个月英国决定停止在5G建设中使用华为设备时，华为英国发言人Edward Brewster明确表示：此举源于美国贸易政策，而不是安全问题。”

不久前，TikTok方面也表示，美国用户的数据是安全的。

在2019年遭受质疑和攻击时，TikTok就针对一些美国议员要求对其进行“国家安全调查”发表过声明：所有美国TikTok用户的

数据都存储在美国境内，并在新加坡为数据库建立备份系统。

但美国政府和企业仍数次在公开场合抹黑中国企业。2019年10月19日，Facebook CEO扎克伯格在发表演讲时点名攻击TikTok；在不久前举行的反垄断听证会上，他又称Facebook正受到中国社交媒体应用的“威胁”，尤其是在美国的TikTok，还窃取了Facebook的技术。

对此，TikTok美国总经理瓦妮莎·帕帕斯回应称：在安全性方面，我们正在开发最安全的应用程序，因为我们知道这才是正确的做法”。

在最新发布的声明中，字节跳动也直指Facebook抄袭和抹黑：字节跳动始终致力于成为一家全球化公司。在这个过程中，我们面临着各种复杂和难以想象的困难，包括紧张的国际政治环境、不同文化的碰撞与冲突、

竞争对手Facebook的抄袭和抹黑。”

影响力有限

其实，这波打击对中国科技公司的业务影响不大。以云计算行业为例，公开资料显示，阿里云在美国弗吉尼亚和硅谷分别有两个可用的数据中心。腾讯云在美国硅谷、弗吉尼亚已开放区域服务，在达拉斯有海外合作的基础设施。

但一位云计算从业人士告诉北京商报记者：一般中国云计算厂商出海，服务的大多是中国出海的企业，海外业务只是云计算厂商的一部分，企业的重点还是在国内。AWS、Google Cloud和Azure是美国本土云计算企业，也是头部企业，所以中国云企业在东南亚下的功夫更多”。

目前尚无公开的第三方数据披露各大云计算厂商在美国的市场份额，但是可以从全球和亚太云计算市场份额中看出企业的业务重心。Gartner数据显示，2019年全球云计算市场AWS、Azure、阿里云是行业前三名，市场份额分别是45%、17.9%、9.1%。在亚太市场，阿里云、AWS、Azure位列前三，相应市场份额分别是28.2%、17.5%、11.8%。

文渊智库创始人王超也认为，美国“净网计划”管不住中国科技企业，理由在于：互联网主要是网络效应，不存在底层硬件问题。互联网的协议是世界公开的，这些都不掌握在美国的手里，当初蒂姆·伯纳斯·李发明了互联网协议，但放弃申请发明专利，这避免了互联网掌握在某一个国家手中。所以除了硬件基础设施，互联网竞争都是自由平等开源的，长远看，影响科技公司的还是其本身的创新能力。”

北京商报记者 魏蔚

拥抱数字化浪潮：碧桂园的“快人一步”和“高人一筹”

2020年是房地产行业数字化变革的关键年。疫情带来消费习惯的改变，也加快了各行各业营销模式的变革。随着产业互联网时代的到来，各行各业正在逐步实现全流程线上化，在房地产行业，线上找房已经成为重要的购房渠道。面对房地产市场的新变化，碧桂园以其前瞻性为客户带来优质的“云购房”体验。

前瞻性决定着快人一步，在其他房企“手忙脚乱”铺展之时，碧桂园便显得游刃有余，其所需要做的就是再“深造”，以提供更精准更全面的服务。近期，碧桂园对其“云购房”平台功能进行了全面升级，实现线上“一站式”购房。在平台塑造上，碧桂园并不只有单纯对外“营销”，在给广大客户提供优质产品的同时，碧桂园更希望为业主之间搭建一座对内的社交桥梁。

拥抱数字化浪潮，碧桂园以“快人一步”入局，并以“高人一筹”走在房企前列。



一系列购房流程。

通过无人案场，客户可以线上自主预约、零接触线下看房、自助认购，实现数字化营销闭环。运用行业领先的科技手段赋能重构售楼场景，引爆线上线下一体化品效营销裂变，碧桂园数字营销又一次走在了行业前列。顺应消费习惯的改变，碧桂园的“云”服务能力也在不断推陈出新。

“一站式”购房体验

随着产业互联网时代的到来，各行各业正在逐步实现全流程线上化，在房地产行业，线上找房已经成为重要的购房渠道。为此，在今年7月24日，碧桂园对凤凰云平台功能进行了全面升级，真正实现线上“一站式”购房。

在过去，地产行业一直无法解决一个痛点，就是完成线上交易的闭环。如今，随着电子签名法在房产行业的逐步健全，凤凰云利用了最新的人脸识别技术和电子签章技术，成功推出了人脸识别在线认购功能。

在完成在线交易后，业主通过凤凰云就可以查看自己房产的电子协议和电子发票；也可以缴纳楼款、契税、维修基金等款项；甚至还可以随时查看到自己房产的工程进度、办证进度，最终，实现一个完整的线上化购房流程。

作为官方自营购房平台，凤凰云线上房源能确保信息真实、价格透明，同时每天有3万多名官方认证的销售顾问为客户提供专业咨询服务。截至7月中旬，凤凰云已经上线了碧桂园全国1700多个项目房源，覆盖32个省份、265个城市。

据了解，目前凤凰云已陆续上线视频看房、VR看房、VR带看、直播看房等多种看房方式。例如，最新上线的VR带看功能让看房更加真实可感，通过手机同屏功能，销售顾问和客户同时进入VR样板间，顾问讲到哪里客户看到哪里，全天候实时地进行讲解，随传随到，真实地还原了传统线下购房体验。

统计显示，去年6月上线以来，截至今年7月中旬凤凰云累计访问量约4亿2千万人次，通过凤凰云促成的交易金额累计超2488亿元。

另外，还有一组很有意思的数据，凤凰云平台上记录的线上认购最早的时间，是凌晨4点16分，来自2月因疫情封城的湖北黄冈的一位用户，真正实现了随时随地在线看房、选房、购房。

“内外兼修”的成功逻辑

亮丽的成绩单背后，是碧桂园“内外兼修”的成功逻辑，其通过合伙人计划对外扩容，也通过“园圈”板块对

内增值。

据了解，碧桂园在凤凰云平台启动了凤凰云百万合伙人计划，该计划类似于互联网时代的“零工经济”。事实上，早在2014年，碧桂园便通过凤凰云平台鼓励业主、员工推介成交佣金，此次凤凰云百万合伙人计划在原有推介机制的基础上进一步优化。

例如，碧桂园创新推出“一人一店”模式。在凤凰云平台，用户一分钟内就可以快速开店，将碧桂园的楼盘、优惠活动、合伙人推广任务添加到个人店铺，打造一家个人线上房产店铺，形成长期稳定的副业平台。凤凰云还提供多样化传播工具，帮助店主充分利用自己的朋友圈资源，找到有意向买房的客户；同时，碧桂园专业的销售顾问可以在线接待客户、解答问题，并服务客户办理相关手续。

传统营销平台的激励，都是以成交为前提，只有成交了，才能获得佣金收益，但是凤凰云采用了“访问-报名-到访-成交”的分段激励机制，通过合伙人的分享转发带来的每一个点击、每一通咨询电话、每一个到访，以及最后的成交，都可以获得数额不等的佣金提成，带来实打实的收入。

通过凤凰云平台分享，用户在推荐好友成为合伙人之后，好友的推介成交也能为用户带来佣金奖励。通过这样的方式，用户不仅可以轻松开启“躺赚”模式，还可以在低成本低投入的情况下，发展属于自己的营销团队。

在平台塑造上，碧桂园并不只有单纯对外“营销”，在给广大客户提供优质产品的同时，碧桂园更希望为业主之间搭建一座对内的社交桥梁。为此，碧桂园宣布将打造“碧桂园生活圈”，简称“园圈”，并在凤凰云平台上上线了“园圈”板块。业主只需进入“园圈”，便可享受专属活动与系列福利。

围绕业主生活的方方面面，“园圈”整合了碧桂园集团核心联盟企业资源，覆盖教育、生活、健康、旅行、居家和购物，让业主享受专属的配套福利与生活便利。同时，碧桂园各区域还整合了当地热门商家资源，为业主提供消费福利。例如，海南区域整合了三亚当地1442家联盟商户，解决全国各地业主前往三亚吃喝玩乐所需；在广西，有联盟商户4302家；在山东，有联盟商户6926家。

分析认为，碧桂园作为全国领先的房企，在数字化浪潮中迭代升级线上产品凤凰云，既是商业大变局中的灵活应变，也是对消费者体验的不变坚守。从“凤凰云”的升级来看，只是将销售在线化不是其终极目标，碧桂园正在让凤凰云“线上社区”名副其实。

展望未来，凤凰云将构建一种新的不动产网络关系，打造以人为本、体验优先的虚拟智慧社区。在智慧生活时代，碧桂园未来可期。

走在行业前列的“云”服务

一切改变都源于消费习惯的改变，而对于这一改变碧桂园似乎早有预见。

早在2019年6月，碧桂园便推出了自主研发的“凤凰云”全国直营购房平台，该平台囊括了微信小程序端和PC端，将找房、看房、选房、购房等买房的各个业务模块都汇聚“掌上”，相当于碧桂园的线上官方旗舰店。凤凰云平台的推出意在便利，节约选房时间的同时，也减少了信息的不对称，用户只需要一部手机，就能轻松完成买房的全流程业务办理。

今年初，减少外出成为最有力的防疫手段，无奈“宅”文化的兴起，也让线上营销成为重点的开拓场景。销售压

力下，房企纷纷选择“线上”卖房。克而瑞监测数据显示，截至2月中旬200强中有143家房企重启或新推出线上售楼处，107家房企推出集团或区域自有平台线上售楼处，搭建小程序达到了85家，其中集团小程序为64家。

在危机中寻找机遇，在困境中谋求发展。前瞻性决定着快人一步，在其他房企“手忙脚乱”铺展之时，碧桂园便显得游刃有余，其所需要做的就是再“深造”，以提供更精准更全面的服务。

据了解，在疫情期间，依托于集团自主研发的ASM自助购房一体机和凤凰云线上平台，碧桂园首创“无人智慧案场”正式上线：“无人智慧案场”具体是什么？举例来说，客户在售楼部自助扫描案场内的二维码，即可叫“顾问讲解”，尽可能减少交流接触环节；客户只需带上银行卡和身份证，通过ASM自助购房一体机，就可以自助办理认购等