

# 深夜致歉 WPS的诚意够不够



## 误会?道歉

针对用户有关《WPS隐私政策》的质疑，WPS在11月18日发布致歉声明。

WPS感谢用户对《WPS隐私政策》中的一些表述所提出的关注。特别是关于美化功能及其对用户文档处理方式的描述，我们在细致审查后，深感之前版本的表述为用户造成了困扰。后称已经更新《WPS隐私政策》，去除了容易引起误解的表述，并确保其内容与实际操作严格对应。所有用户文档不会被用于任何AI训练目的，也不会未经用户同意的情况下用于任何场景。

11月16日，金山办公宣布旗下具备大语言模型能力的人工智能办公应用WPS AI开启公测，AI功能面向全体用户陆续开放体验。据报道，公测前一天，WPS更新了隐私政策。

更新版提到，“为提升您使用我们提供的包括但不限于在线文档美化、在线PPT美化、

在线表格美化的AI功能的准确性，我们将对您主动上传的文档材料，在采取脱敏处理后作为AI训练的基础材料使用，同时请您放心，我们将采取严格的安全措施和技术手段对该资料进行去标识化处理，以降低其他组织或个人通过去标识化处理后的个人信息识别到您的风险、保护您的个人信息”。

尽管金山办公最新版隐私政策中，已搜索不到上述内容，但用户似乎并不放心。“训不训练用户也无法知道”“这可不是容易引起误解的描述”……用户的质疑集中在以上两点。对于“不存在表述有歧义”的用户质疑，金山办公相关人士向北京商报记者强调，“所有用户文档，不会用于任何AI训练的目的”。

## 会员权益仍不明

此前，WPS也曾发现过与用户隐私相关的麻烦事。2020年9月，广东省通信管理局批

露的一批存在侵害用户权益问题的App中就有WPS Office，WPS Office 12.6.1版本涉及征得用户同意就开始收集个人信息或打开可收集个人信息的权限等多个问题。

隐私也不是WPS近年来与用户的唯一矛盾。2022年7月中旬，WPS因文件被锁事件登上社交平台热搜。

根据WPS当时的说法，“一位用户分享的在线文档链接涉嫌违规，我们依法禁止了他人访问该链接，此事被讹传为WPS删除用户本地文件”。次日，“WPS文件被锁”当事人却向媒体透露：5月自己100多万字的小说文稿当时确实被WPS封锁，无法打开使用，但从未说过本地文件被删，且在与WPS沟通过程中，WPS方曾承认是审核系统误判了敏感词，并承诺将加强系统检测漏洞。

深夜致歉、更新隐私政策，WPS的一系列动作并没有让用户满意。用户还吐槽了WPS最晚2023年底彻底关闭广告的计划。2023年三季度，WPS母公司金山办公的互联网广告及其他业务营收6782万元。虽然金山办公相关人士向北京商报记者回应：会信守关闭广告的承诺，但第三方观察者对此持怀疑态度。让外界打问号的，还有金山办公冲高回落的股价、股东的减持计划以及日益偏科的营收结构。

截至北京商报记者发稿，在黑猫投诉平台输入关键词“WPS”，会出现超9000条投诉，大部分与会员服务有关。

2023年3月，北京商报记者曝光的WPS付费会员权益不明的情况也依然存在。目前WPS向用户提供超级会员Pro、超级会员两种会员服务，其中超级会员Pro享受超级会员权益、文库套餐、个人云空间1T、简历服务套餐、翻译500页/月、模板下载800次/月。

实际上，除了超级会员Pro、超级会员服务，WPS用户还可能遇到需要额外付费的增值服务——“海报权益”。进入WPS稻壳频道的海报页面，亮色的开通海报权益入口就出现在首页显眼处。这一权益也包括模板下载、版权图片、字体等。提到此情况，WPS相关人士保持沉默。

一来一回后，WPS相关人士对当事人最新发声未予回应。多位网友则分享了自己曾被WPS锁文的经历。

用户也常常因会员服务问题吐槽WPS。

对于大模型新风口，WPS则十分高调。

## 会不会彻底关广告

对于大模型新风口，WPS则十分高调。

4月中旬WPS AI首次对外亮相，7月上旬WPS AI官网上线，9月下旬基于大语言模型的智能办公助手WPS AI接入金山办公全线产品。

对于未来，金山办公CEO章庆元定下了三个战略方向，金山办公将WPS AI定位为“大语言模型的应用方，锚定AIGC（内容创作）、Copilot（智慧助理）、Insight（知识洞察）”。

“在线办公工具和大模型的结合是比较确定的发展路径，金山办公向AI靠拢是趋势使然，算不上占了先优势。”比达咨询分析师李锦清向北京商报记者表示，“这段时间，金山办公的利好属于行业利好”。

2023年以来，金山办公的股价从260元上下一度冲到529.77元。截至11月17日收盘，金山办公股价回落至327.48元。这期间，目前已有8家股东减持WPS股份。

财务数据更客观。2023年三季度，金山办公营收11亿元，同比增长9.4%；净利润3亿元，同比增长0.18%。国内个人办公服务订阅业务和国内机构订阅及服务业务，分别贡献了6.5亿元、2.5亿元，这两块是金山办公营收占比第一、第二的业务，且均实现了同比增长。

国内机构授权业务、互联网广告推广服务及其他业务，在2023年三季度的营收分别是1.3亿元和6782万元，都出现了同比下滑，降幅分别是41.72%和14.38%。解释互联网广告业务营收下滑时，金山办公方面表示，公司重视用户体验，持续调整互联网广告业务。公司海外业务保持健康增长。

用户们记住的则是另一个点：章庆元2022年7月曾承诺“WPS最晚明年（2023年）年底彻底关闭广告”。对于该计划的执行情况，金山办公相关人士向北京商报记者回应：“我们会信守关闭广告的承诺”。

“彻底关闭的可能性不大。”文渊智库创始人王超则对北京商报记者猜测，“这块业务营收是下降的，索性就这么讲，并不算主动选择。”

北京商报记者 魏蔚

# 车企“点对点”竞逐2023广州车展

## 混战MPV

要说本届广州车展的话题车型，MPV当属之一。

车展现场，主场作战的广汽传祺，展台C位上摆放着两辆展车，其中一辆便是刚刚亮相的新能源MPV——E8。据了解，该车型为首款搭载广汽星灵电子电气架构的传祺车型，官方指导价为20.98万—22.98万元。同时，广汽传祺还将MPV全阵容拉上展台，其中包括传祺M8宗师先锋座舱版。一位观众表示：“以前买过传祺燃油版MPV车型，这次来车展想看看新能源版本的MPV车型。”

事实上，MPV成为本届广州车展的话题车型，与小鹏和理想的硬碰硬不无关系。同为两家造车新势力玩家旗下首款MPV，理想MEGA预热已久，从被网友拍到路试的伪装车开始，到其“高铁”造型是不是“跳楼款”的讨论，以及此后在各地拍摄宣传片时被网友偶遇，让理想MEGA具备绝对人气。“售价不超60万元”，车展现场，在理想MEGA正式亮相并开启预售的同时，理想汽车商业副总裁刘杰也透露其封顶售价，虽然内饰仍未公布，理想汽车相关人士透露：“理想MEGA发布仅1小时42分钟，预订量便突破万辆。”

而与广汽传祺同样坐镇主场的小鹏汽车，也带来了MPV车型——小鹏X9，有些与理想MEGA打擂的意思。小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏公布该车型预售价为38.8万元起，并且在发布这款小鹏SEPA2.0“扶摇”架构下的产品时，“更大彩电”“更大冰箱”“中央空调”“全系标配后轮转向”等卖点被认为直指隔壁展馆的理想MEGA，火药味十足。

此外，一直以轿车和SUV征战市场的豪华品牌沃尔沃汽车，本届广州车展也携首款纯电



MPV——EM90正式杀入，欲通过先发优势提前抢占高端MPV市场先机。相比轿车和SUV，目前MPV仍处小众市场。不过，近年来腾势D9、广汽丰田赛那、上汽通用别克世纪、岚图梦想家、广汽传祺E9等车型的推出，让高端MPV市场持续升温。来自乘用车市场信息联席会（以下简称“乘联会”）的数据显示，今年前三季度，国内MPV市场零售同比增长18%。其中，MPV市场中B级以上车型增长高达40%。“MPV在新品增量效应下实现超高速增长，车型销量分布占比情况则体现车辆大型化、车型升级更新的变化趋势。”乘联会秘书长崔东树对北京商报记者表示，随着“二孩”政策放开，家庭多子化、大型化的变化凸显，大家庭的增长带来中大型MPV市场的巨大需求。

## 追捧硬派越野

不仅MPV，被坦克300带火的硬派越野

车细分市场，也成为车企的新发力方向。

其中，本届广州车展上，丰田新普拉多的回归，让一汽丰田展台再度火热。三年前，一汽丰田普拉多的停产让不少消费者感到遗憾。三年后的广州车展，全新普拉多亮相展台确认回归。据一汽丰田方面介绍，全新普拉多搭载2.4T超级混动系统，匹配Direct Shift-8AT变速箱，最大功率243千瓦，最大扭矩630牛·米。虽然目前该车型未公布内饰信息，但据了解，明年全新普拉多将导入一汽丰田渠道。

关注度高的不仅有全新普拉多，坦克展台更是被参观者围得水泄不通。本届广州车展上，坦克700 Hi4-T首发限定版开启预售。据了解，该车型搭载混动架构3.0T Hi4-T，动力总成搭载3.0T+9HAT，综合功率达385千瓦，扭矩高达850牛·米。据坦克品牌方面透露：“该车型首批限量70辆，预售价为70万元，发布55秒后已全部售罄。”

广州的天气有点冷，但珠江畔的琶洲会展中心正上演“热战”。“收官战”“风向标”，车市内卷下2023广州车展的重要性不言而喻，“卷”了一年的车企们也不敢懈怠，纷纷在本届车展秀出“肌肉”，毕竟结束内卷的迹象还未出现。在自主品牌、造车新势力横冲直撞后，本届广州车展上，新车型依旧密集发布，但各车企投放新车的战略也由“广撒网”到“点对点”，MPV、硬派越野等细分市场车型成为重头戏。

此外，本届广州车展上，猛士917也亮相展台，共展出5款猛士917，分别为搭载周末勇士、沙漠之隼、荒野之城三款官方选装套件的展车以及两款选用官方改色方案的车型，该车型定位中大型豪华电动越野车。此外，福特展台上即将国产的Bronco、仰望展台上的仰望U8同样吸引不少参观者驻足。

本届广州车展受追捧的硬派越野车，传递出消费需求转变的信号。数据显示，2021年国内硬派越野车市场规模为672.67亿元，去年达727.74亿元，增速约8%，超过车市整体增速，成为汽车市场快速增长的细分领域之一。乘联会方面表示，随着用户需求逐渐多元化，越野、露营、自驾等休闲方式成为典型用车场景，越野SUV车型占比逐年增加，成为新增长点。此前，高端硬派越野车市场长期由外资及进口品牌车型主导，例如悍马、路虎、Jeep等车型。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为，随着新能源车市场崛起，可能会为

硬派越野车市场的发展带来新变化。

## 超跑进入“中国时间”?

新能源车时代，随着自主品牌实现“弯道超车”，技术的持续积累与突破，也让超跑车型有望进入“中国时间”。

本届广州车展上，一辆“鸥翼门”开启的超跑吸引参观者驻足。该车型并非兰博基尼等传统超跑品牌，而是广汽集团旗下昊铂品牌推出的电动超跑——Hyper SSR。今年10月，该车型正式上市，售价为128.6万—168.6万元。据了解，Hyper SSR采用前后三电机布局，最大马力1225匹，峰值扭矩达12000牛·米，0-100公里/小时加速时间仅1.9秒。

同时，此前推出百万豪车U8的仰望品牌，本届广州车展推出仰望超跑架构并亮相该平台首款车型——仰望U9。据悉，仰望U9搭载易四方动力系统，0-100公里/小时加速时间达2秒级。在城市驾驶时，仰望U9离地间隙最大可升高至145毫米，能够轻松通过障碍物，并减少震感和垂直加速。

此外，造车新势力也加入超跑阵营。高合汽车携HiPhi AXYZ全系车型亮相本届广州车展，同时展示高合首款联名超跑——HiPhi A。据了解，该车型0-100公里/小时加速时间同样达到2秒级，最高车速接近300公里/小时。HiPhi A将率先搭载高合自研高性能动力系统，匹配智能化控制，满足不同驾驶场景需要。

业内人士认为，电动化技术普及与成熟，让自主品牌有信心探索更多新领域。不过，电动超跑市场处于小众市场，而众多超跑品牌也在加速转型，未来竞争格局还未可知，但自主品牌推出超跑车型在一定程度上能够提升品牌定位和知名度。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文 刘洋/摄