

已经四周岁的世界互联网大会不断变化着热词，波谲云诡的技术背后不应忽视人本

“乌镇变了，乌镇也没有变”

□ 本报记者 王川



▲一眼望去，乌镇依然是那个古朴典雅的千年古镇。(资料图)

▲12月4日，在世界互联网大会“互联网之光”博览会上，民众体验人工智能机器人。(□CFP供图)

解以后互联网主流用户的使用习惯是什么。”马化腾坦言，“可能你什么错都没有，最后就是错在自己太老了。”

无论如何，一切技术变革终究围绕人本身。在互联网大会全体会议上，马化腾说，以前病人到医院里面做了CT和MR的检查，基本靠医生的个人经验来看片子，腾讯则希望可以利用人工智能和大数据的能力让机器来筛查和分析医学的影像和辅助诊断。

正如国腾资本联合创始人赫崑所说：“我们作投资，不管讲得多么花哨，一定要能回归到本源，就是投资要服务于‘人’，服务于‘人性’。”

变与不变

在会展中心乌镇厅，滴滴出行祭出“基于大数据的新一代移动出行平台”，看似复杂技术的背后只为解决人们最基础的痛点：叫车难

“未来十年会发生什么？我会不会赶上这个变化？这些变化会不会影响我？”所有投身于互联网的人，每一天每一分每一秒都会为此感到焦虑。

在互联网大会的“下一个风口”分论坛，21位受邀嘉宾围绕未来的风口，从14点45分讨论到20点40分。他们得出的结论是：新的认知的可能性，是下一代的“独角兽”成长的土壤。

因为，几乎每隔三年左右，新的认知就会出现，认知的革新又会催生模式的创新：

2005年之前，门户网站与网络论坛完成了初始积累，搜索引擎同时使得信息获取的自由度和便捷度大幅提升；

2008年起，电商进一步提升分发效率。同时，伴随着iPhone横空出世和安卓阵营紧跟不舍，智能移动终端开辟了全新第二战场；

2011年左右，AppStore和安卓商店的发展，使得互联网创业进入“个人英雄”时代，为移动互联网爆发与百家争鸣埋下伏笔。

面对时隔两三年就会出现的变化，乌镇的每一位企业家和创业者，都希望比别人更快一步。对风口的追逐，让可爱的动物能飞得很高，也能摔得很惨。

在清科集团董事长倪正东眼里，风口并不能与赛道和浪潮同日而语，“移动互联网就是一波大的浪潮，而教育、医疗，它十年前是赛道，二十年后还是赛道。我们要参与大浪潮，我们要坚持赛道。至于风口，它是不断变化的。”

“我非常频繁被问到这样的问题：在未来10年里将会发生什么变化？这是一个非常有趣的问题，也是一个非常常见的问题。我从来没有被问过相反的问题：在未来10年中什么不会发生变化？”亚马逊CEO贝索斯说。

“唯快不破”的互联网浪潮下，真的存在不变吗？

在会展中心乌镇厅，滴滴出行祭出“基于大数据的新一代移动出行平台”，看似复杂技术的背后只为解决人们最基础的痛点：叫车难。在出行领域，不变的是什么？是人们一直致力于解放自己的时间，提高出行效率。

在“互联网之光”博览会，京东展厅陈列了一架无人机。“无人机技术瓶颈解决之后，整个中国的农村物流将实现质的飞跃。”刘强东坚信，那时候的物流网络可以为农村人口带来巨大价值。在物流领域，不变的是什么？是技术让人们更加高效有把握地对工作进行处理。

在会展中心3号馆，一台海尔双开门冰箱成为厨房的核心所在。冰箱可以为每一道甜点提供智能配方，并为厨房的一台云连接烤箱设定烘焙时间和程度。大热风口下的人工智能，不变的又是什么？是在“炫技”之外，满足人们对于更舒适生活的向往。

如果抛开技术的不断革新，你会发现匹配技术发展的人类需求，从终极意义上来说是不变的：更高效、减少犯错，从而节省时间；更安全，从而活得 longer；更取悦自己，所以需要更多娱乐——无论是内容还是方式。而围绕这些不变的事情，只需要单点突破，“独角兽”们就可能重画赛道、制造风口。

“乌镇变了，乌镇也没有变。”桐乡市世界互联网大会承办工作党委副书记陆远这样说。

4年了，作为大会的永久举办地，乌镇变了：这里现代化设施一应俱全，这里免费WiFi成为标配，这里成了中国互联网的特色小镇，当地旅游也迈向了多元化、特色化、国际化。其实，乌镇也没有变：这里依然是那个古朴典雅的千年古镇，依然用它海纳百川的格局与气度告诉着人们：技术终将改变，以人为永生。

是稀缺，市场存在的理由就是解决稀缺的问题。而在互联网时代，数据的无限复制性让互联网企业垄断生产、销售以及传播看似变为不可能。

腾讯CEO马化腾即对这一开放、合作的生态打了一个通俗的比喻：“譬如盖房子，我们不是出租，而是请你来建房子，建完房子就是你的，你的客户、粉丝都是你的，不需要再交月租，不需要每年涨价。”

在马化腾看来，赋能大致可以分为两种，一种中心化，一种是去中心化。“赋能者，我觉得要看的是被赋能者的安全程度。如果以后我百分之百的渠道都在你的生态里的时候，基本上命运就掌握在别人手上了，利润也掌握在别人手上。从赋能最终格局来看，赋能者的安全程度、命运、利润等等，都掌握在中心化的赋能者手中，而腾讯进行的是去中心化的赋能。”

去中心化，被普遍认为是互联网精神的本质。没有中心节点的互联网，并不存在绝对的权威节点，这种技术结构决定了它内在的精神，是去中心化、分布式和开放平等。平等、开放意味着人性化，从这个意义上说，互联网经济是真正的以人为本的经济。

但对于大多数人来说，分辨去中心化这一“看上去很美好”特质的真伪，只需打开手机，看看你每天大约使用多少个互联网服务(APP)。在中国，BAT三巨头“入侵”了大部分智能手机的桌面：微信、淘宝、百度或者再加上一个美团——在去中心化的外衣下，人们使用的互联网服务反而越来越集中。

服务的中心化，带来的直接后果便是用户的利益开始不断被侵犯。万维网发明者蒂姆·伯纳斯-李说，互联网的逐渐中心化，使得弹出式广告和“诱饵点击”已经让人忍无可忍——但用户很多时候不得不接受它，并且为了看不到广告而付费。

本该是去中心化的互联网，只能靠“集中”来成功？

“互联网之光”展厅其它企业人来人往的热闹相比，知识分享社区“知乎”的展台相对冷清不少，两个年轻工作人员懒洋洋地聊天，展厅里摆放的设备也乏善可陈。但这并不能阻碍知乎这一知识社交平台从一个小众网站，成长为注册用户超过1亿的庞然大物。

“这里面一个很重要的变化，就是以前知识的分享往往都是小众的，通过一些比较传统的方式进行沟通和交流。而到了现在，这个变化过程正在朝向所有人都可以参与其中发展，它应该是全民的，能够让知识掌握到大多数人的手里。”知乎CEO周源说。

经常被拿来作对比的百度知道的规则是，用户在发布问题后，在15天的时间内，必须选择一条网友答案作为“标准答案”。这也在不经意间，形成了知识的“中心化”——“非标准”的答案将被拖后甚至“折叠”。

而在知乎，一个问题的答案并非唯一，这些“答案”在更多时候，只是“观点”。中心与去中心让百度知道止于答案，知乎则始于答案。

共享与冗余

从Uber、滴滴、易到等几家公司的补贴大战开始，共享出行的本质已悄然发生改变：大量的专职司机涌入平台，车主们利用车辆闲置时间赚取外快的初衷被置之脑后

从桐乡高铁站打车前往乌镇西栅景区需要95元，而使用滴滴顺风车——与顺路司机拼车前往，则只需支付不到40元。如果选择与其它顺路行人拼车，则又可减掉13元。

“分享经济的浪潮正在席卷全球。”在分享经济分论坛上，国家互联网信息办公室副主任任贤良说。

出行有共享单车、共享汽车，手机没电了有共享充电宝，下雨了有共享雨伞，旅游可以住共享民宿，困了可以睡共享床铺……共享经济正以前所未有的速度在出行、物流、住宿、家政等各领域深度渗透，并塑造了全新的社会生活形态，为经济社会发展注入了新鲜活力和强大动能。

据统计，2016年中国共享经济市场交易额约为34520亿元，比2015年增长103%，参与分享经济的服务提供者约为6000万人。预计未来几年，中国共享经济仍将保持年均40%左右的高速增长，到2020年，中国共享经济规模占GDP比重将超过10%。

共享经济不是新鲜事物，这一领域最具代表性两家公司Airbnb和Uber问世也已有八九年之久——房东和车主们利用闲置的房间、车辆获得收益，使用者可以用较为低廉的价格享受服务，大家各取所需。

但从Uber与滴滴、易到等几家公司的补贴大战开始，共享出行的本质已悄然发生改变：大量的专职司机涌入平台，车主们利用车辆闲置时间赚取外快的初衷被置之脑后。

分享与租赁，这两种截然不同的经济模式，边界开始变得模糊。

“共享的实质是把冗余的生产力利用起来以提升资源的使用率，而所谓冗余的生产力或者能力就是它已经存在的，已经被支付过的，可以创造更多价值的东西。”出版《共享经济》一书的世界资源研究所董事罗宾·蔡斯被称为共享经济“鼻祖”，在分享经济分论坛上，她以被共享产品是否“冗余”这一本质属性，来定义共享经济。

产品冗余，拥有产品的人分享产品使用权而获得收益，是为共享经济的核心。共享单车“双子星”之一，ofo小黄车的联合创始人张巳丁说，“ofo一跃成为全球最大的共享出行平台，目前已连接超过1000万辆共享单车，日订单超3200万。”

用“连接”而非“拥有”来定义自家单车，张巳丁对共享经济本质的理解可谓深厚。ofo也在其网站首页用加粗的大号黑体字表示：连接单车，但不生产单车。并同时鼓励用户将自己的单车加入ofo，换取免费骑行权益。

听其言，观其行。今年5月6日，ofo与上海凤凰自行车公司达成代工协议，后者获得“共享单车”500万辆订单。而摩拜单车自己的无锡工厂，每天则可生产1.4万辆自行车。

无论是无桩模式还是电子锁，共享单车的确实有其创新所在，也切中了人们短距离出行“最后一公里”的痛点。但与此同时，它也成功地偷换了“共享”的概念。

由企业集中采购车辆并将其使用权销售给顾客，大部分共享单车的做法本质上与传统的单车租赁企业并无两样，但这却为后来者指明了一条道路：只要跟“共享经济”挂钩，就能

搏得眼球，赢得资本青睐。

摩拜单车和ofo小黄车目前的估值均超过了10亿美元，饱受争议的“共享充电宝”中，小电科技、街电科技、Hi电科技三家企业的融资总额达到了7.5亿人民币。本应是为人民谋福利、为社会创造价值的经济模式与真正的共享渐行渐远。

加拿大大学者汤姆·斯利在《共享经济没有告诉你的事》对于共享经济的发展过程有过这样一段总结：起初共享经济互换的是人与人的交往、可持续性和共享，现在它却成为亿万富翁、华尔街大鳄和风险投资家的游戏场。

今年的《政府工作报告》强调，“支持和引导分享经济发展，提高社会资源利用效率，便利人民群众生活”。随着政府对共享经济模式越来越关注和资本市场的重新洗牌，寻找用户真正的“痛点”，成为中国共享经济“下半场”的必由之路。

资本与人本

“我们作投资，不管讲得多么花哨，一定要能回归到本源，就是投资要服务于‘人’，服务于‘人性’。”

在乌镇互联网国际会展中心1号馆1层，主办方为企业专门设立了一整层舞台：新兴独角兽展馆。“独角兽”是风险投资行业的话语，最初指那些估值超过10亿美元的创业公司，而流行起来之后，渐渐被用来形容发展前途大好的初创企业。

在独角兽展馆，共享单车“双子星”——摩拜单车和ofo小黄车因各自的标志性颜色——橙和黄，在10家“独角兽”企业中显得格外引人注目。但独角兽们“吸睛”的背后，行业也同时经历着过山车式的大起大落。

11月16日，“小蓝”单车CEO李刚发布公开信称，“小蓝”单车已失去机会。这是继悟空、叮叮、酷骑、小鸣后，又一家倒下的共享单车企业——这离他们刚刚出发，仅仅过了一年时间。

在风险投资和互联网产业发展分论坛上，硅谷银行亚洲总裁蒋德“一语道破天机”：“互联网公司如果不对人才、市场进行投资的话，那其他的公司就会打败你，大家会去填补这个空洞，所以互联网公司必须注重对于人才和市场的投资，而投资所需要的资金量是非常大的。”

大到多少？摩拜单车CEO王晓峰在论坛上给出了答案：仅智能锁一项，摩拜就花了高达二三十亿元的巨资进行研究。“因为这是一切的基础，你一定要在科技上进行大规模的投入才能参与到行业领域里。”王晓峰说。

像共享单车这样的商业模式的创新变革在相当长的时间内是需要资本推动的，这样才能让行业领先者能够脱颖而出，并且在市场中实现优胜劣汰。

而互联网行业的产品和用户需求变化之快，对研发技术能力的依赖之深，都是史无前例——在这里没有侥幸，没有永远的第一，甚至也都没有对错，只要用户没兴趣了，企业就会被淘汰掉。

“每一个身处互联网行业的人都会有一种巨大的危机感，我最大的担忧，是越来越看不懂年轻人的喜好——虽然我们干这行，却不理

“讲文明 树新风”公益广告



小时候 父母陪我们玩躲猫猫， 长大后 我们却跟父母玩起“躲猫猫”。

请自己计算一下，在父母有生之年每月看望他们一次，今生你还能看望他们几次。



山东省报业协会 大众日报