

企业家谈“科技自立自强”： 平台企业应该秉持科技向善的理念

“将坚持创新驱动发展,加快发展现代产业体系作为‘十四五’时期的主要目标任务之一,坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位,把科技自立自强作为国家发展的战略支撑。”在今年的政府工作报告里,“科技”一词出现了23次,“创新”一词出现了43次。

在今年的两会上,来自科技领域的企业家代表或建言数字经济,或献策人工智能,发出了企业的责任强音。

腾讯董事会主席兼CEO马化腾： 互联网出行、货运 要有安全监管机制

关于数字经济,中国的数字经济模式在不少领域和环节构筑了相对优势,建议在互联网教育、互联网医疗、金融科技等特定领域,开展政府引导、市场参与的创新试点。

传统产业在数字化升级过程中,会带来价值链重组,一旦失控,可能导致资本和新商业模式对原有业态从业者造成冲击。互联网企业尤其是平台企业,应该秉持科技向善的理念,践行技术伦理规则,将发展置于安全底线之上;强化商业伦理规则,将创新置于有效监管之下。

P2P、共享单车、长租房和社区团购,尤其要关注用户的资金安全,必须严格纳入监管。互联网出行、货运要有安全监管机制。对平台经济从业者的全面发展要有机制保障。

百度董事长兼CEO李彦宏： 加快自动驾驶商用 和智能交通普及

交通是群众最关心的民生问题之

一,也是碳排放的重要领域之一。

建议大力发展低碳交通,利用人工智能、5G等新技术,加快自动驾驶商用和智能交通普及,能有效缓解交通拥堵,让老百姓出行更绿色便捷,实现碳达峰与经济高质量发展协调统一。

建议国家层面进一步加大政策创新的力度,为自动驾驶规模化商用开辟合法化路径;建立由各级政府、产业界和学术界共同参与的自动驾驶规模化商用推进机制;加速交通基础设施智能化进程,广泛应用人工智能、大数据、5G等技术,构建低碳、高效、便捷的交通系统;鼓励企业加大自动驾驶汽车及关键软硬件零部件研发创新,促进自动驾驶汽车普及。

苏宁控股集团董事长张近东： 加快农村电商人才培训

建议政府相关部门统筹规划,把农村电商人才培训作为系统工程,建立由政府、高校、电商企业联动的电商人才培训模式,由政府来顶层设计,高校提供相应智力支持,掌握线上线下

融合实践经验的大型零售企业进行实战培训,快速有效地培养出与实际应用“零距离”,与就业岗位“零适应期”的智慧零售“双零人才”,为再造线上线下融合发展的农村实体零售夯实人才基础。

小米集团董事长兼CEO雷军： 帮助老年人更好融入数字生活

建议推动老年人数字化服务尽快纳入国家信息化基础设施建设;指导建立智能技术适老化标准体系;推动智能技术适老场景与新兴业态融合发展;引导和鼓励全社会共同助力智能技术适老宣传推广。

联想集团董事长兼CEO杨元庆： 推进算力基础设施建设

建议加强国家层面在算力基础设施建设的顶层设计和总体规划,引领算力基础设施整体有序发展;倡导建设多元化、智能化、高效能的新型算力基础设施,有效支撑数字经济的高质量发展;推动制定以应用效能为导向

的算力评价体系和评测标准,引导算力基础设施建设健康发展。

科大讯飞董事长刘庆峰： 让人工智能技术进入亿万家庭

疫情让全民被迫推到数字化生存时代,新冠肺炎疫情期间,人工智能在大规模疫情排查中发挥了重要作用。建议利用人工智能探索“因材施教”,帮助老年人跨越“数字鸿沟”,让人工智能技术进入亿万家庭,推动整个社会的进步。

58同城CEO姚劲波： 聚焦生活服务业数字化转型

建议主管部门加快制定细分领域的专项行动方案,帮助企业对“互联网+生活服务业”的融合目标、路径及重要性加深认知,有关部门可以加大财税、金融等政策保障力度,对企业上云、购买数字化转型设备、服务等方面给予更多支持,尤其针对中小微企业需提供专项补贴,有效降低转型成本。

华西都市报-封面新闻记者 易弋力

巨量引擎发布女性创作者画像： 能搞科技会带货 这届抖音女性超硬核

短视频时代,“她创作”成为互联网不可忽视的力量。近日,巨量引擎发布《HER,0:看见“她”力量》女性创作者大数据,梳理并分析了抖音平台万粉以上的女性创作者的最新画像,凸显了女性在直播带货、创业、社会文化传承等多方面的出色表现。

女性也“硬核”？ 搞科技视频没在怕

数字经济时代,女性撑起了短视频内容生产的半边天。据巨量算数报告显示,在短视频、直播、直播带货等数字领域,不仅女性创作者人数高于男性,而且她们创作力很强,整体上人均发布视频数高于男性。

“晚上等女儿睡了,我会定闹钟,每半小时起来一次,一轮一轮地烤蛋糕”,单亲母亲Savi也没想到,自己在抖音上做蛋糕居然火了。Savi的第一个火爆视频是一个可以抽出现金的蛋糕。她把这条视频放上抖音后,获得了500多万的关注,光粉丝就增长了1万多。

当这些视频在抖音上播放后,她品牌辐射的群体就不仅仅是其线下店铺所在的城市,而是会影响到分布全国乃至全球玩抖音的人;这对Savi的品牌而言,是一个很好的拓展。

未来,Savi计划将重心放在抖音的运营上;她今年还打算开2个店,打



湘妹心宝。

算每个店都有自己的抖音账号,这样,无论是做直播教学,还是直播带货,都可以通过抖音联结更多的人。

在抖音上,像Savi这样的女性比比皆是,她们热衷表达与创作,除了在时尚、亲子、美食、娱乐、旅游等领域乐于分享之外,在科技、体育、三农、政务等“硬核”领域也表现突出。数据显示,科技类女性创作者内容“高产”,远胜男性,其中女性人均发布视频数是男性的近2倍。

这意味着,一方面女性自我意识愈发觉醒,爱家庭、爱记录、爱自己;另一方面,她们正从美妆、娱乐等传统偏爱的领域向科技等多领域逐步渗透,内容创作呈现多元化特点,在不同领域话语权不断在提升。

50岁+姐姐们超热情 “5G冲浪”夺第一

相比90后、00后,80后在短视频、直播等领域女性创作者数量均位居第一,成为创作者的主力军。但在创作热情上,无论是00后、90后还是80后都难敌60后,50岁以上的姐姐们在抖音上“5G冲浪”,换装走秀、自驾游,她们除了广场舞之外,更是心怀青春,在抖音乘风破浪。数据显示,她们人均每日发布视频2条,日均创作数量是90后的3倍,是80后的1.7倍。

不但创作热情满满,她们也乐于和粉丝们互动,粉丝黏性非常高,单条视频互动率高达3.38%,次于00后,位居第二。

瞄准“爱美也爱吃” 一线城市女主播超会带货

我们现在所处的消费者时代,是互联网体验经济时代,更加注重用户体验、情感思维和沟通互动,而这也正是女性所具备的优势和特点。在直播这种实时互动的场域之下,女性的优势更加突出。作为消费的主力群体,她们更是“带货界”的佼佼者。

和Savi一样停不下来的,还有返乡自媒体创业的湘妹心宝。心宝说,“可能在1960年代、1970年代,我这样一个干农活的女人是不会引人注目的”,但现在一个90后的年轻女孩干农

活,反而更引人关注。

“这也算是女性做抖音的性别优势,如果换作其他男性干同样的事情发抖音,或许就没有这么多人关注”,心宝说。为了能够更好地制作短视频,她加入了头条学院学习拍视频、写文章,又把这些经验分享给更多想和她一样做自媒体创业的女性。“别人说陶碧华就知道是老干妈,我希望以后别人说湘妹心宝,就知道她有霉豆腐,有萝卜条”。

从直播成交订单上看,女主播瞄准了女生“爱美也爱吃”的心理,美妆、美食、服饰等品类成交量高。数据显示,整体而言,女性人均带货订单数高于男性。一线城市女主播人均带货订单数是男性的2倍。

从全国区域分布来看,直播呈现去中心化的趋势。整体而言,一线城市女主播带货力突出,北上广等一线城市女主播人均带货订单数居于全国TOP5。其中在一线城市中,上海的人均带货订单数领先其他城市,是名副其实的“带货王”。

互联网数字时代,女性的生活与工作方式可以很多元,可以回归家庭做一位贤妻良母,也可以组建团队自己创业;可以去办公室拼搏升职,也可以远离职场做自己更喜欢更快乐的事。而抖音这种短视频平台为讲述“她”故事、展现“她”力量,提供了无限的可能。

华西都市报-封面新闻记者 付文超