

# 离开微信的日子

## 窗外有风

张盖伦

睁开眼睛,摸过手机,熟练地划到微信图标,点开。  
无法连接到服务器。  
手机右上角,信号栏一处,是一成不变的“叉”。

微信上,最后的信息更新是在4月14日。同事问我,晕不晕船。我回复说,目前还行……再之后,“决心”号往海的更深处航行,中国联通、中国移动和中国电信,一起偃旗息鼓。

作为随船记者,我登上了这艘国际最为先进的大洋钻探船。作为一个手机重度依赖症患者,我也不得不开始了移动网络的强制戒断。这是一艘两个月不停岸的大洋钻探船。船上33名科学家,要去探寻南海海陆变迁之谜。

其实,网络还在那里。你可以查阅新闻,也可以搜索八卦。比如,我依然在第一时间知道了有明星离婚,知道了李健和小岳岳在《我是歌手》的决赛现场唱了一首挺喜庆的歌,知道天舟一号成功发射。

但是,微信没有了。  
工作和生活,亲友和“一面之交”,都挤在微信上。手机里,藏着一个热闹非凡的世界。微信,就是世界的大门;而移动网络,是你打开这扇门的钥匙。早晨醒来,未读消息争先恐后跳出,你专心致志花费大量时间回复消息,感觉自己如此被需要。

失去微信,就失去了进入另一个世界的资格,失去了一切非必要的社交情境。

我的联系人数量瞬间崩塌到个位数。微信里上千好友,全部被关在了那个需要移动网络的世界,放不出来。

邮箱里躺着的,除了科考船上的群发邮件,就是编辑的来信。

对话画风大致如此:  
主题:4月××日稿子  
Re:稿子,有几个问题,速回复!  
Re:回复:稿子,有几个问题,速回复!

喧哗的世界瞬间从身边抽离,那些陪你扯闲篇到深夜的朋友,一下子全部消失。而且,请放心,他们并不会急着要找到你。你从朋友圈上消失一个星期,大家就会忘了你。这个构筑于微信上的社交世界,多情又无情。你走,我不送你;你来,我去接你。它欢迎任何一个进入者,也不会缅怀任何一个离去者。

但你又不舍得完全背弃这个世界。它总是烦你,但也在无聊时给你慰藉。它太生机勃勃,几乎24小时永不眠。你真实感

到不是孤岛,或者,人就算是孤岛,那也是跟许多孤岛遥遥相望。

昨天,同行的记者借到了船上唯一一部移动上网工具——一部iPad。他下载了微信,在等待加载的过程中,看起来激动得不知如何是好。

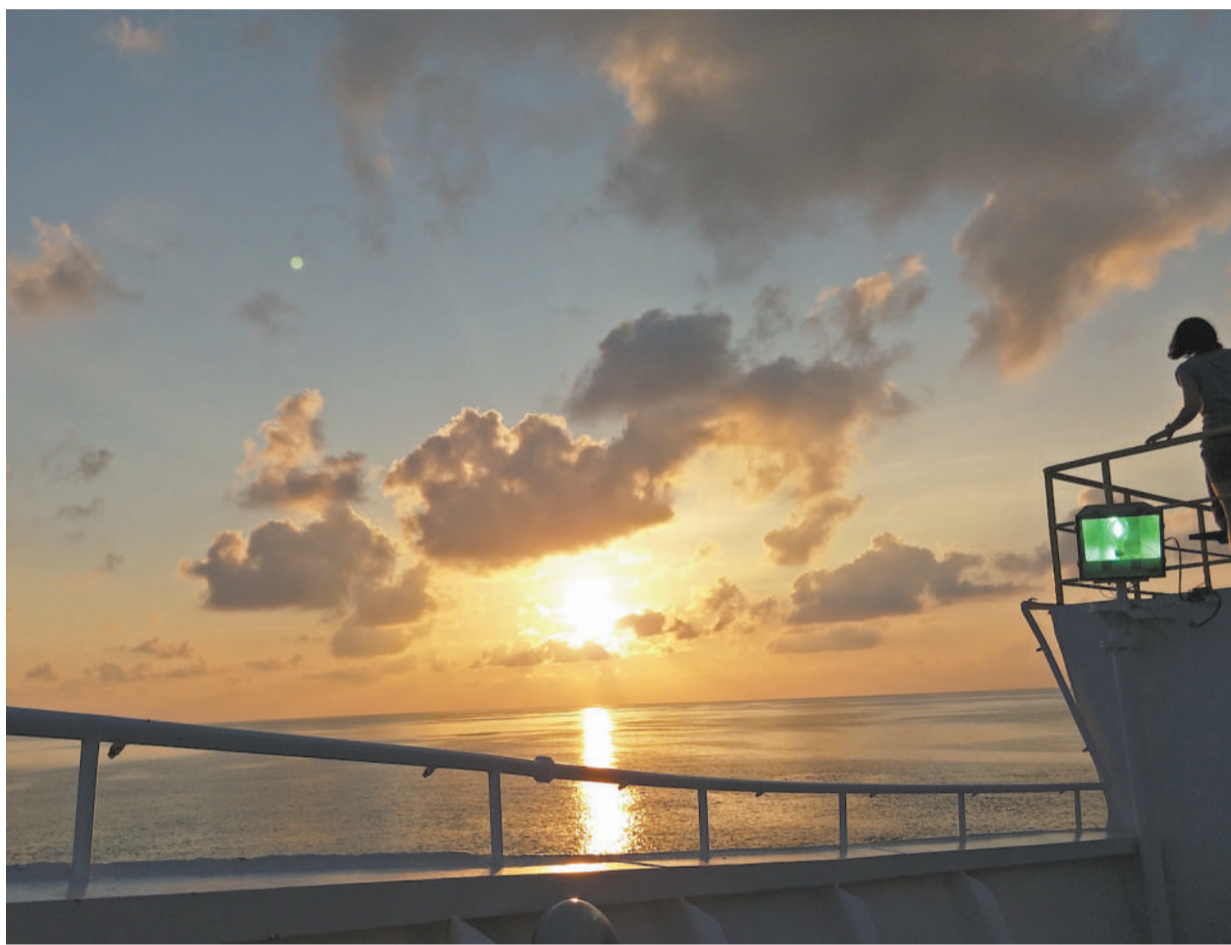
他默默念着,只上一小会儿。但后来我每次进入办公室,他都会露出一脸做坏事被抓包的笑容,再一看他手中iPad的界面——哈,果然在用微信。

简直是个让人上瘾的世界。

而我,并不确切知道谁在那个世界等我,只知道它看起来像午后的咖啡、像夏日的汽水,撩人心弦。在网络覆盖如此全面的今天,可能再难找到这样漫长的移动网络空白期。它是一种考验,又是一种奢侈。

黄昏,我拿着手机,走上甲板,躺在躺椅上,无意义地划拉着。什么新信息都不会有,但这就是一种身体记忆。

然后看着夕阳将海面上的云层渐次涂抹,再慢慢睡着。



本报记者张盖伦摄于“决心”号

## 聚焦

在第十四届华为全球分析师大会上,华为常务董事、产品与解决方案总裁丁耘在“落地全面云化,构建共赢生态”主题演讲中强调,全面云化已是必选题;视频战略已不是远方,有万亿空间;构建生态是胸怀,而不是情怀——

# 华为:全面云化落地需要整个生态共同努力

安吉



华为常务董事、产品与解决方案总裁丁耘说:“华为希望通过云战略、视频战略、生态战略和所有的产业合作伙伴一起共建一个更加美好的全联接的世界。”

在2016年的全球分析师大会上,华为发布了全云化战略,提出要做“全面云化”的倡导者、推动者和领导者,要“赋能”运营的云化、业务的云化和网络云化。在2017年的全球分析师大会上,华为常务董事、产品与解决方案总裁丁耘说了这样一句话:“我们将继续推动落地并‘赋能’商业。变现没有被执行的战略就是吹牛。”

## 全面云化已是必选题

2016年,华为发布了全云化战略,提出赋能运营的云化、业务的云化和网络云化。

在整个云化的过程中,运营商的数字化是最困难的一步,产业界尚未完全达成共识。作为社会连接的基础,运营商的数字化倘若不能到位,其他的云化都会成为无源之水、无本之木。

丁耘表示,华为并不指望在运营商的云化方面赚多少钱,更多是希望帮助运营商实现数字化。

“华为在这个业务领域,更多希望帮助运营商实现数字化。经过过去三年打造,BES、IES的云化已经基本完成,过去一年里在上海联通、西班牙进行了小规模商用,未来几年中,希望逐步扩大规模。希望

网络全面云化过程中还有价值驱动的视角不能被忽略,希望建立网络的云化是敏捷的业务、高效的宽带和智能的运维。

今年在巴塞罗那上,华为发布了面向整个固定网络端到端的八大轻量级以及可商用的解决方案。在未来几年中,华为将进一步在网络云化上进行持续的投资,预计在明年的上半年将会发布全套面向All CLOUD,固定网络完整版的解决方案。

在无线的云化方面,过去的12月里,华为的Cloud RAN商用发布和Cloud ALR商用,把无线接入云化从概念到初始商用,毫无疑问处在全球领跑的位置。Cloud RAN已经把定义成5G的标准架构应用在4G的网络里,2018年将全面商用;面向无线频谱的Cloud ALR,即将实现两个关键特性,GU、GL的频谱共享获得了商用,尼日利亚只有5兆频谱资源里面,实现了频谱动态可以共享,使得网络3G的流量增长了近50%,这已经实现了商用。

## 万亿级视频市场正待开启

在运营商未来的收入组成中,视频将会成为非常

重要的一部分,将为电信运营商创造巨大利益。

二十年前,运营商的基础业务只有两个:短信、语音,语音和带宽是基础业务,在全球TOP100的运营商里面已经有50%把视频作为他们的基础业务,作为他们整个套餐业务包的一部分。如今运营商们希望视频成为运营商的基础业务。

今年“巴厘”期间,几乎所有的运营商把新的增长点达成共识,把视频市场进行了洞察,以IBT为代表的娱乐视频全球的产业规模大概6500亿美金,通讯全球市场180亿美金,把万物互联起来,把视频信息收集起来,这样的市场全球有3500亿美金的市场规模。

丁耘强调,在全面云化和视频战略的执行中,华为的定位是中间的技术赋能者,提供端到端的解决方案,而更多的价值工作将会跟整个生态共同努力完成。

丁耘认为,视频业务有多种变现方式,包括管道、体验等。以华为合作的德国电信为例,上线仅半年就发展了50万用户。用户不仅可以看传统的视频,甚至可以看明天的节目,这种体验吸引了非常多的用户。

据丁耘介绍,市场上存在三种不同类型的视频服务。第一种是商业视频服务,比如视频通话、会议通话等,全球市值150亿美元;第二种是行业视频服务,市值350亿美元;第三种则是娱乐视频服务,在市场中可产生650亿美元的价值。

不同的运营商使用不同的策略使视频服务货币化,谈到视频如何变现,丁耘认为有三条可见的途径。

第一种是管道变现。通过捆绑视频业务不仅仅卖带宽,还可以卖更多的联接。中国电信的案例是当任何一个客户只要他买了IPTV套餐,实现整个TV捆绑套餐时,发现整个用户的离网率从今天的3%降到0.3%。

第二种变现方式是体验变现,通过TV提供极致的体验。这样的视频里面,不仅仅提供了传统的视频,还提供了可以让你看明天的电视,只要不是实时类的节目,明天的节目今天就可以看,类似这样的一些非常好的体验业务。

第三种是生态的变现,华为的定位是视频业务的赋能者,不会蹭视频内容本身,“我们的任务是做赋能者,帮助运营商客户和行业客户实现视频商业的成功,提供的服务是商业咨询服务,根据客户所在的国家地

区管制政策、内容、宽带连接、内容支付能力为他们视频发展提供商业建议。同时也会提供内容聚合,把全球分散的两千多个内容提供商和四百多个运营商形成一个内容聚合的平台,帮他们更好地更快地来发展视频。”丁耘说。

丁耘表示,华为会帮助运营商提供视频体验的管理平台,从售前评估、售中评估和售后评估,提供端到端的视频体验管理。

## 与生态伙伴一起推动战略落地

丁耘说:“全面云化与视频战略的落地都需要良性的生态支撑,华为愿敞开胸怀,与伙伴一起,推动新的ICT产业生态建设。”

在去年的华为全球分析师大会里,把生态作为一个定义,包括产业生态和商业生态。产业生态是产业联盟和开元生态。商业生态里面主要是开发者和商业联盟。

在产业联盟领域,核心战略定位希望产业合作伙伴一起做蛋糕,同时让整个生态能够健康发展,在做多联接和做大蛋糕方面也在积极推动,形成一些网络产业和垂直产业的联盟。华为去年9月在慕尼黑联合了友商爱立信、诺基亚、BMW、英特尔等等发起了5GAA,共同推动5G和汽车产业的结合。

另一方面,华为认为管道价值的变现也需要一个

## 链接

## 以云化网络拥抱不确定的未来

蒋均牧

在人类社会迈向智能社会的过程中,无论市场倒逼还是主动拥抱,数字化转型已成为越来越多电信运营商的共同选择。作为运营商最核心资产和智能社会最重要的基础设施,网络的转型与重构也已成为牵动整个产业界神经的重要命题。

云化网络便是全球运营商应对不确定性未来的关键。

华为所提倡、推动的网络全面云化即是围绕应用

好的产业。在2015年华为发布了视频的度量标准被ITO接纳了,去年推动建立了视频体验的产业联盟,希望和产业合作伙伴一起围绕视频产业打造精品网络,未来探索H.266产业发展。

商业联盟领域,华为在每个垂直行业都在和领先的合作伙伴共同合作来打造解决方案,希望和行业伙伴一起使能行业的数字化。

开发生态方面,在2015年代表公司发布了开发者的战略,华为表示要投5年10亿美金使能开发者战略,也提出2020年发展到100万开发者。在过去一年里,去年年底已经具备了近三万的开发者,实验室已经开始建立了。另外,去年全球部署了13个Lob,在垂直生态和开发者比较多的地方会新建六个这样的生态。丁耘表示希望通过这样的生态建设能够让开发者和合作伙伴就近接入、就近集成、就近验证,并通过华为的销售和服务平台,全球提供服务。

谈到开源生态,丁耘表示,在整个开元生态建设的过程中,一方面华为积极开放自己,建立和推动很多新的生态联盟。与此同时,为避免出现无序和产业分化的状态。过去一年里华为跟运营商、开元合作伙伴一起推动了CVP的认证计划,实现了多厂家之间的互联互通,降低运营商互联互通的成本,减少互联互通的成本,使得整个产业获得更加健康的发展。

(文中相关数据均由企业提供)

# 八六版《西游记》:

## 传统与摩登的结晶

## 玉渊杂谭

杨雪

杨洁老师的离世,掀起对86版《西游记》的又一次集体怀念。我们将这部剧奉为西游IP改编空前绝后之作,是对老一辈艺术家深深的尊重和缅怀,也是对自己童年、青春的回味和唏嘘。不过,经典之所以经典,仅凭每每听到“登登登登”就分必肾上腺素、定在电视机前的情怀当然远远不够。

上世纪八十年代是传统与摩登交融的时代,《西游记》便得此契机——遵循传统却不守旧,追求前卫却不盲目。从服装到表演上,它一如传统地运用了大量戏曲元素,同时还大量用了戏曲演员。虽然当时内地、港台拍古装电视剧常借鉴戏曲,但《西游记》有独到之处:用戏曲粉饰神仙、佛祖、妖怪的玄幻色彩,要比演绎历史题材自然、灵活得多。女演员透着土纯情,却浓妆艳抹;锦毛老鼠精蓄着长指甲划过和尚的头皮;纱丽下露出七只性感的肚脐眼。

从台词也可见编剧扎根传统又力求通俗。擅长抠细节的六神曾发帖详述《西游记》台词改编的艺术性,“有些是原著本来就有的,被提炼出来了,有些是原著里没有的,被演绎生发出来了”。小时候看剧听词儿,于不知不觉间被征服,只觉过瘾,长大后再作理性品读,才能领悟其考究之深。比如,将原著中“你是孙行者请来的救兵吗”改为“你是猴子请来的救兵吗”,现在已成流行语;再如,编剧替菩萨发挥了一句“世上自有教你的人,却不是我”……

当然,《西游记》最带感的还是它与八十年代精神风貌相一致,像一锅普罗旺斯乱炖。主题曲是蒋大为式的正气调调,但“登登登登”的开头却是中国最早的电子乐,透着一股爆炸头小青年扛着燕舞收录机的潇洒劲;它的贴片特效看着很土,但又是第一个跟香港学了吊威亚的大陆武打戏。它引进了当时最前卫的特技,却只作为工具为脱胎于戏曲的武打和神仙妖怪飞天遁地服务,特效始终贴合表演需要,绝不盲目炫技。

受够了现在动不动把现实武打场面拍成玄幻魔幻风的炫技折磨,再看这部倾力打造的“老西游记”,恰似一股清流,土得掉渣,但也酣畅。我们咧开大嘴,我们爱闹哄哄的怪味胡豆似的八十年代。