

互联网时代更需要平常心

意识到互联网的局限，是人们正确使用互联网的开始。在喧嚣浮躁的互联网时代，透过各种潮流的迷雾，发现这个时代变与不变、动荡与平静、转型与坚守的临界点

刚刚过去的春节是检验互联网影响的一块试金石。快递停业，外卖打烊，约车困难……让很多人的春节变得百味杂陈，这种独特的“年味儿”可能成为未来春节的新寻常。

与过去几年互联网行业狂飙猛进、高潮不断不同，今年春节期间的互联网和新媒体显得平静了许多。微信红包还在发，但抢得却没过去那么狂热了；网络热点依然有，但撕得惨烈的却明显少了；订阅公号还在更，但停号休刊的也明显比以往多了。平静的互联网，理性的网民，冷静的互联网创业者，让人们

在这个飞速变化的时代能够驻足回望，多一个看待变化的视角。

互联网是一个时代的引导，如同蒸汽机引导着蒸汽时代，发电机引导着光电时代一样，它还依然处在基础设施建设阶段，它的高级阶段会出现什么事物、会变成怎样的光景，没有人能够预测。但对这个时代黎明的每个人来说，如何看待这个即将到来的时代，如何定位这个时代里的自己，才是最重要的。

这些年，互联网给这个世界带来的变化如乱花般迷人眼，更精彩的永远是下一个。微博、微信、客户端，手机里的新应用下载了又删，有心打开的也没有几个；痴迷的网红、订阅的公号、收看的直播，永远都是明日黄花，在下一代技术、下一个热点到来之时被遗忘得一千二净，仿佛从来没有出现过一样。

所有变化都会变成寻常，这是时间的力量。今天我们讨论报纸、广播电视这些传统媒体时，经常会忘记，电视走进寻常百姓家，不过30多年的历史，中国传媒的黄金十年，也只是上世纪90年代的事。互联网如同这个世界和这个时代任何一项改变一样，大潮涌动、风波骤起永远都是最精彩的篇章，但风浪之后的平静，才是日常。

诗人艾略特说，“世界即是如此结束——不是砰的一声消失，而是悄悄耳语一般地淡去”。互联网时代的到来显然不是如此悄无声息，这个时代裹挟着所有与新技术相伴而生的躁动不安和迫不及待。在这样的时代里，很多人被数字的大潮惊得目瞪口呆，感慨自己生不逢时，出现本领恐慌。

互联网带给世界的变化太过迅速，



以至于让人经常忘记了那些它无法撼动的世界的本质。它改变了人们获取信息的方式，却无法改变信息本身的价值；它创新了人们沟通交流的渠道，却没有改变人们对分享和陪伴的渴望；它缩短了个人与世界间的距离，却不能改变每个人都是独立的个体的事实。意识到互联网的局限，是人们正确使用互联网的开始。在高速更新换代的互联网技术面前，找准自己定位，找到自己的关注点，才能找对互联网下一个爆发性点，才不至于自我迷失在数据和信息的森林中。
人民网2017.2.9文/吕洪

一个英国“富二代”的非常规创业

汤姆·克里德兰是个标准的英国“富二代”。父亲是一家英国企业的首席执行官，母亲是会计师。就在大学毕业那年，主修葡萄牙语和法语的汤姆做了一个让所有人都有点意外的决定——创业。

光是创业，倒也没啥。在伦敦这个全世界点子与人才汇聚的地方，谁没个创业梦？但汤姆要做的，让很多人都皱起了眉头：他要和女朋友一起，研发一种能穿30年的时尚套头衫，并向顾客承诺，30年内穿坏了寄回来免费修，还包邮费。

汤姆说，在伦敦这样的时尚之都，他的创业想法确实显得有些不合时宜。他学的是语言，却要搞时尚；时尚和消费主义总是携手而行，时尚达人眼里，一件衣服穿几次就“过季”了，要穿30年，这不是反时尚吗？

汤姆其实有自己的想法。他记得自己小时候，英国的传统是，一双手工制作的Church牌山羊皮皮鞋、一件做工考究的苏格兰羊绒西服，会从爷爷传给爸爸，爸爸再传给儿子。汤姆就是要用自己的产品，帮英国人找回这种被速成文化取代的“工匠精神”和考究品位。

汤姆致力于打造“30年”这个概念，还有一个考虑，就是要打造一种

“可持续的时尚”，以减少浪费，间接为气候变化做出贡献。

主意有了，汤姆开始行动。父母虽然有钱，但他们告诉儿子，一分钱也不会给，如果在企业管理方面没有经验、遇到问题，倒可以随时向他们咨询。

没办法，汤姆只得向政府申请了小额贷款，并最终获得6000英镑的支持。汤姆有了项目启动资金，这让他高兴，但也让他发愁。

6000英镑拿到手，看着多，但不经花。建网站、请设计师、请模特、定做样品，样样都要钱。为了省钱，汤姆的女朋友兼职分管公司财务；他将自己的想法放到众筹网站上，让所有认可他产品理念的人都来为梦想投资；没钱打广告，汤姆就给自己喜欢的名人一个个打电话，把产品送给他们试穿，靠他们的“点赞”扩大知名度。

伦敦寸土寸金，店铺租金太贵。汤姆将网络作为自己产品的主要销售渠道，一件、两件，英国、澳大利亚、美国、德国，甚至是津巴布韦，慢慢地，“汤姆·克里德兰”品牌的订单多了起来。汤姆很快推出了“质保30年的裤子”“质保30年的圣诞毛衣”等一系列产品。他给大家算账，虽然在Primark



2016年2月19日，英国伦敦秋冬时装周，化妆师为一名模特造型。

（英国著名平价衣物连锁商店）10英镑就能买到一件套头衫，而一件30年质保的套头衫自己却卖55英镑，但如果你一周穿一次，每次算下来只花了1.06英镑，而如果30年都每周穿一次，每次才4便士。而一般的套头衫，穿个几次就穿坏了。他说：“人们应该意识到，可持续的时尚、对气候变化有利的时尚，才是最时尚的。”

去年，汤姆卖出了2万件套头衫、1万件T恤衫还有1万条裤子，净利润能有20%至25%。目前，汤姆总共收到4、5件用户寄回来、要求修理的衣服，对这个比例，他十分满意。

虽然创业初期就小有成绩，汤姆还是很简朴。采访时，他穿的套头衫就是自己的产品，那是印错的一件，他留了下来。

《经济参考报》2017.2.8文/桂涛

海归回家乡创业 需先练好基本功

在哪里创业？这个选择是多种多样的。回家乡创业是一些海归在对自身性格、能力和实际情况进行综合考量后所做出的选择。这一选择无关对错，只是一种对未来审时度势的规划。回家乡创业，不代表选择安逸，反而是一种务实，有时也是一种眷恋。

回家乡创业需要先扎实基本功。创业困难不只是说说而已。回家乡创业，不代表能够规避创业过程中存在的风险。只是相比于其他城市，海归更了解自己的家乡，家乡的资源能够更好地被他们所利用。然而要用好这些资源也不是件易事，这需要运用自己求学时积累的经验去用心地探索、用心地发现、用心地捕捉。所以，“扎稳马步”后，再来谈回家乡创业。

故土总是盼望着游子的归来。海归既然选择了回家乡创业，不妨切实地为家乡做点什么，哪怕只是“种种地”“浇浇花”。

《人民日报海外版》2017.2.8

储存能量有新法 夏天捕热冬天用

据美国“ZME”科学网站报道，瑞士联邦材料科学和技术研究所EMPA的科学家们研发出一种储存能量的方法，能够让夏天的热量被运送到需要的地方，甚至保留到冬天释放，解决供暖问题。

研究者使用浓缩的氢氧化钠溶液充当热电池，从而充放储存的热量。氢氧化钠的吸水能力强，与水相遇后能够释放很强的放热反应，即只要倒入水，就能以热量形式释放储存在氢氧化钠中的能量。

为了利用这种特性，研究团队使用浓度为50%的氢氧化钠溶液，并将其滴入螺旋管内。粘稠溶液将在管内吸取水蒸气，接着释放热量，并以热辐射的方式传至管外。随着螺旋管滴落的溶液由于吸收了水汽，浓度降为30%，而其散发出的温度将达到50摄氏度，基本满足家庭取暖的需求。

输入热量其实就是放热反应的逆过程，只需将溶液放在太阳底下就行。夏天温度高的中午，水分会从溶液中蒸发，再次浓缩出粘稠的氢氧化钠溶液。只要方式得当，溶液能够存放几个月甚至几年，如有需求，装着溶液的罐子也能运往他乡。

研究人员设计的放热螺旋管系统也能加热溶液，使水分从中蒸发。浓缩后的溶液将被系统回收，而蒸发出的水将输入地下水管，待冷却到10摄氏度以下就可以再次循环利用。研究所认为，这种方法能够捕获能量，甚至可以在南北半球重新进行热量分配，解决燃烧化石燃料取暖所带来的大气污染问题。

《北京青年报》2017.2.8

中国博士将美食 O2O 做到大洋彼岸

初次踏上美国国土时，我满脑子都是对知识的追求，从没想过自己会由一个在学海中畅游的留学博士变成一名在商场中搏杀的创业者。

最早接触商业，完全是因为大学给予的奖学金只够勉强维持生活，手头拮据的我就开始在闲暇时为餐馆送外卖赚钱。稍微辛苦点，一个月却能多上千美元收入，日子也舒坦了不少。

可欢悦的日子却伴随着母亲的一场重病化为泡影。面对家里陡然剧增的经济压力，我突然发现自己在异国他乡搭建的物质世界实在太脆弱，不得不开始考虑最现实却又艰难的问题。

也就在这时候，送外卖过程中对订餐平台的关注起了作用。我突然意识到，对于我这样一个中国人来说，在美国做美食O2O可能是门极好的生意。于是，专门做亚洲美食推介和外卖的“亚洲美食地图”诞生了。

为啥说是好生意，原因有两点：一是美国的市场不像中国竞争这么激烈，各家平台早期甚至还要倒贴商家和用户钱；他们普遍信奉“享受服务

就要付费”。以我经常送外卖的几家餐厅用的平台为例，其实也就是家质量一般的网站，却要从每单外卖中抽成0.75美元。再加上美国送餐文化早已十分发达，市场巨大，这么一家规模不算大的网站就能轻松月入15万美元。

第二个原因则跟美国独特的餐饮文化有关。在中国，各家外卖平台撑起了市场的绝对份额。可在连锁经营极度发达的大洋彼岸，最受欢迎的外卖是肯德基、必胜客这些连锁巨头，它们的订单也大多通过自己的官网结算。真正需要第三方平台来帮助的，是很难规模化经营的亚洲菜。

亚洲菜在美国十分受欢迎，尤其是中餐，在外卖市场的订单量仅次于披萨，比汉堡和三明治还受欢迎。颇为尴尬的是，在美国的中餐馆大多是家庭式小作坊，基本对网络一窍不通；更关键的是，中国独特的烹饪文化并不像西餐那么好解释。

在这样的现状下，我创办的“亚洲美食地图”，也就有了充足的空隙

可以插入市场。首先，各家餐馆已经习惯接单给外卖平台佣金，我们只要在此基础上抽成稍少，商户们就不介意进入我们的平台——毕竟是接单收费，带不来流量也不会吃亏。

令人欣慰的是，“亚洲美食地图”在美国得到了认同。去年6月，我们去纽约第一次见投资人就拿到了投资。现在生意已经在密尔沃基、亚特兰大、芝加哥、纽约4个大城市铺开，在过去的3个月，销售额同期平均增长率维持在739%，平均利润增长率维持在698%，每个月都有新纪录诞生。

有人觉得，经商创业是个现实又残酷的事，其实不然，梦想的种子总是能和它相伴而行的：将来，我一是打算在订餐网站加入博客的元素，以饮食为切入点向美国人介绍真正的中国文化。

其二，我也梦想着把生意做好后，回到留学的学校出资成立自己的研究所，继续完成自己未竟的研究。

《中国青年报》2017.2.8文/王文怡