

网上中国

海客游

微软又裁员了。本次全球被裁员工的总数有近3000人。这并不是微软第一次裁员，也不是规模最大的一次。这次微软裁员的消息公布后，其股价一路上涨。微软为何要多次全球裁员？本次裁员预示着什么？



微软首席执行官萨提亚·纳德拉

# 微软：全球裁员为争“云”上空间

海外网 孙任鹏

## “裁员季”再裁员

每到7月或12月，美国微软公司的一些员工总会有些忐忑，尤其是7月，几次大型的裁员几乎都发生在7月。2013年7月，微软进行了最大规模的裁员，裁掉了1.8万人，其中1.3万名员工与诺基亚业务有关；2015年7月，微软裁员7800人，其中有不少是手机业务员。2016年6月30日，微软发布完财报之后，就宣布分批次裁员2850人，其中至少有900位销售人员。今年的7月，又到了微软的“裁员季”。

7月6日，《圈内人》（Business Insider）报道，微软可能将于当日宣布裁员。社交软件Blind也有帖子称，微软管理层已经预定好会议室并安排他们的员工参加一个15分钟的会议。7月8日，微软公布了重组计划，微软将在全球裁掉数千销售员工。随后，微软发言人对外发布了一条声明：微软公司正在实施一系列的改变，旨在为我们的客户和合作伙伴提供更好的服务。

截至今年3月，微软在全球拥有员工121567人，其中有52000人从事全球销售及营销业务。本次被裁员工主要涉及非美国本土的销售人员，相当于微软总体销售人数近10%。

“本次裁员并非没有先兆，公司内部早已不看好相关部门。”据一位不愿意透露姓名的前微软离职员工介绍，如果微软准备裁员，一般会选在6月和12月以后，因为这是微软财年的年中和年终节点。“但通常来说，微软还是比较人性化的，比如N+2的赔偿，如果没能立即找到工作，劳动关系可以继续保留两个月，这相当于N+4（N代表在该公司的工作年限）的待遇了。”

与外界想象的不同，微软员工尽管忐忑但并没

有很抵触被“炒”。“一方面是因为微软的补偿机制还不错，另一方面是因为被裁者毕竟是从全球领先企业出来的人，其它公司还是比较愿意聘用的。”这位前员工说。

为何微软会在全球范围内多次裁员？这位前员工解释，面对不盈利的业务时，微软会做出调整，割舍或者减少该业务的投入。“2015年微软裁掉诺基亚员工就是个例子。”

## “云”业务挑大梁

微软云业务的布局早在2014年就开始了。2014年2月，微软发布任命通知，萨提亚·纳德拉正式成为微软新任首席执行官，盖茨出任技术顾问。2014年7月，萨提亚·纳德拉向公司所有员工发送了一封备忘录，详细阐述了他对微软今后几年发展的规划和设想，并提出了“移动为先、云为先”的战略构想。萨提亚·纳德拉在备忘录中写道，“设备与服务提供商”的概念对于转型初期的微软是有所帮助的，但对于现在的微软而言，更需要的是独一无二的的全新战略，以重塑公司的核心竞争力，那就是关注于移动互联和云计算。

微软发布的第三财季财报显示，该公司智能云业务的季度营收达到68亿美元，同比增长11%。与此同时，在微软云业务同期营收增长93%的推动之下，服务器产品和云服务营收则增长了15%。微软正在通过大力投资人工智能等新兴领域，追赶亚马逊的AWS云计算。

相对于云业务的生机勃勃，其软件和硬件的“成绩单”并不好看——Surface业务从最初给微软带来数十亿美元的营收到如今该业务同比下滑26%。

有业内人士分析认为，微软本次裁员有助于微

软轻装上阵，向云领域深入发展。经过几轮裁员后，微软会再招新员工来推广其云产品。目前在公共云领域，微软仍然不如亚马逊AWS，但在企业云市场上，它已超过了IBM等公司，确立了领导地位。

## “弯道超车”好机遇

微软几年前就提出了云业务，但为何选择在今年“腾笼换鸟”呢？中国科学院计算机研究所博士侯康推测，萨提亚·纳德拉上任后，微软的发展势头很猛，股价逐步上升，外界一致看好。此时提出全球裁员，舆论影响不会太大。“目前微软股票价格不跌反涨，市场反应积极。从这点不难看出外界对微软这次转型比较期待。”

云业务一直是全世界互联网巨头争夺的目标，其带来的利润空间是各企业发展的动因。《2016年我国云计算行业现状及发展趋势分析》显示，目前，全球共有5股势力瓜分云计算产业，分别是：以亚马逊和阿里云为代表的先入者，它们对云计算市场培育做出了巨大贡献，也有雄厚的人才资源、丰富的细分产品和庞大的数据中心；以微软、谷歌、腾讯与百度等为代表的跟进者；以脸书和网易为代表的黑马公司；以Salesforce、青云等为代表的创业公司以及以IBM、甲骨文为代表的传统IT企业。5股势力中，亚马逊、微软与谷歌是云计算发展最好的3家公司，2015年亚马逊AWS云计算销售额为79亿美元，微软拿下11亿美元，谷歌云平台则拿下不到5亿美元市场。

侯康博士建议，微软的转型预示着未来云业务的巨大潜力。中国各互联网企业也应尽早针对该市场进行战略布局，占领制高点，争取弯道超车，在全球云市场中占有一席之地。

# 隐私泄露危害多 网络监管成难题

杨俊峰 张 玥

近期，线上社交平台色拉布推出新的地理定位分享服务“色拉布活点地图”：通过分享定位形成个人生活的活点地图，结合其他线上表现，好友可知道用户随时随地在哪里、干什么。有关视频发到脸书上后，引发舆论谴责。无独有偶，脸书因为被指控收集用户数据，最近在法国被重罚15万欧元。

当前，“互联网+”“大数据”已深度融入日常生活，线上社交和商业平台无限缩短了人与人之间的认知距离，放大了日常活动轨迹，在促进互联互通的同时也埋下“隐私泄露”的隐患。

## 威胁无处不在

“脸书本应是安全的空间，可现在‘外来因素’正在入侵。”一名19岁的用户对于“脸书再次陷入隐私风波”一事评论道。7月，《澳洲人报》披露出脸书通过监控线上表现来界定640万名澳大利亚和新西兰青少年的情感状态，然后提供给广告商，使其利用数据给那些情绪不稳定的用户精准推送广告。“听起来就像是脸书在给我们下精神疾病的诊断书，实在太可笑了。”这是网民个人隐私遭受网络消极因素的干扰而被迫“裸奔”的新例证。当前，互联网行业朝着运行更高速、覆盖更全面、延伸更遥远的方向发展，个人隐私安全面临着巨大威胁。

首先是“大数据”因素。随着互联网服务分层细化、跨平台授权，“一个平台一个账号”的情况正在改变。苹果手机拍的生活照，微博主页上关注的用户分组，“淘宝”收藏夹和购物车里存放的商品链接……这些带有“个人特征”的信息碎片正汇聚成细致全面的大数据信息集，可以轻而易举地构建网民个体画像。同时，各种存储信息平台风险凸显。近日，美国联邦调查局（FBI）披露了一些

具有麦克风、摄像头等功能的联网玩具，通过与儿童对话，把儿童姓名、学校、好恶等信息保存在生产厂家的云端存储平台上，让儿童隐私一览无遗。

其次是“客户端”因素。从个体微观看，360奇虎科技的数据分析显示，手机是个人信息重要的泄密端口。近几年，手机客户端后台不合理收集和使用用户个人信息、侵犯隐私权的现象频出，例如，有的电商网站、快递公司等企业内鬼倒卖客户信息，还有钓鱼软件和病毒软件等恶意程序窃取个人隐私。

## 安全漏洞太多

当前，网上“留痕”的个人信息采集模式无处不在，个人隐私被泄露、被滥用已成为无法回避的事实。缘何如此？

根本原因是在互联网大数据环境下，数据开发的利益驱使不法之徒肆无忌惮地收集和使用个人信息。“围绕个人信息的产业链包括获取、存储、贩卖、使用等一系列环节，但其最终诉求是商业推销和金融诈骗。”上海市人大代表钱翎指出。

同时，互联网企业对用户信息隐

私疏于保护。近日，《南方都市报》与中国政法大学传播法研究中心联合发布了1000家常用网站、手机应用的用户信息保护政策透明度排名。在参与测评的1000家平台中，超过50%的平台评分为“低”级别，其中有157家平台不提供隐私保护政策；这些平台按照行业划分，社交交友类平台测评平均得分领先，旅游交通类垫底。

此外，个人隐私保护呈现弱势还与网民的“隐私风险安全意识”较低有关。一个生日密码应用于所有账号、见到无线网络就连接、受优惠和促销诱惑不断授权给新的网络程序来读取个人信息等现象十分常见。

## “止泄”刻不容缓

“网络安全和信息化是一体两翼、驱动之双轮。”保护公民的个人隐私既是信息化建设的基本要求，也是网络安全维护的重点头，对经济社会发展有重要意义。要打赢“个人隐私保卫战”，需要多方用力、立体防护；从法律上给予原则保障，在行业内追求自律，在理念上提高网民安全意识。

近年来，国家积极开展网络安全

方面的顶层设计，从法律法规上为个人隐私“保驾护航”。今年6月1日起，《网络安全法》正式实施；“两高”联合发布的《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》也同时正式生效。其中，《网络安全法》明确网络信息安全的责任主体，确立了“谁收集，谁负责”的基本原则，进一步细化了保护个人信息的规定：网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。“两高司法解释”则进一步明晰了公民个人信息的划定范围、非法提供标准以及侵犯、出售公民个人信息如何定罪量刑等问题。专家指出，要让法规落地，必须重点打击推销和诈骗行为。遏制了这些不法行为，依附于其上的信息窃取与贩卖会自然消亡。

不仅如此，针对互联网监管盲区，要建立第三方监督检查机制，或通过互联网行业组织进行行业自律。

而对于互联网用户而言，则应主动学习网络安全基本知识，提高隐私泄露防范意识，改变不良的上网习惯，这是保护个人隐私的切实之策。例如，可以对个人信息作匿名化处置，谨慎使用指纹、声音、虹膜等生物识别方式。



色拉布活点地图界面

《明日之子》：用「直播」放飞青春梦想

冷 淞 张丽平

## 直播，聚合真实的化学反应

对于网络综艺节目而言，“直播强则网综强”的时代已经到来。直播的魅力在于不确定性和它带来的真实感和悬疑感，比拼的紧张刺激在直播的那一刻传送了出去。

《明日之子》用直播将不可预知和瞬间变化放到了最大，通过网络直播真正挖掘出了选秀固有的魅力。实时的进程、实时的结果分享，鼓励所有的青年选手敢于竞争，用真实面对大家，自信自强，克服自卑，以真诚、真实、真情来征服观众。另一方面，直播将观众纳入到了选秀的进程中来，观众的力量可以直接影响节目的走向，创造了一个尊重观众的平台。

可以说，《明日之子》用直播的手段揭示了“选”的本质，而不再只是“秀”表面。这一次，腾讯视频用直播这样直接简单的形式突出了选手们的个性，提升了直播的效率，可谓小成本、大情怀。

## 包容，塑造真诚的梦想偶像

网络时代是尊重个性的时代，包容的互联网允许所有不一样的美。《明日之子》从各个环节都做到了不要套路要真诚、不要掩饰要公平、不要常规要个性的创作准则。在真诚、向上的基础之上，挖掘、培养、打造互联网的新一代偶像，这条“产业链”包括海选、粉推、导师引导、经纪人包装等一系列专业的流程。

梦想强则少年强，少年强则文化盛，文化盛则中国强。《明日之子》鼓励年轻人带着自己的梦想去创建属于自己的发展空间，不偏重选手某一方面的能力，而是带着综合考量的眼光去发现真实而又立体的年轻人。在节目中，观众看到了和而不同的谦卑与个性，看到了追逐梦想的坚持与容忍，也看到了年轻一代的真实气质和精神面貌。

