

□ 余颖

思语

我们看世界杯 他们谈生意经

□ 白丁

以广告的形式在世界杯这种顶级赛事上亮相，获取的也仅是一个展示机会。能否真正将眼球转化为收益，说到底还是要看品牌本身的素质是否够硬。

俄罗斯世界杯吸引了很多人的目光，无数球迷为伊消得人憔悴，衣带渐宽终不悔。既有惊险出线，又有意外淘汰，都成为了人们津津乐道的话题。

激战正酣的世界杯在为全球观众带来视觉盛宴的同时，其背后的“经济账”也同样博人眼球。四年一届的世界杯，已经不仅是一场体坛盛事，更是一座大金矿，无数企业希望能从中分得一杯羹——无论是世界杯赞助商、参与世界杯周边产品的生产商，还是那些蹭“世界杯”热度的商家，各种蜂拥而来的品牌将其团团围住，只为在短短一个月里集中曝光在众人面前。

今年俄罗斯世界杯上，中国赞助商可谓独领风骚。7家中国企业成为世界杯赞助商，形成世界杯赛场的一大亮点。还有不少企业为世界杯营销押宝，选择与世界杯参赛球星签署相关赞助协议，其中就包括了巴西队的内马尔、阿根廷的梅西、葡萄牙的C罗、乌拉圭的苏亚雷斯等大牌球星。不少国内制造业企业，也通过各自不同的方式参与到“世界杯经济”的热潮中。有外媒调侃说，今年夏天去看世界杯的球迷们，将会看中国电视机、用中国手机、坐中国电动滑板车、喝着中国奶制品。

为何众多企业如此青睐世界杯？在不少企业看来，能够在世界杯上露脸，本身就是提升知名度和影响力的捷径。

一个经典例子当属韩国现代汽车。从1999年起，现代汽车便成为国际足联的官方合作伙伴。在2002年韩日世界杯上，现代汽车成为世界杯唯一指定汽车类合作伙伴，包揽了2022年前FIFA所有相关足球赛事汽车赞助权。作为世界杯官方合作伙伴，在精心制定的不同营销战略下，现代汽车迅速走红，在品牌和销量上都得到了极大的提升，不仅提高了品牌形象，也巩固了其品牌的国际化地位。当然，在世界杯这种顶级赛事上亮相，获取的也仅是一个展示机会。能否真正将眼球转化为收益，说到底还是要看品牌本身的素质是否够硬。

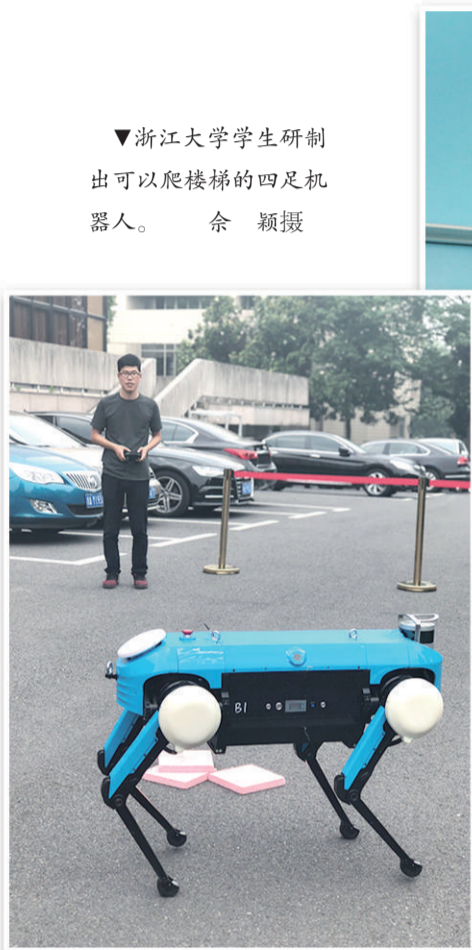
反过来说，没有商业化，世界杯不会有今天这样的影响力。一个不争的事实是，足球是一项需要金钱维持的运动。没有收入，国际足联无法保证世界整体足球水平的发展。如今，举办一届世界杯，国际足联能获得数十亿美元收入。大到转播费、赞助费，小到一瓶啤酒、一个吉祥物，都成为“世界杯经济”的组成部分。

如今，当人们评价一届奥运会或者世界杯是否成功时，经济效益越来越成为一个重要的衡量指标；作为非营利性组织的国际足联和国际奥委会，也开始公布自己的年度财务数据。当人们讨论一个明星球员时，比赛成绩固然重要，但他们能从比赛中获得的高额奖金以及高身价，也是人们津津乐道的部分。

当然，人们也担心，世界杯会不会因为过于追求经济而变味。现在的足坛很难再有一生只效力一支球队的球员，世界杯也不可能永远是人们记忆中的那个世界杯。1998年法国世界杯，参赛球队从24队增加到32队，而到2026年，世界杯将增加至48队。每多踢一场比赛，就意味着国际足联将多一笔收入。但到那时，比赛的精彩程度是否也会大打折扣，降低世界杯的吸引力呢？不管怎么样，对于热爱体育的普通民众来说，还是好好享受眼下这场四年一度的足球狂欢最为实在。至于怎么赚钱，就让国际足联和商家们去琢磨吧。

如何跟机器人“抢”工作

机器善于解决问题，但不会提出问题，不擅长创新。因此，在机器学习时代最有价值的社会职业是企业家、创新者、科学家、创作者和其他能够分析出待解决问题、待发掘机会和待探索领域的人才



▼浙江大学学生研制出可以爬楼梯的四足机器人。余颖摄



▲大学生展示机器人参赛作品。余颖摄

现在的人工智能有多牛？——阿里妈妈的人工智能文案1秒钟能生成2万条广告语，蚂蚁金服的AI实现了4个人服务27家基金公司数千万用户，眼科医生经过十几年训练才能识别40%左右的角膜炎，而浙江大学的人工智能可以识别出84%且永不疲惫。至于翻译，科大讯飞的人工智能同时运用无数种语言交流不过是小菜一碟。

早在2016年，基于当时的人工智能技术，牛津大学教授卡尔·贝内迪克特·弗雷和米迦勒·A·奥斯本就预计，未来20年，美国47%、印度69%、中国77%的工作岗位都将被机器学习所带来的自动化取代。

不必恐慌，机器不会彻底取代人力

“人工智能一定会消灭一些行业，改造一些行业。”西安交大利物浦大学执行校长席酉民肯定地预测，“很多工作可能就没有了，很多专业也就没有了，简单的会计记账很快会被替代，银行里的很多人会失去工作。”

不过不必恐慌，未来有些人还是不可被替代的。人工智能和机器人在替代和强化部分行业的同时，也会孕育很多新行业。比如现在的无人驾驶飞机，一架飞机替代了一个飞行员，但是背后有60个大数据操作师。

也有些专家指出，人与智能机器人不是替代关系，而是会形成新的分工。这种新分工体现在人利用人工智能、机器学习优化工作绩效；机器善于解决问题，但不会提出问题，不擅长创新。因此在机器学习时代最有价值的社会职业是企业家、创新者、科学家、创作者和其他能够分析出待解决问题、待发掘机会和待探索领域的人才。

随着人工智能技术的深度发展和机器人的广泛应用，人们会从许多传统生产活动中解放出来，有了更多闲暇时间，更强大的支持手段，让生活更有趣和丰富多彩。创新、创意会成为生活和工作中的必需品，人们也有更多机会从事创造性的工作。

但是席酉民提醒，所有的新工作都只会越来越复杂，而不会越来越简单，“未来不会创造出那些你只要答对了几分就能够获得的工作”。

樊登读书创始人樊登阅读的《人工智能时代》，在网络上掀起了收听热潮。但很少有人知道，樊登在大学是学金属材料及热处理专业的。“在大学里，我其实什么都没有学到。”他开玩笑地说，“母校教给我最重要的一件事情是让我觉得可以学东西。”他印象最深的是当年曾代表学校参加过一个辩论会，为了得冠军，他和同学一起翻阅图书馆的资料，读了无数书，学了很多东西。

这种自我学习的能力，成为樊登今天的核心竞争力，也是他自认为不会被机器人取代的根本。

最不像机器的人，更能适应人工智能时代

幼儿园的孩子会背两首诗，会说两句英文，家长就很高。上学后，乘法表、解题法永远是关注内容，但是这些在人工智能时代都不重要。“因为现在有搜索引擎，有手机，人们很容易找到自己想要的知识，传统教育消灭无知的功能已经消失了。”席酉民认为，未来拥有知识很容易，判断整合这些知识的能力才重要。

站在从业者的角度，百度智能家居硬件总经理吕骋对人工智能时代的人才有着更深入的衡量标准。吕骋并不否认，未来的人才同样需要掌握大量专业知识。但是他把想象力放在未来人才的第一位。“人工智能行业基本上是在预测未来是什么样。但我的理论是，没有人可以预测任何事，所以你需要非常敢想。不是从落地应用的角度，而是从系统级别、站在更高层次上对未来的社会有一个憧憬和构想。”

他认为人工智能时代的从业者最重要的素质，是要有很高的道德准则，“因为人工智能有一个巨大的挑战，就是人类究竟能不能控制住它的边界，能不能忍住不去打开潘多拉魔盒”。在实际研究中，人工智能的很多应用场景其实是充满诱惑的，从业者需要考

虑清楚某个技术在未来会不会对人类社会产生致命影响，不能被人工智能所控制。

归根结底，机器是服务人的，人站得有多高，机器人的帮助就会有多大。就像智能手机设计的功能本来很多，但大多数人只发挥了它30%的功能。“如果希望在机器人辅助下，让自己的生活更丰富多彩，我们必须不断提升自己。”席酉民认为，未来通识教育、素养教育、艺术教育会变得越来越重要，学校需要培养学生的自主学习能力、提出问题能力、人际交往能力、创新思维能力、谋划未来能力等等。

“未来社会谁能生存下来？最重要的就是你要变成那些最不像机器的人。”樊登用一句话总结。

不过从最现实的角度考虑，计算机科学将成为所有学校的“主课”。现在浙江大学要求所有本科生学习编程，连考古系也不例外。这是给学生进入人工智能时代的钥匙。

教育怎么改？还是个正在探索的问题

今年4月，教育部发布了《高等学校人工智能创新行动计划》，从高等教育层面对新一代人工智能的创新发展做出重大部署。

人工智能影响教育，不是简单地在学校里开人工智能课程，也不是在学校里开人工智能专业。教育界需要研究的是，由于人工智能改变了世界，整个教育怎样适应人工智能化后的社会问题。

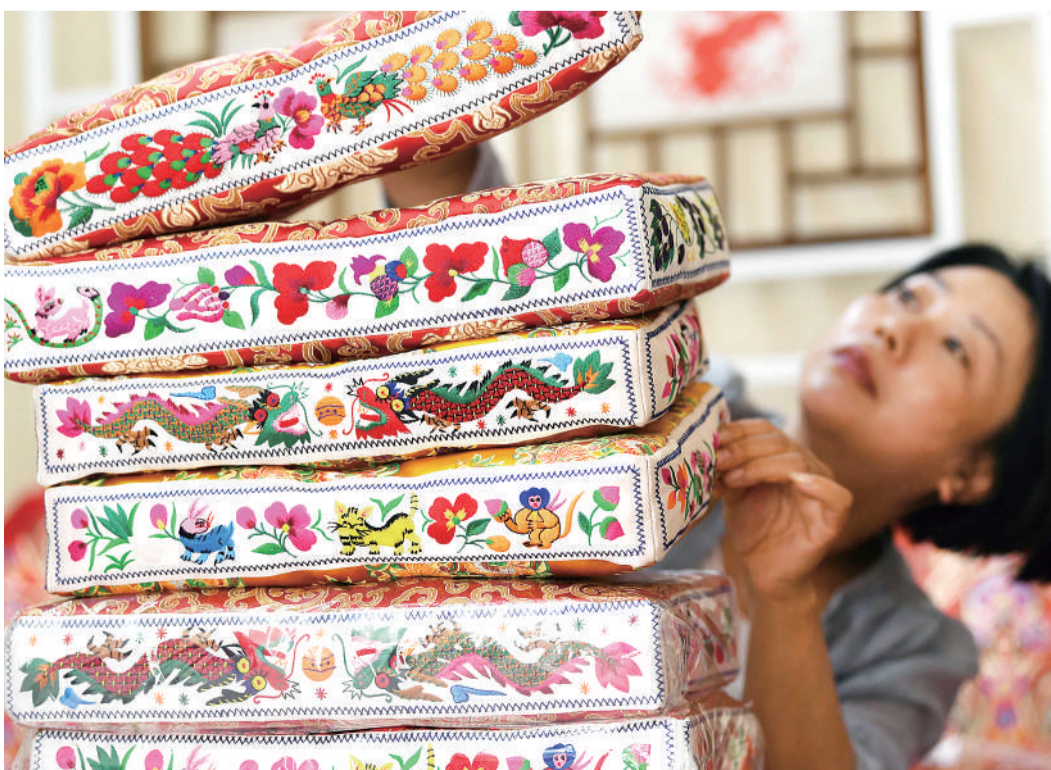
“多年来，学校只关注专业规划、课程设计、教学大纲、教学等，而未来的学习很可能就是人们在小的时候奠定了一定的学习基础和技能，然后随着兴趣和机会去生活和工作，还要视需要再去进行特定的学习，从而使终身学习成为一种习惯和必要。”席酉民认为，在这种情况下，教学不再是简单地教知识，而是引导学生培养问题意识，学会搜寻知识、整合知识、解决问题，在这一研究过程中提升沟通、合作、表达和执行等能力。

这也意味着，学校的教学模式乃至校园形态可能都将发生变化。未来，学生未必一定要利用完整的4年进行大学本科学习，2年或3年进行硕士研究生学习或3年到5年进行博士研究生学习，而是根据需要利用网络、学校等资源和技术持续自我学习。

未来的大学将会是一个学习中心、资源中心、研发社区、创新生态、产学研社共同体。在这里想学习时有老师和同学互动，有想法时可借助资源和实验环境尝试创意，有疑惑和问题时可借助研发中心寻求答案，有技术或商业模式时可通过创新生态进行实践，并把创新的产品或服务通过产学研社共同体实现价值创造和分享，进而促进社会进步和发展。

目前，清华大学、浙江大学、浙江工业大学等知名高校与百度、阿里巴巴、腾讯等企业都有深度合作。超级计算机的领军企业中科曙光也在跟高校合作，将企业的经验、项目导入高校实践课程，让研究院的博士跟学生分享经验。中科曙光大数据首席科学家宋怀明认为，校企合作的核心思想就是把企业在人工智能和先进计算方面的优势，与学校的教育理念融合在一起，更好培养实战型人才。

光影



和合枕全名为和合鸳鸯枕。相传民间为祝福新婚夫妇喜结良缘，特书和合符两道，将和合符背面写上夫妻姓名及八字，做枕芯两个，各放一道于枕芯内，以祈求夫妻和睦、白头偕老。

经过世代相传，这一习俗逐渐演变成了山西长治地区特有的和合枕。它分为两对四颗，每两颗中间用布带连起来变成一对，含有“一生一代一双人”的美好寓意。枕头四周的图案都是绣娘一针一线绣出来的，象征婚姻幸福、多子多福，表达对新人的美好祝福。

高兴贵图/文