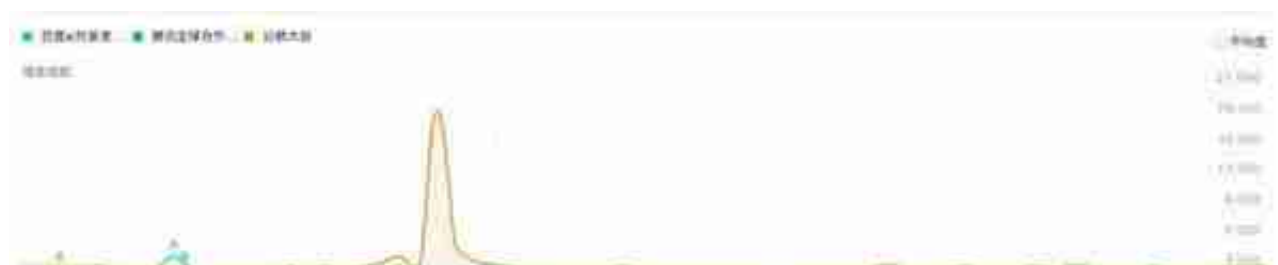


这三家公司处于“双重时空”中，前一个时空叫“(移动)互联网”，后一个时空是“新科技赋能”。



百度指数对比图：这个时间段三家都开过大会。依次为2017年7月，百度开发者大会；2017年9月，阿里云栖大会；2017年11月，腾讯全球合作伙伴大会。

这种巨大差距可能是因为，马化腾较少亲自站台，所以未能对外传达腾讯投入新科技的力度。比如2015年和2016底的“全球合作伙伴大会”，马化腾并未到场，但马云和李彦宏从来不缺席自家的大会。当李彦宏在今年7月的百度开发者大会上说，百度每年把15%的收入投入到AI研发中，百度非常愿意跟全球所有开发者一起实现“Everyone Can AI的理想”时；当马云的脸出现在几乎所有机场的中信书店畅销书架上时，马化腾花了更多精力在“腾讯系”的互联网版图上：他每个月要和黄峥见一次，还要接受王兴和程维可能随时打来的咨询电话。

2017年IT领袖峰会上，
实诚的马化腾自己都说了：在人工智能方面，“腾讯还是落后不少”。

对新技术及其落地应用，腾讯至今仍停留在“多点试探”上，
腾讯没有把自己对新技术的战略规划，清晰、有力、反复地传达给公司内部员工和外部合作伙伴。

换句话说，腾讯没有告诉外界，未来十年它想要成为什么样的公司。

成也萧何，败也萧何

导致腾讯面目模糊，在技术和生态能力上与BA有差距的最根本原因是“基因”。

腾讯

的基因是

“产品”，腾讯最

大的原则是“用户体验”。产品基因

首先导致

硬核技术不

是最重要的，更好的体

验、更快获取规模和流量才是核心。

所以腾讯在技术积累上稍显不足，它在AI布局上起步较晚。

散，缺乏生态、布道能力，则有更深层的原因，和腾讯的“两方模式”及内部组织架构有关。

作为一家产品公司，腾讯在很长一段时间都只需要面对C端用户。上文说到，阿里是三方模式，作为中间的撮合者一开始就必须积累生态能力；而腾讯一直就是自己和用户的两方模式。

腾讯囤积了大量C端流量，变现不怎么依赖外部力量，而主要靠自己的盈利业务——初期是SP和虚拟物品售卖，比如QQ币、QQ秀，现在则是游戏。To B的社交广告业务曾被给予厚望，但从落地以来从没超过总营收的15%。

以至于当马化腾成为腾讯投资的B站上的鬼畜明星时，他的标准出场台词都是“不氪金怎么变强？”“小小的腾讯，才赚几个亿，偶尔卖卖Q币”。总之，直接交钱就好了。