针对用户反映的手机卡异地销户难问题，工信部日前回复媒体表示，已要求三大运营商2019年1月1日起，在全国正式提供手机号异地销户服务。

工信部要求运营商解决手机号异地销户难问题

北京开始试点手机号异地销户

一段时间来，手机号异地销户难一直是令不少手机用户头疼的问题。昨日，北京青年报记者就目前异地手机号销户手续分别咨询北京运营商发现，目前北京地区已有运营商可以提供异地销号服务。

北京移动、北京电信用户可到营业厅办理

昨天，北青报记者分别致电三大运营商。北京移动客服人员表示，可携带身份证、服务密码，至北京移动营业厅办理。北京电信也表示，携带本人身份证，至电信直营营业厅即可办理。北京联通客服则表示，办理手机号销户事宜目前仍需咨询归属地。不过，另有联通工作人员表示，可尝试登录中国联通“手机营业厅”APP，通过网上可实现异地销号。

异地销户为何难推行

一直以来，不少用户对运营商异地补卡和销号流程提出意见表示，手机卡丢失或停用后，需要返回原办卡地补卡、销号，有诸多不便。

据了解，手机号销户流程此前比较复杂，通常必须由机主本人持身份证原件回号码归属省份办理，或将本人身份证原件和委托授权书寄送给异地亲友，由亲友前往相应营业厅办理。

有业内人士表示，异地销户既涉及用户与归属省公司、业务办理省公司之间的权利、义务转移，又涉及用户退费、异地交费、省际结算、异地发票退回和开具、工单流转、人员培训等问题，业务实现较为复杂。特别是对于靓号、终端、融合产品等合约计划用户，须先解除合约才能办理销户，而各地合约计划内容差异较大，解约所涉及的违约金规则各不相同，要保证异地销户用户的权益，需要花费时间及投入人力、物力，做大量复杂、细致的工作。

此外也有分析认为，关系到运营商“离网用户数”的考核压力，也是此前造成异地销户难的部分原因。

三大运营商已积极研究解决方案

工信部近日对此回复媒体表示，高度重视用户反映的手机卡异地销户难问题，要求三家基础电信企业2019年1月1日起在全国正式提供手机号异地销户服务。

信息显示，今年9月份，中国移动表示，去年已在自有营业厅提供线下异地补卡服务，部分合作营业厅因不具备条件，暂不提供异地补卡。目前正和政府主管部门沟通，争取实现线上换卡补卡。

中国联通表示，力争在年底前推出自有营业厅异地销号业务。中国电信表示，今年10月1日起试运行异地补卡业务，明年1月1日起向所有用户开放。

另据了解，目前部分地区的运营商正在逐步试点开设手机号异地销户业务。中国移动、中国电信部分营业厅已可以代用户申请办理异地销户，但不能当场办理，仍需要等待数天。

文/本报记者 任笑元

投资12.5亿 阿里巴巴控股阿里影业

截至昨天阿里影业股票大涨6.5% 市值涨幅超过20亿港元

昨天，阿里巴巴集团与阿里影业联合宣布，阿里巴巴集团将增持阿里影业股权，由目前的49%提升至约50.92%。超过50%的股权表明集团对阿里影业将实现实质控制，并在阿里影业董事会拥有大多数席位。阿里巴巴CEO张勇表示，这是为阿里影业“投下的信心一票”。

阿里实现对影业的控股

根据协议，阿里影业将以每股1.25港元向阿里巴巴集团发行10亿股新股，通过这次股票发行筹集总额达12.5亿港元。

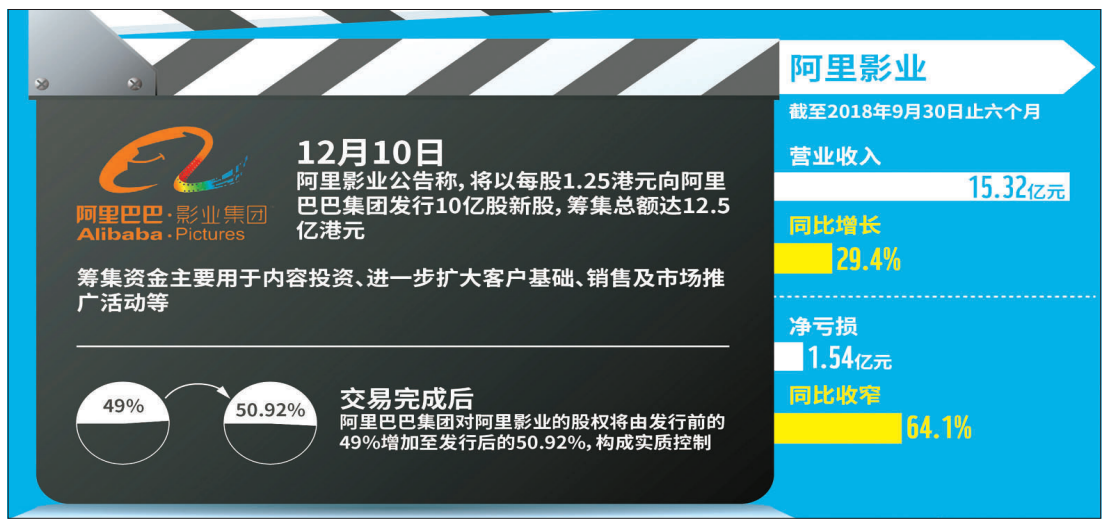
数据显示，此次阿里巴巴集团1.25港元买入阿里影业股权，较截至最后交易日（包括该日）止最后30个交易日在联交所所报平均收市价每股股份（约1.17港元）溢价约7.20%。本次交易将在达成惯例成交条件后完成，包括获得阿里影业独立股东以及香港联合交易所的批准。

阿里影业股票大涨6.5%

截至记者发稿，阿里影业股票大涨6.5%，市值涨幅超过20亿港元。不过，目前阿里影业股价1.31港元，6.5%的涨幅带来8分钱每股的收益，对于一些早年高价入手的投资者来说并不算多。

阿里影业2014年3月由控股“文化中国”而来，6月完成更名，当时的股价约1.6港元每股。当时，阿里影业董事局主席邵晓锋表示，阿里影业将更加专注于打造切合现今观众需求的电影及电视剧。

2015年3月，阿里影业的股价一度涨到4港元以上，是因为受益于当时发布的财报。当年的财报显示，阿里影业2015年总收入为2.64亿元，同比增长108.3%；每股盈利人民币1.99分，归属于公司股东的净利润为4.66亿元，2014年同期为净亏损4.17亿元。仅投资《碟中谍5：神秘国度》一部影片就带来6870万元收入。



此后，阿里影业陆续投资了《摆渡人》《三生三世十里桃花》《忍者神龟2：破影而出》等电影，不过这些影片票房都不及预期，导致阿里影业业绩持续亏损。

阿里影业近期财务状况转好

不过这一情况在今年暑期开始有了好转。今年8月以来。阿里影业接连收获暑期档冠亚军《我不是药神》《西虹市首富》、国庆档冠军《无双》，公司股价一路上扬，涨幅高达50%以上。

11月底，安捷证券发布研报，将阿里影业目标价上调至1.55港元，并重申买入评级。该报告认为，预计市场扩增计划将为淘票票和阿里影业带来新增收入，市场份额有望进一步提升。预计阿里影业未来三年收入将实现持续强势增长，前景长期看好，回报率大为可期。

前不久，阿里影业发布了2019财年中期财务业绩，亏损额大幅缩窄，收入增长。

财报显示，报告期内公司业务稳步增长，经营利润实现良性转变；营业收入15.32亿元，较同期增长29.4%，经营净亏损则同比大幅缩窄64.1%。淘票票逆市上扬，6个月内出票票房（GMV）较同期上升14%，品牌和用户活跃度得到显著提升。

当时阿里影业表示，受益于自身大数据的独特优势，以及阿里巴巴集团的生态协同效应，在其三大核心业务板块的收入均获得强劲增长：互联网宣发、内容制作、综合开发，在半年内分别实现收入11.72亿元人民币、3.10亿元人民币、0.49亿元人民币，同比分别增长19.2%、83.9%、55.7%。

阿里为大文娱投下信心的一票

对于此次拟增持阿里影业的股权，阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“对于集团‘Double H’战略中的Happiness‘快乐’领域，阿里巴巴大文娱在执行层面上已取得丰硕成果。我们期待阿里影业在内容制作和发行渠道方面，与集团相关业务进一步整合和协同，为中国消费者提供更优质的体验。此次增持更是集团为阿里影业投下的信心一票，我们将继续通过资源投入及生态优势，支持阿里影业把握中国电影业蓬勃发展所带来的机遇。”

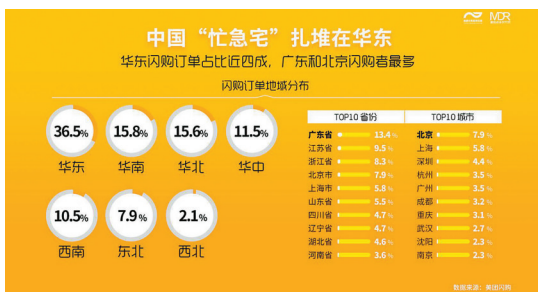
阿里影业董事长兼首席执行官樊路远表示：“阿里影业成为阿里巴巴集团的子公司，让我们倍感振奋。作为一家影视互联网公司，阿里影业可以利用集团在大数据技术及电商方面的优势，加强与优酷、大麦网、阿里文学等大文娱业务的合作。我们将继续秉持‘创造快乐、成就梦想’的使命，推动中国电影产业的数字化升级，为消费者提供高品质的服务。”

文/本报记者 温婧 肖扬 供图/视觉中国

美团闪购大数据报告新鲜出炉
女性用户占据六成“忙急宅”扎堆在华东

工作忙、休息宅，突发状况急急急，忙、急、宅三个字生动诠释了现代人的现实生活图景，也带来了全新的市场需求，今年7月，美团正式上线闪购业务，涵盖超市便利、生鲜果蔬、鲜花绿植等众多品类，即时送货上门，24小时无间断配送。近日，美团点评研究院联合南都大数据研究院发布《闪购时代，快意生活》大数据报告（以下简称“报告”），报告以美团闪购平台数据为基础，从“忙急宅”人群消费需求的满足、群体地域分布以及消费喜好等方面，对目前的闪购市场进行了全方位的解读。

报告显示，2018年7月上线的美团闪购目前已成为“忙急宅”群体的新兴购物平台，其中，女性用户是购买主力，占比59.2%，偏好休闲零食和乳制品，而男性订单占比40.8%，最喜欢“闪购”酒水饮料。在地域方面，广东省用户订单遥遥领先，占比高达13.4%，工作节奏飞快的北京、上海、深圳闪购订单量依然领跑全国所有城市。



闪购族分布广东和北京最多
三线城市消费潜力巨大

从地域分布来看，经济水平首屈一指的华东地区“忙急宅”人数最多，其闪购订单量在全国占比近四成，远远甩开了华南、华北等地，稳居第一宝座；从全国城市排名来看，随着工作生活节奏的加快、加班族众多，北京、上海、深圳闪购订单依次位列前三，而作为国际重要的电子商务中心，杭州排位超过广州，位居第四。

此外，国内三线城市的消费潜力也不容小觑，根据《报告》数据，惠州、武汉、石家庄、保定等地单均价增幅均超过20%，新疆乌鲁木齐单均价增幅也达到18%。这样看来，不论是快节奏的华东，还是发展中的华北、西北，“忙急宅”市场均有较大需求。

“忙急宅”最爱买TOP3：
生鲜果蔬、酒水饮料、休闲零食

定位为“30分钟到货的生活卖场”，美团闪购涵盖了“忙急宅”人群的各种生活场景。报告显示，美团闪购订单中，生鲜果蔬订单占比近三成，酒水饮料、休闲零食紧随其后。其中，农夫山泉、康师傅、可口可乐等品牌软饮比酒更受“忙急宅”们欢迎，与之相对应的薯片、辣条、方便面成为用户消费的“百搭CP”。

在闪购订单单均价这一层面，家居清洁、粮油调味品以67元的单均价成为单值最高的消费品类，而“忙急宅”们最爱买的酒水饮料，单均价最低，但也达到55元，平台订单均价达61元。这些数据也从侧面印证了，花钱买时间、买方便正成为“忙急宅”群体的消费共识。

不同地域带来消费差异

不同地域有不同喜好。美团闪购大数据报告也透视了不同的城市风采：广深青年偏爱闪购酒类还有熟食；帝都青年除果汁外，更中意调味酱、煮炖菜等熟食酱料，颇有北方人踏实过日子的既视感；而魔都潮人则颇富时尚气息，更青睐零食、粮油礼盒及冰激凌。

在消费性别分布上，女性是闪购市场“买买买”的主力，膨化食品、卤辣小食、冰激凌等零食乳制品是女性消费者的“最爱”。而男性消费者的闪购订单中，酒水饮料稳居头名，占比达四成以上。

下班时间为闪购高峰期
工作日提神是刚需

都市人夜生活的丰富多样也生动地体现在了“忙急宅”们在美团闪购下单购物的消费偏好中。报告显示，不同于外卖高峰通常出现在午间，下午5点至晚上9点才是闪购订单的高峰期，晚上七八点钟左右，下单数量为全天最高，想必是因为闪购的商品多是送至家中或酒店，回家路上和刚到家中，才是下单的最好时机。

基于不同的消费诉求，“忙急宅”在工作日与非工作日的消费喜好也有所差别，最突出的一点是，工作日，酒水饮料、生鲜果蔬成为其最频繁下单的消费品类，闪购饮料以提振工作状态正成为“流行趋势”；而到了周末，“忙急宅”们则迅速恢复“宅”的状态，粮油调味、熟食素食成为其消费的普遍诉求。

家庭和酒店成为闪购主要消费场景 年轻用户“越夜越嗨”

除了宅在家里坐等好物，“忙急宅”们在酒店也越来越青睐闪购服务，报告显示，美团闪购65.9%的订单送往了住宅区，而有11%的订单送往酒店。酒店消费场景中，男性用户群体占据多数，最喜欢的订单组合是“啤酒+面包”；而女性消费群体更习惯于在家闪购，偏好用薯片、火腿肠填补空虚的胃。

报告还显示，用户越年轻，在平台的下单时间越晚，30岁以下消费群体在21点到凌晨5点的下单量远超过30岁以上群体，可见越年轻，夜生活越嗨。与此同时，30岁以下用户订单多送往酒店，下单产品以休闲零食、熟食速食为主，而30岁以上用户订单多送往家里，偏好粮油调味，这也与其“顾家中年人”的形象颇为相符。

据悉，目前美团闪购已覆盖全国2500个市县，全国53万骑手待命，24小时无间断提供配送，为消费者提供从餐品到超市便利、生鲜果蔬、鲜花绿植的全品类配送服务，充分满足用户一站式消费需求。

文/本报记者 温婧

中国首份AI企业社会价值报告
百度以科技创新回应社会需求

近日，中国社会科学院社会学研究所，以中国知名科技企业百度为研究对象，发布了《AI如何创造社会价值 2018百度社会价值报告》。以人工智能生长动力的算法、算力、数据为重点，对百度科技资产的社会价值进行了一次系统的第三方评估。中国社会科学院社会研究所认为，作为一家科技公司，百度最核心的资产是“科技资产”，而科技资产与社会资产、文化资产、经济资产具有强关联性，通过相互作用将创造出更广阔的影响和价值。

百度最核心的是科技资产

百度公司被《报告》评价为“全面社会价值”公司。《报告》认为，百度在移动搜索时代的社会价值大多数已经为公众承认；百度在人工智能时代的社会价值刚刚崭露头角，在未来还将取得更大的成绩、产生更大的社会影响。《报告》指出，作为中国经济奇迹的重要参与者，百度自创业至今的18年里，创造了巨大的经济效益，但其掌握的科技力量引发或可能引发的社会影响，却一直没有得到系统地梳理和展望。

中国社会科学院社会研究所认为，作为一家科技公司，百度最核心的资产是“科技资产”，而科技资产与社会资产、文化资产、经济资产具有强关联性，通过相互作用将创造出更广阔的影响和价值。“科技资产的社会价值应该得到更多的重视。以数据、算力、算法为代表的百度核心科技资产的价值，不仅在于技术本身，更在于技术所能带来的正向社会影响。”

《报告》表明，要想成为一家科技价值与社会价值相得益彰的企业，“赋能”能力是不可缺少的必要基因。百度公司历经从“集合数据”到“共享数据”的转变，从“开发智能”到“智能燎原”的迭代，具有完备的“赋能型”科技公司属性。

百度科技资产在五个维度产生社会价值

此次报告内容的研究撰写，有着科学严谨的准则规范。对于社会价值应该应如何评价，《报告》建立了名为“科技雷达”的指标体系，从经济责任、规则—法律效应、社群—环境效应、科技—文化效应、个人福祉五个维度，来考察百度公司数据、算法、算力等科技资产的广义社会价值。从搜索引擎时代成为“数据平权”的先锋开始，到今天AI时代的开放共享、去中心化的广泛赋能，百度实现社会价值的方式越来越多样化和主动。

在经济责任层面，百度帮助社会各阶层平等获取信息，通过技术创新加速“数据红利”到“智能红利”的落地，助力中小企业、增加就业岗位，降低AI技术门槛、扩大经济可能性，催生新的劳动关系；在规则—法律效应层面，百度参与和开发一系列“风控”技术、产品和机制，参与塑造互联网社会和人工智能社会的规则；在科技—文化效应层面，百度集合全球数据、提高中文在互联网世界的地位，其众多产品为存续与发展人类的知识、文化，保护地球生态提供了有效手段；在个人福祉层面，百度应用AI提高人们的生活幸福感，广泛影响社会大众、家庭成员的情感和社交互动的模式；在社群—环境效应层面，百度AI正构建全新的身份体系，催生新社群和劳动力市场，积极参与社会治理合作，推动智慧城市建设。

中国社会科学院社会学研究所副研究员吕鹏

中国社会学会性别社会学专业委员会理事周旅军认为，该报告创新之处在于独特的“科技雷达”考量体系，它从五个维度进行透视和评估，能加深、拓展我们对AI等科技发展所带来社会影响的认识和理解，值得在行业层面上借鉴和推广，为政府决策、学界研究和公众讨论提供科学的基础和依据。

AI企业的社会责任

AI企业如何创造社会责任，百度给出了自己的答案。百度CEO李彦宏表示，AI企业必须要牢记初衷，把安全、把伦理以及广泛的社会关怀，融入到公司的血液当中。18年来，技术信仰一直存在于百度的基因中。从早年的搜索引擎到近年AI产品的发展，科技推动社会进步的想象空间更加广阔。对话式人工智能系统DuerOS与合作伙伴一起，为用户带去便捷生活体验；Apollo的开放、量产，加速了整个自动驾驶领域的创新和发展。此外，让普通群众零距离体验智能生活的海淀AI公园、运用人脸识别技术辅助各类寻亲工作的百度AI寻人项目、为基层患者带来福音的AI眼底筛查一体机等，百度人工智能技术在驱动自身业务增长、赋能产业之外，也在积极推动社会发展。

此外，百度公司还专门设立了社会责任与沟通官方网站，对于社会关联紧密的项目信息进行公开披露，及时收集用户的反馈和建议，作为企业社会责任与价值创造的指导方向。

文/辛园园