

单车大战渐入尾声,留下的不只有输赢

行业观察

杨仑

曾被誉“新四大发明”之一的共享单车,近来已鲜有新玩家入场。日前,广州市交委公布了今年一季度两家共享单车企业服务质量的考核结果:摩拜和ofo的得分仅飘过及格线。

疯狂烧钱是人们对于共享单车的共同记忆,动辄几亿、十几亿的补贴令人咋舌。在共享经济大潮中,创业者蜂拥而入。但当潮水退去,始终无法找到盈利模式的企业接连倒闭、跑路,或者

者难逃被收购的命运。

在摩拜被美团收购后,环绕在ofo周围的各种收购传言不绝于耳。不过,近日ofo已发布声明,要坚持走独立发展道路。

小黄车的困境,归根结底还是钱。沉重的运营负担、较高的损坏率都困扰着这家曾经不差钱的公司。更重要的是,共享单车至今尚未摸索出一个清晰的盈利模式。靠押金积累现金池?“小绿车”“小蓝车”押金难退已让消费者忧心重重。靠单车骑行赚取利润?似乎也难以维系。

在这场收官之战中,哈罗单车作为阿里系资本的“亲儿子”异军突起,已与摩拜、ofo形成

三足鼎立的局面,谁能笑到最后,还要看资本的意愿。

如今共享单车遇到的困境,也是市场调解机制作用的结果。跑马圈地、野蛮生长的时代结束后,必然要进入资源整合期。而无论是资本运作还是烧钱烧出来的需求,最终都要经过市场的检验。

毫无疑问,“最后一公里”仍是困扰出行的大问题,市场对共享单车依然有巨大的需求。但这种需求不应被孤立起来,因为人们使用共享单车的场景并非单一、无目的行为。共享单车的使用场景覆盖生活的方方面面。人们需要

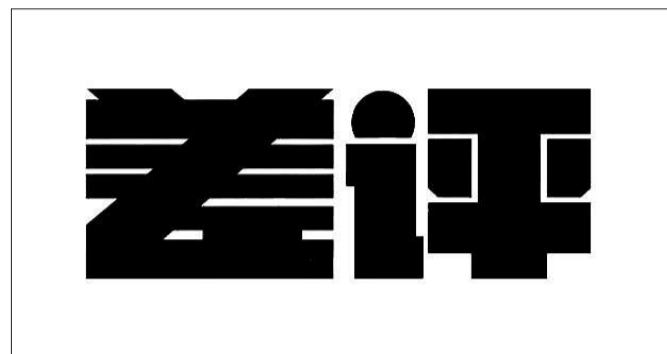
的是综合性平台,在这一平台上可将各种活动进行智能化整合,把人们的生活连接起来,而不仅仅满足出行需求。或许,这才是美团、阿里、滴滴等巨头在此时依然对共享单车抱有热情的原因。

在共享经济这个棋局中,共享单车已步入收官阶段,留下的却不只有输赢。经过单车大战,消费者接触到了这一新生事物,企业对此新兴模式日趋理性,政府也积累了城市管理经验。虽然这波共享热度日渐退去,但“车”过留痕,为我们适应共享时代开了一个好头。

IT辣评

点评人:本报记者 王小龙

“差评”深陷“洗稿”风波 自媒体时代更应重视和保护原创



前不久,自媒体“差评”宣布完成了由腾讯TOPIC基金领投,云启资本等跟投的A轮融资。消息一出,自媒体炮轰“差评”是一个靠“洗稿”发家的自媒体,与此同时腾讯的投资价值观也被网友吐槽。5月28日,“差评”发布声明称,团队已决定主动退还腾讯相关投资,“将努力独立发展,并吸取教训,在版权和原创保护领域,承担更大的责任。”

点评:这是腾讯成立专门针对内容产业领域的基金后,对科技新媒体的首笔投资。由于数额并不算大,此事本身并未引起过多关注。但让人意外的是,这条消息经过二次传播后,迅速成为当日科技圈最火的话题。不少自媒体质疑腾讯投资“差评”树立了一种“洗稿无罪”的价值观。随后,腾讯和“差评”方面都进行了回应。此次事件,可谓是近年来有关“洗稿”的社会情绪的一次大爆发。在“内容为王”的时代,必须比以往任何时候更加重视原创。鼓励原创、打击各种形式的抄袭,才能激发更多人的创作热情。

BAT三巨头齐聚数博会 数字化给贵州带来发展新契机



5月28日,在2018年中国国际大数据产业博览会上,贵阳市政府与腾讯签订战略合作框架协议,通过打造贵阳微政务服务体系,共同推进“中国数谷”建设。当日,马化腾在演讲中表示,未来腾讯要把最重要的数据存储在贵州。

点评:数博会期间,BAT三巨头的掌门人悉数到场。除了马化腾,李彦宏、马云也都上台作了演讲。李彦宏谈了无人驾驶,马云谈了“精准扶贫”。贵州山多交通不便,阴雨天较多。10年前,如果有人问贵州能吸引这么多IT和互联网公司绝对会被当成笑话。如今,贵阳不仅吸引了百度、阿里、腾讯、京东等中国互联网巨头,还吸引了戴尔、高通、苹果等海外知名企业。数字化和互联网真是一个神奇的存在,它给传统产业带来新希望,也为那些欠发达地区带来了发展新契机。

不再疯狂烧钱,继续发力自制剧 搜狐视频要走一条不一样的路



近日,在搜狐视频2018春夏推介会上,搜狐视频宣布推出今年最新策略:加强自制剧、综艺、自媒体和直播的平台布局,打造更为多元化的内容和营销格局,提供独具特色的视频变革新价值。对于搜狐视频未来的发展,搜狐董事局主席兼CEO张朝阳表示:“我承诺不再疯狂烧钱了,并走出不一样的路来。”

点评:搜狐视频称得上是国内视频行业的奠基者,早期大量引进正版美剧和两场打击网络盗版视频的运动让搜狐视频声名鹊起。但随着更多玩家的加入,版权价格飙升,搜狐视频的“资金弹药”日渐紧张。疯狂烧钱购买头部剧这条路对搜狐视频来说已经越来越难走了。市场竞争中最核心、最难的还是找准自己的定位。放弃烧钱、聚焦精品自制可能会比较艰辛,但仍是一条值得选择的道路。

(本版图片除标注外来源于网络)

互联网巨头跨界发卫星 是跟风还是憋大招

实习记者 翟冬冬

近日,据外媒报道,脸书公司(Facebook)极有可能加入了全球卫星互联网的布局战。此前,外界普遍认为,一网(OneWeb)和美国太空技术探索公司是此领域的有力竞争者。今年2月,美国太空技术探索公司(SpaceX)发射互联网卫星的消息引起广泛关注。未来,该计划一旦部署成功,互联网有望实现全球“无死角”覆盖。

不只有脸书,跨界到卫星领域的还有谷歌和亚马逊等公司。为何这些互联网巨头开始“不务正业”发卫星,他们是在跟风还是在憋大招?

各大巨头抢滩登陆

布局航天领域,巨头们都是有备而来。谷歌旗下Alphabet公司与富达投资集团一起给美国太空技术探索公司投资了10亿美元,共同持有该公司10%的股份。此外,谷歌去年宣布将旗下卫星图像公司Terra Bella卖给创业公司Planet Labs,同时成为Planet Labs的股东。

而亚马逊旗下的商业太空公司蓝色起源(Blue Origin)早已是业界知名企业,该公司于2000年成立,拥有近600名员工。今年4月,亚马逊CEO贝佐斯在接受媒体采访时曾

卫星互联网重现商机

天仪研究院是国内首批商业航天公司,在其CEO杨峰看来,互联网巨头强势进军商业卫星领域是大势所趋。他介绍,自2010年以来,由于智能手机普及,各种应用蓬勃发展,移动互联网已成生活必需。但现有网络服务还存在各种不足,人们期待建设一个经济适用、服务“无死角”的互联网。

“随着通讯需求的激增,近20年来地面移动通信网络技术从2G、3G、4G向5G快速推进。”杨峰说,虽然目前地面通信已覆盖全球超过80%的人口,但仍存在盲区,比如偏远地区或飞机、远洋船舶上等。来自联合国的数据显示,全球还有超过30亿的人未能享受互联网服务。

表示,他认为蓝色起源是当前“最重要工作”,他将每年以10亿美元的投入支持蓝色起源的发展。

相比之下,我国互联网巨头的动作则相对滞后。2014年,百度CEO李彦宏作为全国政协委员曾递交过一份提案,希望政府鼓励民营企业进入航天领域。目前,腾讯在这方面已有所行动,投资了专门研制迷你卫星的太空科技初创公司Satellogic以及几家遥感公司和太空旅游企业。360公司也投资了旧金山的立方体卫星公司Spire。

高,并未得到广泛应用。 “目前,基于卫星星座的天基互联网在技术上已经成熟,成本正在逐步下降。”黄志澄介绍,天基互联网是指利用位于地球上空的各种空中平台,为地面和空中终端提供互联网服务的新型网络。天基互联网主要有两种建造模式,一是通过不同高度层和轨道的高通量卫星星座向地面传递信号;二是通过近太空平台向地面传递信号,如利用位于高空的气球、无人机等。

军民两用前景广阔

“一般的导航星座和对地观测军用星座系统都是由政府投建的。”黄志澄说,与前者不同,通信和互联网的星座均是以盈利为目的的商业项目。

黄志澄表示,近十年来,卫星通信与地面移动通信结束了早期的竞争关系,不再为频谱资源展开争夺,转而进入天地一体化协同发展阶段。

黄志澄介绍,通信和互联网星座的发展经历了3个阶段。上世纪80年代末至2000年为第一个阶段,此时以摩托罗拉公司的“铱星”系统为代表,试图建造一个全球性卫星移动通信系统,与地面电信运营商展开竞争。

第二个阶段为2000年至2014年。此阶段以新一代的“铱星”“全球星”和“轨道通信”为代表,那时的通信和互联网星座既为电信运营商提供一部分容量补充和备份服务,也

在极端条件下向普通用户提供移动通信服务。它们与地面电信运营商存在一定程度的竞争,但主要是作为地面通信服务的“填隙”,应用规模很有限。

2014年至今是第三个阶段。以谷歌等公司联合组建的O3b网络公司为代表,为全球用户提供干线传输和蜂窝回程业务,而地面电信运营商是其客户和合作伙伴,卫星通信成为地面通信的有力补充。

“除商业价值外,互联网星座在应急救援、维护领土安全等方面也发挥了巨大作用,不能忽视它的公益和军用价值。”黄志澄说。

“我国幅员辽阔,偏远农村和西部沙漠、戈壁等区域至今仍仍是网络覆盖的盲区。一个全球性的卫星通信系统是填补这些地区数字鸿沟以及实施境内外应急救援的重要解决方案,具有战略价值。”黄志澄介绍。

欧盟“最严”保护条例来袭,我国企业如何应对

第二看台

本报记者 付丽丽



5月25日,被称为“史上最严”数据信息保护条例的欧盟《通用数据保护条例》(GDPR)正式生效。由于拥有超重磅罚则和最广泛管辖权,全球各行各业都不得不重新审

视自己的数据处理政策和行为,以避免动辄数亿的罚款。

互联网无国界,我国涉及跨国业务的互联网企业也会涉及到GDPR的合规问题。这种形势下,中国企业该如何应对?

“由于其具有全球性影响,无论公司的营业地点是否位于欧盟境内,对于已在欧盟进行战略布局,或者拟将业务网络拓展到欧盟的中国企业来说是不得不面对的现实,违反条例要求的企业将面临巨额的罚款,而且不能以对法规的无知作为辩护。”5月28日,法律出版社编辑总监张雪纯在接受科技日报记者采访时说。

此前,网络巨头脸书公司因为泄露用户隐私,在美国本土遭到国会质询,令其创始人扎克伯格头头是道。如果以后再发生类似事情,欧盟的执法机构可能会征收其年营业额4%的罚款。2017财年,脸书公司全球营收额为406.53亿美元,罚款4%即为16.3亿美元。

当前,以云计算、大数据、人工智能为代表的信息技术发展迅速,并与各个行业进行了跨

界融合,以数据驱动为核心的数字经济已经成为最具发展潜力和创新活力的领域。

然而,在技术快速发展的同时,个人信息过度收集和滥用的问题也同时存在,对数字经济的健康发展带来了巨大的挑战。”京东集团首席人力资源官兼总法律顾问陈雨说,如何平衡数据收集、传输、处理和使用时对个人信息的保护和商业利用之间的关系,找到中间合理的平衡点,是全球数据治理重要的课题。

对于GDPR的实施,中国社会科学院法学研究所研究员、中国法学会互联网与信息法学研究会副会长周汉华认为,从1995年欧盟通过的《数据保护指令》到GDPR,带来的变化是全面而深刻的,不仅只是法律形式的变化,更反映了欧盟在大数据时代协调个人信息保护与促进信息自由传递的一种新的尝试。

周汉华指出,1995年,数据的价值没有也无法得到充分认识,但到了当今人工智能、物联网、云计算的时代,欧盟升级了已经实施20余年的指令,正说明了欧盟不是不想发展,而是想

实现发展与保护之间的平衡,突出体现了“激励相容”原则。

欧盟数据保护条例出台后,我国企业该如何应对?周汉华建议,一是在加强对个人信息保护的同时,适应大数据时代的需要,如在个人信息使用目的限制、数据留存期限等方面留有空间。二是加强内部治理,把责任转到企业内部的数据控制。三是建立强有力的外部监督机制,一旦发现不合规行为,就予以严厉的惩罚。

为此,京东还发布了国内首部关于GDPR的著作《欧盟数据法案—GDPR评述及实务指引》。该书全面介绍了全球数据保护面临的突出问题、GDPR立法背景、保护原则、数据主体权利、数据控制者和处理者义务、跨境数据流动规则等方面的内容。

张雪纯认为,企业要重视用户数据的安全,不能短视,要着眼整个行业发展的大势。只有与用户建立良好的信任机制,树立用户数据安全就是企业自身安全的理念,行业才有前景,企业才能走得更远。



扫一扫 欢迎关注 畅游IT时空 微信公众号