

有关研究的杂谈

业界快评

今年医药业B2C规模将达15亿

近日,在2012年医药电商年会上中国网上药店常务副理事长任光会预计,2012年医药行业B2C规模在15亿元左右。

任光会表示,2011年医药B2C的规模为4亿元,只有5家网上药店销售额超过5000万元,预计2012年这一市场规模将增至15亿元,届时将会有4-5家网上药店的年销售额过亿。“医药电子商务增长速度非常快,尤其是天猫医药馆的开业,带动了整个行业的增长。”

任光会指出,价格的便宜、隐私和方便购买造就了网上购药的优越性。但网上购药涉及了一系列自动化和人工服务。和传统药店、医院相比,如何鼓励、监测、最终使患者保持药品的忠实度、按时服药,是隐藏在网上药店背后的问题。目前医院的处方垄断、网上药店的处方知识库不足、诚信度不高,以及包括医保、处方、患者、渠道、物流在内的通畅数据流不一定通畅成为了制约药品电商的发展瓶颈。药品电商从自身来说,要多从专业性上思考,力争为患者提供专业服务。

目前获得国家批准可以在网上零售的只有68家,和其他行业相比,医药行业的电子商务还远远没有开始,机会和空间都非常大。

淘宝12.12主打开放

近日,淘宝网宣布今年的“12.12”将向所有商家“零门槛”开放,不再统一设定商品的折扣率,买什么、卖多少由消费者和消费者共同决定,传统卖货、折扣促销的方式将成为过去式。

淘宝网表示,今年12.12,是全体商家和消费者的节日,消费者的需求和梦想在这一天得到商家的回应,商家在这一天充分的回报自己的老客户,向新用户展示自己的独特价值。今年12.12将在网上销量排名,每个商家都能够展现自己最特别、最吸引自己消费者的独特的特性。尽可能多的有特色的商品将被展现给消费者。每个商家都能够知道自己的潜在消费群体有多大,他们的需求程度,并自由的以自己合适的方式给予回应。同时,今年12.12的活动页面还添加了很多SNS化的个性宣言,商家可以在自己的商品上背书自己的个性宣言,而消费者也可以决定商品的标签描述正确与否。

据悉,整个2012年,淘宝都在考虑怎样才能让商家和消费者成为这个平台的真正主角,让商家和消费者直接面对,让商家有充分的自由发挥自己的才能,满足更多消费者个性化的需求。

打破消费者和商家之间的隔阂,让商家直面消费者,了解用户需求,个性化提供服务。无疑,今年12.12将成为淘宝网主动求变的一个信号。

iPhone 5即将登陆国内市场

日前,前段时间停止供应的iPhone 5专用Nano-sim卡又重新摆上了北京联通的多个营业厅柜台,而诸如广东、山东、江苏等省的联通客服热线也表示专用Nano-sim卡已恢复供应。

苹果公司9月12日发布iPhone 5后,中国联通首个宣布提供为iPhone 5用户提供专用Nano-sim卡,用户携带原SIM卡以及有效身份证件即可在柜台免费更换。而到11月初,北京联通暂停供应iPhone 5专用的Nano-sim卡,联通一直未给予说法。此事引发多种猜测,其中一种猜测是联通Nano-sim准备不足,出现阶段性缺货。目前iPhone 5港版、美版每月进入内地市场几十万台,Nano-sim供应不足也有可能。也有猜测认为联通将会在iPhone 5上市后恢复提供Nano-sim卡。

中国联通恢复供应Nano-sim卡或预示着iPhone 5即将登陆国内市场。

国内首个移动边检站亮相

日前,由山东省公安厅边防总队烟台边防检查站研发的全国首个“边检移动警务信息平台”正式在烟台港投入使用。该系统配备在一辆智能综合执勤车上,依据国家统一建设标准设计建造,在任何时间、任何有无线网络覆盖的地点都能够有效地实施查验工作。平台内设综合指挥系统、视频监控、边检检查系统,集“快速通关、综合指挥、移动监控、便民服务、法律宣传、应急处置”等功能于一身,利用先进的移动通讯技术,能够根据服务对象当天预约的地点,来到指定靠岸轮船的附近,为出入境人员和港口企业涉外人员办理边检检查手续。移动边检站的投入使用极大提高了出入境边防检查的工作效率,有力服务了港口经济发展。

无线设备的快速便捷可有效提高边检安防等单位的工作效率。

最近,许多朋友就我获得2012年的ACM SIGMM的杰出技术成就奖一事向我表示祝贺,不免聊到中国的教育环境,包括最近发生的科研苗子“逃离科研”的事件——原本应属于个人选择、他人无权置喙的小事,却引发了社会各界对中国教育的又一波热议。

教育的下一站是科研,我愿意和大家分享这些年来对国内科研环境的观察,及我自己做研究的过程中积累的经验。

不因功利而浮躁

一切要从十三年前说起。

1999年4月我回到北京,加入了新建建立的微软中国研究院。我的愿望就是帮助这个新生的、富于希望却仍稚弱的机构强壮起来,把这个国家最有潜力的青年人才招揽到手,以我的科研的经验和专业积淀和他们一道创造出一流的研究成果。这个愿望看起来并不难,但在微软中国研究院之前,几乎没有跨国外企巨擘在华设立基础研究机构,摆在我们面前的第一任务就是如何把这些刚走出校门拥有博士或硕士学位的青年人培养成为一流的科研人才。

起初,在我负责的多媒体计算组,除我以外就只有十几位国内高校背景的博士生和硕士生。多年以来,我始终都以曾和这些富于才华又勤奋的同事们共同开创中国多媒体研究社区的新局面为荣——他们的学习能力很强,且踏踏实实,不介意吃苦,但客观地说,他们身上也被印上了鲜明的那个年代高等教育的烙印,比如把握不好科研选题,不清楚国际学术界的关注点,分不清基础研究和技术开发,缺乏研究的方法和论文写作技巧等等。不过,与上述不足相比,这些年轻人才最缺乏的还是寻找和定义问题的能力,这使得他们的才华和潜力不能充分发挥。

为帮助这些青年人更进一步,我和研究院的几位创始人一起付出了很多努力。2000年起,我的团队开始在ACM多媒体大会(ACM Multimedia Conference)发表论文,那是那个大会接收的来自中国的第一篇论文。十二年后,我获得ACM颁发的多媒体杰出技术成就奖很大程度上是以这篇论文为起点。十多年前的中国计算机科学研究的弱点主要是视野和方法。而今,除这些问题之外,又出现了新的问题——浮躁和功利心。

2012年3月,《人民日报》刊登的一篇文章指出,截至2010年,中国出版的、可供发表论文的学术期刊达到5000多种,仅就数量而言,中国是仅次于美

金山软件首席执行官 张宏江



国的世界学术期刊出版大国,但“每年专业技术人员因业务考核、职称评聘、岗位聘用、学位授予等产生的发表学术论文的需求为480万篇”——与发表论文的需求相比,数量如此庞大的学术期刊仍不敢使用。”

当撰写和发表学术论文不是出自对学术的痴迷和顿悟,而是为业务考核等功利性目标的达成,这种心态下,论文质量如何也就可想而知了——目前中国每年产出的论文数量位居世界前列,但论文被引用的次数和比例却很低。数据显示,约70%的“中国造”论文自发表之后就没有被引用过哪怕是一次。或许是因为不少本该淡泊、勤奋的学术人都忙不迭地筹划着用知识创造财富、改变命运,用更多的论文来博取有关部门和领导们的肯定,才会出现把科研当成制造业来批量生产论文的局面,或者很多科技从业者当初可能是在千军万马争过独木桥的洪流中脱颖而出,但他们就业后所从事的工作未必是自由、自觉追寻梦想的结果——反而可能是被师长们和亲友们说服,误入“歧途”的。

耐得住寂寞

中国有许多诚实的、有壮志的青年人渴望凭借实实在在的奋斗来实现自己学术上的梦想。我有幸和许多这样的青年人一起工作过,更愿意将自己多年来遵循的一些“守则”与大家分享。

独立B2C需要“突围”

陈杰

已上市的当当入驻天猫之时,李国庆的一句“还是从了吧,谁让人家流量大。”道出了当前独立B2C电商的心酸和尴尬。B2C电子商务已从当初的百花齐放走向两极分化,平台型B2C电商已成主流,垂直型独立B2C电商们则走到了生死存亡之关口。

数据显示,在刚刚过去的双十一,阿里系以24小时191亿元的成交额让业界侧目,而天猫132亿元的份额就足见平台型电商的威力了。而反观垂直B2C电商,当当“从了”天猫,轻孩子委身苏宁易购,更为极端的则是今年年中维棉的倒闭。很显然,无论未来的竞争格局如何,平台型电商已经无可争议地取得了电子商务的霸主地位。

在平台型电商的巨大流量面前,垂直B2C电商们似乎都不堪一击。当然,这也不意味着就此宣布垂直电商的死刑,较早嗅出不对的垂直电

商们已经在选择突围之路了。

“傍大款”似乎是最为直接的选择,不论是凡客、当当等等入驻天猫,还是乐友跟库巴达成全面战略合作,已或是诸如苏宁易购对红孩子的收购,依靠平台型电商或B2C大平台渡过这垂直电商的冬天实不为错的一种选择。

显然,“傍大款”是一种无奈而被动的选择。除此之外,很多垂直电商也开始自修内功,纷纷从狂热中冷静下来,减少甚至砍掉广告,踏实调整结构,做好公司运营,争取盈亏平衡。近日唯品会财报显示盈利就是这种自修内功的结果。

当然,还有一些更加独立的垂直电商们则是走专业化之路,近日酒美网CEO吕意德就表示,在这场内忧外患中,垂直电商要想生存发展,就必须根据自身情况围绕产品本身,以时刻满足用户的需求为核心转型,且这种转型不应

拘泥于现有的所谓电商模式。他表示未来的酒美网不应该是一家纯粹的电子商务公司,而应该是一家会员制红酒解决方案提供商,它借助于官网、移动客户端、红酒社区、线下体验店、品酒会等线上、线下各种途径满足用户需求,并通过产品信息和价格及用户体验在线上线下保持一致。只有依靠走专业化之路,少打价格战才能争取尽早实现盈利。

未来几年,垂直类B2C电商的命运绝对是风雨飘摇,稍有不慎重蹈维棉的覆辙也不足为奇,不论是“傍大款”、“修内功”还是强调专业化,垂直电商们是到了必须打一场事关自我生存的“突围”之战了。

IT江湖

垂直电商的生存之道

本报记者 陈杰

一场双十一狂欢之后,对于垂直电商们而言,也许销售数据很好看,但前景堪忧。

流量向大平台聚集

从阿里巴巴官方公布的数据显示11月11日当天,天猫和淘宝共同实现支付宝交易191亿元,同比增长的33亿元增长超6倍。平台交易额的增长,说明互联网流量和资源正在加速向天猫和淘宝这样的平台聚集,再加上京东商城和苏宁易购等电商大平台的从中分羹,市场留给垂直电商的空间越来越小,最直接的影响是垂直类电商流量则正在明显下滑。

以凡客诚品为例,从今年5月开始流量占比呈现下滑趋势,其他垂直电商如好乐买、麦考林、梦芭莎的同期流量也同比下滑了四成到两成不等。

酒美网CEO吕意德在接受记者采访时说:“随着平台电商在产业链上的地位和话语权增加,垂直电商们的生存空间会不断压缩,如果不转换思路,结果只能是被动地在夹缝中求生存。”

平台商的挤压并不是垂直电商的唯一难题。双十一的数据还显示,作为网络品牌的主战场,天猫当天销售前十强中,杰克琼斯、骆驼、海尔、水星、富安娜等传统品牌商占据了九席,电商品牌仅有裂帛一家。这至少说明,在经历了线上的各种阵痛之后,借

助于用户在传统渠道商对于品牌的认可,传统品牌在网络渠道上开始爆发,并逐步占据优势,这无疑将进一步吞噬把线上销售当做唯一渠道的众多垂直电商的市场空间。

前有天猫、京东、苏宁易购这样的大平台的挤压,后有传统品牌的夹击,垂直电商可谓举步维艰,如今连已经上市的平台都入驻天猫,依附天猫的流量生存。在历次的电商价格战中,虽然流血更多的是平台类电商,但先死掉的却将是那些围在“打酱油”的垂直类电商。裁员、高管离职、再融资艰难甚至无望,都在考验着电商细分领域的竞争者。

专业化是生存之道

对于当前垂直电商所面临的各种困难,吕意德似乎并不觉得突然,“这跟2004年前后电商行业的境况差不多。”

从2000年开始,随着“.com”的流行,在资本追捧下,包括电商在内的互联网企业爆发了一场集体大跃进。随着2004年开始“.com”泡沫的破灭,没有了资本的支持,电商们也似乎一夜之间陷入了低谷之中,卓越网被卖给了亚马逊、8848盛极而衰,众多的电商企业则是瞬间倒闭。

吕意德此时正身在其中。早在2000年,吕意德

首先,从事学术研究的人应努力避免以下陷阱:一是光读不做、一味拖延,那会让你一事无成;二是浅尝辄止,与“发现”和成果失之交臂;三是缺乏核心、没有体系,不能把精力投入最重要的事上;四是不善交流、缺乏反馈,自以为是的闭门造车,花费了大量心血,却走上了别人早已走过的路。

至于做研究的守则,首先要找到真正的兴趣方向,兴趣不足往往会导致浅尝辄止。拿我自己做例子,在锁定计算机多媒体研究领域中,我“越界”过好几次:大学时的专业是无线电电子学;在电子部54所工作期间从事的是微波通讯相关的研发;赴丹麦技术大学读博士,我钻研了遥感图像分析;直到去新加坡国立大学系统科学研究院,我才真正开始深入钻研多媒体,并一直持续到今天。

第二,实验设计,数据采集和分析是研究的重要组成部分,要通过科学的手段、大量的数据、可重复的深入探索和来分析来追求结果,而不是满足于获得肤浅的、无用的、无法重现的简单结论。

第三,当你采取的方法不能导出令人满意的结果,应仔细检查每项数据、每个步骤,若最终发现有错误勇于承认。承认错误是一位研究员最令人钦佩的特质之一。因此,在遇到挫折和困难时,不妨坦率地承认错误,从头开始。

第四,论文写作力求严格认真。英语水平不是写论文的最大障碍,坏习惯才是,所以培养和坚持好的习惯至关重要,比如反复阅读、反复修改,做个完美主义者。另外,投文章要着眼于最高级别的会议和期刊,而不是降低标准,“小富即安”,毕竟重要的不是论文的数量,而是影响力。

第五,积极的合作、讨论,与学术界同仁共享你的思想与成果。

最后一点,也是非常关键的一点,就是永不放假,努力培养自己形成真正的“学者品格”,包括远离并鄙视任何形式的造假、夸大、抄袭、一稿多投等等。这意味着缜密的实验设计,即便细节也一丝不苟的实验进程和“先让自己相信,再去说服他人”的态度。

我期待的科研,尤其是基础科研环境是能让我们每一个选择投身于此的人都有发自内心的兴趣,充满激情地去探索,而不仅仅是因为成绩好,不仅仅是因为导师喜欢,更不是因为被选择。学术信念与热爱是进行学术研究的基本要素,因为学术研究是一件平淡甚至枯燥的事,需要内心有坚定的信念,需要在某一领域创造出新研究成果的那股冲劲。只有这样,才能耐得住寂寞,才能不断挑战自己,才能不因功利而浮躁。

全时云会议2.0发布

远程会议服务领军企业全时(北京)创新空间商务通信服务有限公司近日推出2012年云计算应用旗舰产品“全时云会议2.0”,全时CEO陈学军深信:“云会议2.0必将成为改变会议行业的产品。”

全时云会议2.0外观上融入浓郁的中国风设计,性能与功能上可圈可点之处颇多,比如,与诸多应用软件高度整合的会议插件,酷似遥控器的操作界面简单、易用,屏幕共享效率提升400%,更新多媒体共享、与硬件视频互联互通等功能。从使用功能上看,不同类型远程会议的接入方式、帐号密码等的分离与混乱现状将据此产品得到有效解决,该产品可将用户对电话会议、数据会议、视频会议、移动会议的多元需求融于一体,且与各类硬件视频实现兼容。

2002年,全时在国内首家推出电话会议服务,以“会议”作为切入点进入远程通信服务领域。2011年7月,全时推出全球首款“云会议”(1.0),集互联网语音与传统电话通信于一身,依托历时4年自主研发的云计算会议平台——“唐”平台,实现了网络数据与视频交互、且质优价廉的多方通信产品与服务。目前全时云会议1.0已拥有超过100万使用者,使用时长累计超过10亿分钟。

陈学军期待这款承载中国传统文化风格的云会议2.0,以其简单、移动与协作的特性,真正实现“有信号就有会议,有会议就有决策”,帮助更多国内外企业受益。(徐莉)

UC获首个移动浏览器领域专利优秀奖

移动互联网领军企业UC优视近日获得第十四届中国专利奖“专利优秀奖”,这是国内移动浏览器领域首个专利优秀奖。

“中国专利奖”是我国唯一的对授予专利权的发明创造给予奖励的政府部门奖,也是我国唯一针对专利进行奖励的政府部门奖,得到联合国世界知识产权组织的认可,其金奖由国家知识产权局和世界知识产权局共同授予。

今年国家知识产权局共为262项发明、实用新型专利授予了“中国专利优秀奖”,在IT领域,只有中兴、华为、腾讯等大型知识产权管理运营成熟的企业获此荣誉。

据公告,获奖专利(专利号200710031502.0)的“微浏览器处理JavaScript信息的方法及其装置”发明专利技术应用于全球首个基于“云端融合”技术架构的手机浏览器产品,引领了手机浏览器的技术变革,并已成为手机浏览器领域内的事实标准。该发明技术大大减低对移动设备的配置要求,极大提升了浏览速度,并节省流量,解决了移动互联网浏览技术领域的重要问题。据了解,应用该技术架构的手机浏览器目前下载量超过15亿次,用户量超过3亿,为全球超过150个国家的用户提供浏览服务,目前UC浏览器中国市场占有率超过50%。

UC优视董事长兼首席执行官俞永福表示:“UC在专利方面已经打造了专业团队,我们希望继续通过在专利方面的投入,为UC国际化之路奠定良好的竞争基础。”

据UC优视知识产权部门介绍,UC已经建立了较为健全的知识产权管理制度,UC目前在手机浏览器领域已经申请了超过数百项专利,联合相关单位建立移动互联网浏览器技术专利池,以遏制国外专利池的知识产权滥用。(安吉)

“微博外交”成国际交流新平台

随着新媒体在全球风行,微博不仅成为民众社交和信息集散的平台,也成为国与国之间文化交流桥梁和纽带。微博成为展示国家形象、塑造亲和力与亲和力的最佳载体。

11月24日,韩国驻华大使馆携手腾讯微博,在大韩民国驻华大使官邸举办了一场纪念“中韩建交20周年——‘美好友谊,幸福同行’韩国大使馆微博名人开放日”的活动。

此次活动是中韩建交20周年的大背景下一次重要的文化交流。当天,李揆亨大使不仅高度肯定了韩国驻华大使馆官方微博的积极作用,还与腾讯微博名人互动,还饶有兴致的带领嘉宾大跳时下最流行的“骑马舞——《江南style》”,现场氛围相当轻松、愉快。

据了解,韩国驻华大使馆官方微博自开通以来,以趣味、灵活的形式展示了旅游、购物、美食等韩国特色文化,开通短短三个月的时间,赢得了逾40万腾讯微博听众的关注。根据腾讯微博最新上线的阅读指数显示,一条关于首尔旅游攻略的活动信息,更是获得了15万网友的关注!

众多腾讯微博名人参与了此次交流活动,其中就有著名评论家、北京大学中文系教授张颐武,《首都经济报道》《北京议事厅》主持人姚长盛等。“以微博搭台,文化唱戏,是我们与韩国大使馆一次新的尝试。”腾讯微博负责人告诉记者,“新的形式让交流活动更具亲和,形式更多样,沟通层次更多。”(向阳)

搜狐视频开拓自制新商业模式

搜狐视频全力打造的自制剧《屌丝男士》第一季即将落下帷幕。据数据统计,《屌丝男士》第一季单集平均播放量已超千万,全六集点击量破亿。该剧已与《爱情公寓》等剧并列,成为网友最爱的网络新神剧。

搜狐集团的矩阵优势,以及节目制作、品牌运营和造星能力,再次显现在自制剧《屌丝男士》上,并取得了巨大的成功。从早年的娱乐节目到现在的独播剧、自制剧,搜狐视频凭借自身专业的节目制作和品牌运营能力,显示出强势的造星能力,在当今激烈的视频竞争中打开属于自己的品牌和市场。

《屌丝男士》是搜狐视频自制节目《大鹏吧吧吧》除“大鹏剧场秀”之外的第二个衍生品牌,是独立于《大鹏吧吧吧》每周播出的迷你剧集,第一季于2012年10月10日首播,每周三更新。影片中不乏孙俪、吴奇隆等大牌明星客串演出。其拍摄构想,源于“屌丝文化”在中国的刮起的现象级春风。

根据公布的数据,《屌丝男士》第一季全六集点击量累计已经破亿,超越了之前在搜狐视频平台上播出的热播剧《轩辕剑》(夫妻那些事)(AA网生活)。首集播出不到24小时的时间内,就创造了440万的播放量,“屌丝男士”一词也成为了当日微博爬升速度最快的热词。(钱文)