

新闻热线:010—58884107
E-mail:angela@vip.sina.com

■主编 刘燕 副主编 李国敏 责编 陈杰

内容可以更有价值

□本报记者 陈杰

一周快评

搜索引擎封杀P2P网贷

日前,搜狗、GoogleAD等向大多数P2P公司关闭了推广功能。这是继百度收紧P2P网贷推广后,其他几家搜索公司也开始对P2P平台异常谨慎,并相继关闭了对绝大多数P2P平台的推广。有搜索公司表示,如果百度能够重新对不属于白名单的P2P公司开放申请,平台可以申请特批。此前,因旺旺贷跑路事件,百度建立了行业P2P白名单核准制。

由于百度、搜狗等互联网广告商控制了大部分的互联网广告资源,几大搜索平台严控P2P业务推广,对P2P平台的推广来说影响不小。

搜索引擎对P2P的封杀虽有背互联网金融草根化倾向,但对动不动就跑路的P2P而言,搜索引擎确实有加强风险规避的必要。

C2B成为未来电商产业发展方向

IDC发布的《电子商务驱动传统产业转型升级》报告显示,通过大量的数据和案例揭示,随着传统产业过剩问题的加重,以及消费者个性化诉求的增长,必将驱动(C2B)的产业发展模式将成为传统产业未来转型升级的重要方向。

IDC报告数据显示,2013年中国网络零售市场交易规模达到1.85万亿,超过美国成为全球第一大网络零售市场。报告另一组数据显示,从使用网络的人群年龄结构上看,2013年,互联网在90后人群中的覆盖率接近32%,预计2014年将超过40%。IDC认为,随着未来90后和00后等互联网“原住民”逐步成为消费核心,电子商务所带来的产业变革趋势将会愈发不可阻挡。IDC认为,随着人们物质生活水平的提高,消费者已不满足于以往单一简单的标准化产品,对于个性化和体验式的消费诉求不断增强。正是因为这样,电子商务才能借助消费者的力量,冲击传统产业原有的商业逻辑和企业运营模式。这种消费者力量的增长,必然导致需求驱动(C2B)成为未来的产业方向。

所谓C2B就是指柔性化生产、个性化营销和社会化供应链的新商业模式。在现在,一些适应较快的,更加懂得运用电子商务的企业,已经开始借助互联网交互的特点,实现了产品和业务的创新。在服装、家具、农产品行业都出现了一些试水C2B定制的企业。

C2B是电子商务带来的一个全新的消费理念,而个人消费者也能享受“私人定制”般的个性化服务了。

民营快递探讨商业合作新模式

日前,菜鸟网络与中国邮政集团公司签署战略合作协议,双方约定深化合作,共同探索新的合作模式,服务社会的商业模式,实现双方企业共赢。

“合力共建中国智能物流骨干网”作为协议第一条实际性内容,被提到了最显眼的地位。而承载智能物流骨干网建设责任的菜鸟网络,无疑是此次战略合作中阿里方面最主要的落实主体。本次签约最值得提及的是邮政集团对菜鸟开放十余万服务网点,共同为商家和消费者提供社会化自提等服务,也就是说包括民营快递的包裹也可以在邮政网点实现自提,这也意味着邮政集团和菜鸟的合作从单纯的快递服务延伸到为整个快递行业提供基础服务。

根据框架协议,双方将在仓储方面形成一系列深度合作,包括现有仓储资源及未来建设计划共享,集成仓储管理能力和人才队伍优势,形成社会化仓储网络体系,共同向双方客户和社会用户开放资源。二者在物流方面的合作还涉及仓储资源开放共享、行业数据分享挖掘、行业服务标准制定、终端便捷网点推广、农产品电商物流支持、跨境物流快递解决方案、物流信息安全等诸多领域。

随着双方合作的深入,民营快递或可通过菜鸟网络的平台,共享国企基础设施和资源。

在新闻资讯类APP“今日头条”成功完成C轮1亿美元融资并被估值5亿美元后,一场以“版权”之名对其进行的大围剿随之而来,将这家新兴科技公司被推到了传媒业的风口浪尖上。业界甚至戏言:作为移动新媒体的代表“今日头条”如今却上了传统媒体的“头条”。

创新需要包容

“对于传统媒体的突然围攻,我的第一感觉是惊讶。”今日头条CEO张一鸣在接受科技日报记者电话连线采访时表示:“今日头条并不是新闻客户端,与门户网站的新闻客户端完全不是一码事。今日头条是一款搜索推荐引擎类产品,是在移动互联网上连接人与信息的工具。作为内容分发的渠道,今日头条直接将内容与读者连接起来,只是通过技术减少了用户寻找筛选的成本。今日头条就像是一家搜索引擎,和网络媒体合作,遵守搜索引擎的robots协议,何来侵权之说。”

虽然张一鸣说得理所当然,但显然这些说辞并不能让所有人信服。对于与今日头条有直接合作的网站,用户点击内容详情页会直接跳转到合作伙伴的页面上,这些都无可厚非,通过与今日头条的合作,这些网站或移动端就有了流量入口。而这次版权争议的焦点在于今日头条对有授权网站的内容进行“转码”上。所谓“转码”即深度链接,这还属新生事物,而根据《信息网络传播权保护条例》第二十一条的规定,在没有达成合作协议,也没有收入分成的条件下,在技术上对抓取内容做转码处理是不被允许的。

当然,深度链接与合作网站的IT能力有关,一些较小的机构因为IT设施投入不够,如果直接链接到该机构的网站,曾出现死链、宕机缓慢等问题,今日头条认为这是为了改善用户体验才在技术上做的转码处理。

张一鸣表示:“作为一个行业的创新者,在呼吁新旧媒体对我们的创新给予更多包容和支持的同时,今日头条也会尊重所有媒体网站的意愿,对任何有异议的内容做把持住内容渠道。今日头条只是为大量的内容做分发,而且对合作伙伴提供的内容也不会做任何形式的改动,哪怕是错别字也不会修改。今日头条和媒体本身应该是合作伙伴的关系,是一对好搭档,传统媒体生产内容,然后通过今日头条进行分发,就像过去期刊的发行通过邮局一样,今日头条做的是机器自动分发的工具,是一个技术工具。这也是今日头条与众不同的地方,而其中的大数据挖掘、机器学习、算法分发就是其创新之处。”

显然,今日头条与传统媒体的争论的重点并不是落在内容版权上,而是“转码”这一争议上,这一问题最终该如何解决还有待观察,不过今日头条对有争议的链接做到即时断链还是值得肯定的。



合作才会共赢

自6月5日“危机”发生以来,今日头条似乎处在被众多传统媒体诉讼的漩涡之中,然而实际情况却并非如此。“至今我们只是收到了一起诉讼要求,而那些发出批评之声的媒体至今也没提出过明确的诉求,只是要求断开已有的新闻链接而已。”张一鸣表示,更多的合作伙伴却慕名而来。仅在传统媒体声讨最激烈的一天半时间内,今日头条公布就有23家媒体机构来函要求主动合作,另有122家机构或自媒体人驻今日头条,这其中不乏北京卫视新媒体、重庆晚报、航天期刊网、中国网龙城视窗等知名的媒体机构。

显然,作为内容渠道和流量入口,今日头条对于并没有把持住内容渠道的传统媒体而言是有合作意义的。多年以来,由于没有把持住内容渠道,传统媒体在走的是一条下坡路,先是商业门户的崛起带来的冲击,现在又是移动客户端带来了新的一波冲击。虽然传统媒体并非没有作出夺回内容渠道的尝试,然而始终难成气候。最终的结果就是,嘴里喊着的是“打击侵权”的口号,行为上却是积极与新媒体合作,以便寻求更广阔的内容渠道,从而获得更大的媒体话语权。

钛媒体创始人赵何娟在其微博中说:“其实以今日头条的理念,它应不是还不具渠道平台能力,特别有的还只能靠门户转载增加曝光量的传统媒体最好的直达用户渠道,是直达。门户给点微薄版权费就把所有流量和用户、广告都卷走了,媒体价值在哪?头条赚信息流广告,媒体赚页面广告,多好模式,那么多媒体人就是看不明白。”

作为一家成立刚刚两年的新兴科技公司,今日头条在此次事件中还是一直积极保持与媒体的沟通。张一鸣表示:“未来,今日头条将广泛跟网络及平面媒体接触,以寻求更好的合作,拿到更全面的内容。同时,今日头条也在尝试与合作媒体共同开发广告平台,并且双方分成,合作媒体一方拿大头,我们只拿很小一部分,以期让内容实现其应有的价值。我们希望像苹果的iTunes或Youtube那样,成为一个泛资讯类平台,并不直接赚取合作媒体的钱。而随着移动端广告收入的上升,未来将组织合作媒体形成广告联盟,为合作媒体解决移动端的商业变现问题。我们正在加快建设移动互联网上内容的商业新生态,我们也绝不逃避自身的责任。”

中国人民大学新闻学教授喻国明认为,今日头条事件是新旧之争,实际上并非一个价值实现问题,而是利益分配问题。如果今日头条与传统媒体之间有一个合理的利益分配机制,传统媒体对今日头条的发展应是“乐见其成”的。而这种利益分配机制,对盈利模式的创新提出了要求。原有的单条使用付费法,会让提供海量信息索引的网站无法承受;因此,双方可以在协商基础上,使流量与回报更加匹配、更符合原创提供者的商业利用价值,使内容根本面实现的价值与今日头条整体的价值更匹配,同时让更多合作者参与利益的分享,从而做大做强信息传播这盘棋。

“码字”辛苦,原创内容也确实需要版权之剑加以保护,但版权之外,内容也可以更有价值。

今日头条或是头“奶牛”

□陈杰

“今日头条”成立两年相对风平浪静,唯在宣布融入C轮1亿美元投资并在公司估值5亿美元之后便身陷内容侵犯版权争议漩涡之中。相较于阿里领投5亿人民币便占据21世纪传媒20%的股份而言,“今日头条”1亿美元的融资和5亿美元的估值绝对是让人眼红的事。但“今日头条”涉嫌侵犯多家媒体版权一事持续发酵,个人觉得几乎一边倒地抨击“今日头条”似乎有些“酸葡萄”之嫌。

其实,对于新媒体“拿来主义”争论一直就存在。相信很多在传统媒体就职的记者都会碰到这一现象:搜索引擎搜一下自己最近文章的标题会出现大量新媒体的转载链接,而点进去一看,上面却没有署名或者也只是署了一个首次转载媒体的名字。到目前为止,这还是一个较普遍的现象,然而一个普遍存在的现象到“今日头条”这儿就变得有点群情激愤了,多少与5亿美刀的刺激有关。

面对新媒体的冲击,传统媒体的压力是显而易见的。PC互联网已经让传统媒体彻底落伍一次了,

而在移动互联网时代,传统媒体又被抛在了后面,不能不说在适应时代与环境变化上,以及在用户行为习惯改变的嗅觉上,我们传统媒体还远远落后于那些拥有核心技术并勇于创新的新兴企业。

当然,传统媒体也不是没有意识到问题的严重性,不然创新和转型也不会成为近几年来传统媒体“口头禅”。原本想凭借自身内容优势,建立专属的网站或者移动端,与第三方进行对决。但受制于互联网的开放思维、运营思路独特等,传统媒体的互联网转型鲜有成功者。如此之下,部分的传统媒体也逐渐默认了借助其他网络平台来提高自身的影响力和竞争力,对各种转载、抓取也就睁一只眼闭一只眼,稍微重视版权些的最多也就跟网络媒体谈合作收取些许费用了事。所以,与其说今日头条“偷拿”传统媒体的内容,倒不如说传统媒体根本就没有做好自身的内容发行。

“今日头条”作为一款基于大数据挖掘的个性化信息推荐引擎APP,于2012年8月上线。在短短不到两年的时间里,凭创新的技术,在强手如林的资讯

客户端产品世界异军突起。目前,“今日头条”下载用户1.2亿,月活跃用户4000万,每月广告收入接近1000万元。创新成就了今天的“今日头条”,而这种创新也正是传统媒体求之却难得的,以至于空有大量原创内容而难以充分挖掘其应有的价值。既然自己做不来,投以“版权”分享利益的合作方式也不失为上佳之选,“砸手里也不能便宜别人”的心态要不得,毕竟在一味挥霍“版权”之剑在伤了别人的同时,也会一起抹杀内容还应该拥有的那一部分价值。

“今日头条”自称自己是“新闻搬运工”,其实称其是一头“牛”更合适,一头需要新闻“草料”来喂养的“奶牛”,在得到“草料”之后,它是能挤出来“奶”的。对于不善内容渠道的传统媒体而言,在达成合理的分成协议前提之下,养头“奶牛”又何乐而不为呢?

IT江湖

联想控股跨入医疗服务领域再添核心资产

□本报记者 刘燕

在企业发展框架思路、核心价值观和文化理念契合的前提下,拜博口腔医疗集团和联想控股股份有限公司达成合作,双方将依托和借助各自的管理资源、品牌价值、市场体系、资产增值等优势,实现深度融合和互惠共赢。

联想控股首期将投入8—10亿支持拜博口腔医疗集团全国性发展。联想控股具体持股比例未做透露,但过往联想控股所有被投的核心业务均是以创业者为主导的独立发展的实体,这是联想控股的重要投资理念。

联想控股股份有限公司总裁朱立南强调战略投资者和普通的财务投资者的不同在于“持续投资”,从战略投资角度看的确不在乎短期的回报,也没有一个数据去设定被投资公司什么时候上市、什么时候去实现价值。朱立南说:“作为投资人,无论是战略投资还是财务投资,我们都希望被投资企业未来能够创造价值、创造回报。”

朱立南说:“医疗健康产业与人民生活息息相关,是一个永恒的朝阳产业。近年来,联想控股一直非常关注这一领域。投资拜博口腔医疗集团,是联想控股

进军医疗领域的一个重要举措,未来,联想控股将在资金、战略、管理、品牌和人才等诸多方面为拜博口腔集团提供增值服务,希望通过双方共同努力,将拜博口腔医疗集团打造成口腔服务行业的领导品牌。”

联想控股是横跨实业与投资的多元化综合企业,通过购、建核心资产,实现跨越性增长,业务布局包括核心资产运营、资产管理,“联想之星”孵化器投资三大板块。其中,核心资产运营是联想控股的支柱业务,包括IT、房地产、消费与现代服务、化工新材料、现代农业五大行业。通过此次战略投资,拜博口腔集团将成为联想控股又一核心资产。

拜博口腔医疗集团(原拜尔口腔医疗集团)的口腔种植技术在业界享有盛名,亦被业内称为“口腔界的星巴克”,拥有16个事业部,百家口腔医疗连锁机构分布于全国19个省会和一线城市,员工队伍2000余人。连锁模式亦是联想控股比较看好的方向。

拜博口腔医疗集团(原拜尔口腔医疗集团)董事

长、总裁黎昌仁说:“未来五年,随着国家的‘十二五’规划实施,健康产业越来越受到重视,拜博口腔医疗集团将重点推行向‘全国省会城市、经济发达城市’扩张的经营发展战略,依托联想控股的资金优势和管理优势,向国内口腔医疗第一品牌进军,到2017年,实现或超过在全国建立200家医疗机构、连锁布局升至40—50座城市的发展目标。届时,在做强做优核心口腔业务的同时,继续向口腔产业链上下游延伸,形成以口腔医疗为支柱的上下游产业链完整、资产优良、多元布局的新兴口腔产业,打造成口腔服务行业的领导品牌。”

在双方达成战略合作的同时,拜尔口腔医疗集团更名为拜博口腔医疗集团(英文:BYBO),并携手中华口腔医学会正式启动“全国种植牙免费救助公益行”活动,由拜博口腔医疗集团免费提供920个牙齿种植体,免费为老红军、全国劳动模范、道德模范等国家社会做出过贡献的贫困家庭、缺失牙患者和种植牙失败患者,提供牙齿种植,并计划将此活动发展成为长期的公益项目。

中国移动推出移动云产品

经历三年的积累和努力后,2014年亚洲移动通信博览会期间,中国移动发布“移动云”产品,打造共赢生态圈。

云计算一直是IT业界关注的焦点,云计算产业体系的高速发展正在引领新一轮的信息消费热潮,中国移动对此始终积极跟踪、布局和研究。

据中国移动副总裁沙跃家介绍,“移动云”具有可信、客户化、开放性三个明显特征,经过严格试点、试商用流程,通过34家客户验证,6个省试商用,充分证明了它的安全、可信和高效。

首先,移动云是可信的云服务,同时通过了可信云认证、ISO27001/20000认证;其次,移动云是客户化的云服务,能够针对不同行业客户的特点和需求,提供个性化的解决方案;再次,移动云是开放性的云服务,汇聚产业链各方优势与力量,共同打造开放、丰富的云平台。

据中国移动相关负责人介绍,移动云的优势在于:一是产品丰富,提供云基础资源、开发环境、信息化应用等多层级、多类型产品;二是移动云产品拥有完全的自主知识产权,适合有特殊保密、安全要求的客户;三是行业经验丰富,可以对政府、金融、医疗、教育、互联网等领域单位提供个性化解决方案;如与教育部合作建设的“国家数字教育资源公共服务平台”,2012年上线以来,已经有超过96万学生、16万老师、6700所学校在线;四是多资源池布局,网络资源丰富,可根据客户在不同区域的业务重点和受众差异,提供服务全网的资源供给能力;五是移动云将开放电信能力,并与合作伙伴共享优势品牌、庞大的优质客户群体、丰富的营销渠道,实现开放共赢的商务模式。(刘燕)

呼叫中心行业共探未来发展

6月13日,由中国呼叫中心行业资源评论家刘光光先生发起的下一代呼叫中心与企业通信发展论坛在北京成功召开。论坛经过一年多的策划和讨论,邀请了国内呼叫中心行业内各大、中、小企业的经理人、技术负责人和工程技术人员参加。

论坛通过呼叫中心相关企业和部门近20年来在真实案例中的亲身体验论述了我国呼叫中心行业的技术现状。论坛的主线是由刘光光先生主持并宣讲的《中国呼叫中心行业发展与现状》的报告贯穿始终,在某一技术热点时再由相关企业或个人相继插入自己的报告。随着刘光光先生报告的展开,北京合力捷科技股份有限公司讲解了该公司自项目前期咨询到线路提供和话务捆绑式的一体化解决方案的案例,为客户提供一揽子解决方案;北京英立讯科技有限公司则为与会人员讲解了银行呼叫中心的需求分析;上海基立讯科技股份有限公司讲解了语音机器人智能化呼叫中心系统的应用;针对于云呼叫中心,北京云端时代科技有限公司为与会者奉上了自主知识产权的云+端产品以及桌面云整体解决方案,为呼叫中心行业带来便捷、环保和节能的呼叫中心解决方案;深圳市云软信息技术有限公司则带来了迎接互联网时代新媒体呼叫中心挑战的分享;《FreeSWITCH权威指南》一书的作者杜金房为与会者介绍了开源软交换平台FreeSWITCH,以及其在国际国内的应用和发展趋势报告;最后,与会代表讨论目前业界最为关注的全媒体呼叫中心的价值定位与发展前景。

论坛采用一条主线贯穿始终和几大技术热点真实体现的方法,采用双投交互又讲解并实时与听众进行互动,在回顾呼叫中心在国内的发展历史、技术演进以及各行业应用案例分析和解析中,与会专家一起探讨了中国呼叫中心行业发展的现状以及未来的发展趋势。(陈杰)

乐视网纳入深证成分指

深交所发布公告称,深证成分指数将更换4只样本,调入威孚高科、科大讯飞、华谊兄弟、乐视网,调出徐工机械、铜陵有色、张裕A和冀中能源,此次调整将于2014年7月的第一个交易日正式实施。据了解,深证成分指为A股指数中最为重要的指数之一,也是深交所最具代表性的指数。

值得一提的是,在以上被调入的4只样本中,乐视网、华谊兄弟均为创业板优秀公司。以乐视网为例,该公司一直以乐视生态在行业著称,采用的是“平台+内容+终端+应用”的垂直产业链整合模式。相较于其他视频网站的横向加法联合,这种模式无疑发挥了乘法效应,在统辖上下游产业链的同时,使得各节点的效率能加倍释放。此外该公司还是首家推出超级电视的公司,深受用户和乐迷喜爱。此次该公司纳入深交所的核心指数,证明该公司实力得到了进一步认可。(杰闻)

美电商平台11 Main上线

阿里美国子公司Vendio和Auctiva共同打造的全新购物平台11 Main于6月11日上线,为消费者提供来自“优质商户”的“有趣、高质量”的产品,目前该平台还处在试运营阶段。

据了解,11 Main主要服务于美国市场,目前已经覆盖到包括时装/设计、家居/户外、珠宝/手表、母婴用品、古董艺术,及手工艺品和玩具等品类。11 Main对入驻商家要求严格,采取邀请制,只有受到邀请的商户才有机会来11 Main上开设店铺。而每一位被邀请加入平台的商家在带来本店独特产品的同时,又要保证产品的高品质。这在美国市场尚属首次。11 Main总裁迈克·艾佛尔表示:“11 Main热烈欢迎我们所邀请的店铺入驻,我们会积极地帮助这些企业成长,同时还会继续引进新的商家入驻我们的平台。”

阿里巴巴集团美国投资部主席迈克尔·蔡瑟表示:“阿里巴巴11 Main的发展愿景以及其致力于帮助中小企业成长的使命有坚定的信心。11 Main为美国市场带来了非常独特的理念,在该平台开始实现其愿景之际,我们很高兴能够给予11 Main团队支持。”(杰闻)