

行业观察

文·本报记者 刘艳

立法打击“电信诈骗”呼声日高

尽管工信部、运营商、银行、公安部总是拿出数据和案例表示“我们在尽力打击”，但通信及网络诈骗案仍然频发，公众意识到，每个人可能成为下一个受害者，尽快在法律层面弥补不足的呼声日高。

电信及网络诈骗案发生后，往往首先被“问责”的电信运营商之所以一肚子委屈，是因为这类诈骗虽然起于电话及短信，但早已泛滥至全网多行业而现有的防治和打击手段效果有限。

公安部刑侦局副巡视员陈士渠在2016年国家网络安全宣传周透露，电信网络诈骗案去年已接近60万起，在涉案金额上更是动辄几百万、上千万元，受害人单日被骗金额最高达1.17亿元。

在打击电信网络诈骗上，我国的电信运营商一直不遗余力。但是，正如中国移动集团宁宇所说：“通信运营商、互联网企业目前主要采取的提醒和封堵防范手段也只是亡羊补牢，在未经用户和司法部门授权的情况下，运营商拦截的准确性和合规性底气不足。此外，运营商跨网（其他运营商）的封堵难度大，三家运营商尽管有联手打击的意愿，但在技术和运营流程方面还存在许多可改进的空间。”

与此同时，虽然银行、运营商、互联网企业都在积极推行实名制，但宁宇认为，实名制的作用只是增加骗子的犯罪成本，以及降低案件侦破的成本，为追根溯源提供便利，但不能直接解决问题。宁宇说：“在骗子全程全端对端的进攻

中，运营商和互联网公司、金融企业和部门、公检法机构要开展跨领域、跨专业的协同，利用高科技手段打击高科技新型犯罪行为。”

如果说以前的电信诈骗像大海捞针，现在至少一半以上的电信网络诈骗是犯罪分子依据精准的信息进行定向诈骗。电信专家项立刚说：“个人信息泄露是网络诈骗的罪魁祸首，我国对个人信息的保护目前仍是空白。”

数据显示，仅2015年，网民因个人信息泄露、垃圾信息、诈骗信息等导致的总体损失约805亿元，约78.2%的网民个人信息被泄露。

事实上，相关网站对个人信息的泄露难辞其咎。“不少企事业单位的网站有大量的用户数

据，这些信息一旦被非法获取，就是精准诈骗的隐患。”奇虎360董事长周鸿祎说，“360的补天平台一年能发现几十万的网站有漏洞，稍微打个补丁就能解决，但当我们把这些信息通知网站时，很多网站根本不重视。各互联网公司、各相关政府网站，有责任对用户数据进行安全的存储和传输，如果泄露了要承担责任。”

中国通信网总编辑刘启诚表示，导致电信网络诈骗高发的原因归根结底是成本低、获益快、取证难、量刑轻，相关立法不能再继续缺失。陈士渠透露，下一步，公安部将和最高检、最高法一起出台司法解释，针对犯罪分子作案手法完全不同于以前的诈骗犯罪的问题，在证明标准、取证要求上做出一些调整，并加大惩治力度。



点评人：本报记者 王小龙

阿里市值登顶亚洲第一 BAT 顺序又变——

三巨头角力的下一站在哪儿

文·本报记者 刘艳

美国时间2016年9月16日，在美国纽交所上市的阿里巴巴集团登顶亚洲上市公司市值首位。此前，北京时间9月5日，在香港上市的腾讯刚刚首度超越中国移动，登顶亚洲市值最高公司。

如果说腾讯正在无限接近“全球最大游戏公司”的目标，阿里则把自己的未来定位为以大数据

为核心驱动力和互联网商业基础设施，并升级成为全球互联网商业形态的纯粹的互联网公司。

那么百度呢？“Pokemon Go可能吸引了全世界范围内对AR的关注，但百度可能是第一家真正让大众体验到增强现实的公司。”华尔街对百度的解读其实仅仅揭示了百度技术能力的一小部分。

阿里：多业务轮流接棒

从核心电商到支付与金融、大数据云计算、大文娱、智能物流网络，有人说，阿里在十年间“再造”了几个阿里巴巴，此言不虚。

得益于多元化的发展战略，2016年8月11日，阿里巴巴发布上市以来最强财报，数字媒体以及娱乐新业务矩阵亮相，淘宝逐渐成为社交生活平台，移动用户变现率超过非移动用户以及YunOS、高德、钉钉等创新业务初露锋芒。

阿里本次季报作出的最大调整便是以“中国零售平台”“云计算”“数字媒体和娱乐”“创新项目和其他业务”四大业务矩阵的形式呈现业绩，并且最后一次在季报中披露国际投行对上市电商企业给出估值的重要衡量指标之一的GMV（电商变现率）数据，未来将转变为在年报中披露。阿里巴巴集团董事局主席马云对此调整的表态是：“GMV从来不是我们的核心指标，商业的基础设施才是。”

当包括银泰、微博、高德、苏宁云商、优酷土

豆等合作伙伴的加入，使阿里生态圈范畴扩展到传统商业及其他互联网领域，阿里所构建的智能商业生态日益丰富，为未来生活的全面互联网化提供底层服务、搭建基础设施，是阿里巴巴真正的战略所在。

在阿里的四大业务矩阵中，虽然电商仍占阿里营收的大头，但被阿里明确为“新三大引擎”的云计算、数字媒体和娱乐、创新项目最受投资人关注，它显示了阿里已不再只是一家电商公司，而是初步具备了向整个商业社会提供互联网基础设施，并以此升级整体商业形态的能力。

核心电商之外的三大板块，体现了马云对阿里业务“履带式前进”的规划，即旗下业务轮流领跑，按照计划：2017—2019年，当下已成600亿美元估值的超级独角兽“蚂蚁金服”领跑；2019—2021年则“阿里云”接棒；2021年—2024年，“菜鸟”将挑头。

腾讯：不只有“社交”和“游戏”

作为中国互联网版图的两极，阿里与腾讯正沿着两条迥然不同的道路前进。

阿里着眼于商业基础设施和生态建设，腾讯选择用最擅长的游戏业务完成在社交和媒体内容领域的变现。

腾讯二季度财报以游戏收益最为瞩目，其网络游戏收入增长32%至人民币171.24亿元，是所有收入中占比最大的业务；手游的收入约为96亿元人民币，同比增长114%，增速远超其他业务。

按照马化腾自己的说法：“布局全球手游，这是我们的主业。”

2016年7月，腾讯以大约86亿美元收购芬兰手机游戏开发商Supercell。通过收购Supercell，腾讯全年游戏收入预计将暴增至130亿美元。这不仅意味着在全球996亿美元的游戏市场中，腾讯将独霸13%的份额。这也预示，腾讯未来七成以上

的收益将来自网游。美国《财富》杂志由此断言：“腾讯将不再以社交媒体巨头的形象示人。”

但是，也不能因此又将腾讯定位于“游戏公司”。腾讯正在搭建的六大生态体系包括聚合腾讯资源的创新平台，聚合创业服务的创服平台，聚焦创业CEO培训和成长的创培平台，制造创业明星的创星平台，聚合投资和加速的创投平台，以及整合社会和行业资源的创联平台。

据腾讯公司副总裁林松涛分析，全球前20大经济体中，互联网总产值超过了4万亿美元，而全球TOP10市值的公司其中有6家是互联网公司，他们都是平台公司。

目前，腾讯公司已经布局了包括内容平台、创业平台、技术平台、应用平台、人工智能平台、社交平台等六大能力平台扶持第三方开发者。

IT江湖

文·本报记者 马爱平

在停摆多日后，APP依旧无法登录，“分答”的回归看似无期。

这款由果壳网创始人姬十三创设的问答类产品，在短短几个月时间，在王思聪等众多名人带动下，迅速爆红，估值过亿，却在8月10日以“不明原因”停摆。

即便如此，作为一款继微博、微信后的爆款应用，“分答”模式得到了业界认可并被很快被仿制。一系列语音知识变现产品如雨后春笋般诞生，包括知乎旗下的“值乎”、联想旗下的“知了”以及专注知识产权领域的“利知”等。8月29日，前国脚孙继海创办的“秒嗨”也宣布开发体育垂直领域的“分答”——“映答”，试水知识变现。

不禁要问，在知识共享时代，知识变现的风口是否可持续？其产品定位存在哪些问题？在商业模式的设计上，“分答”给互联网产业带来了怎样的启示？

“大V”捧红知识变现

姬十三为“分答”设计了这样的模式：回答者设定金额，被提问后，回答者在60秒内语音回复并获得所设定收入；此外，其他用户可通过1元的

价格对问答进行偷听，提问者和回答者各获一半分成。

与此同时，“分答”获取用户和流量的方式也很讨巧，通过邀请王思聪、刘慈欣、章子怡等“大V”和网红，在极短的时间内就激发并释放了“分答”的影响力。

从5月15日产品上线开始，24天，“分答”创下了50万问答、19万付费的“成绩单”，一时间扛起了“知识电商”的大旗。

“诸多垂直领域的语音知识变现平台不断涌现，虽然细分赛道竞争加剧，但是模式如出一辙，人们开始思考知识变现的诸多可能。”知乎产品经理郎瀚斌对科技日报记者说。

知识专业性备受质疑

诚然，名人、网红的带动效应明显，但明星的入驻也逐渐把“分答”推向了娱乐、八卦的占地。虽然人们对“分答”寄予了语音版“知乎”的厚望，但它却在营销策略中走得有点偏。有人提出了质疑：60秒能否保证知识的专业性？

据不完全统计，截至6月27日，进驻“分答”的医学领域答人、教育类答人、职场导师、科研科

普工作者仅占“分答”答主总数的4.4%。

按照姬十三的计划，在明星带来关注及流量的同时，“分答”要积极搭建各垂直领域内专业知识服务平台。

为解决“分答”一分钟的短板问题，姬十三开始布局知识变现“产业链”，将知识分享与传播需求按不同场景进行分类。从轻量级、中量级一直到高量级的知识服务。

然而，这样的设计却给“分答”在产品定位上带来矛盾，是为了更好的知识变现，还是为了更多的引流，这在技术设计还是话题设计都会面临纠结。

艾媒咨询的数据显示，66.7%的用户更愿意就专业领域疑难问题进行付费问答。

一位不愿透露姓名的知识产权专家表示，知识分享强调的是知识为核心，而知识变现在商业模式探索上会不自觉的以变现为核心，往往会忽视知识的重要性和专业性，这可能会成为知识分享的大忌。

知识分享与变现的矛盾

“分答”的停摆，让人不免担心，这种知识变

现的方式是否可持续？

“分答”在增加黏度和流量上遇到了两个问题：语音回复在社交讨论中不占优势；知识分享和知识变现开放性不同，越强调变现，其开放性就会越弱，这与强调社交形成了天然的矛盾。

与文字相比，语音的非理性在知识变现领域上难免会遭遇持久性的挑战。心理学家汪冰认为，真正的学习无法碎片化，喜欢转知识帖的人，未必能把碎片化知识融入自己的系统，收获并不会很大，用户在满足好奇心之后，可能就会流失。

“知了”也面临如此困境，其创始人宋铮就说：“虽然很难改变用户在我的产品上留存率低的问题，但是还是50%的人留下，基数大了，留下的人可能就多了，我就有机会帮他们做更多事情。”

事实上，对语音和视频（流媒体）的搜索一直都是技术和商业变现的难题。在知识分享和知识变现的平台上，如何有条理、有逻辑地把大量的语音答复沉淀下来并进行梳理，是非常考验技术和工作量的活儿。

或许摆在“分答们”面前的，已经不是60秒的网红爆红，而是承载着—一个知识变现的历史性课题。



CFP供图

在BAT“三国演义”中，阿里着眼于商业基础设施和生态建设，腾讯选择用最擅长的游戏业务完成在社交和媒体内容领域的变现，而在市值上略显拉队的百度则在不断押宝人工智能。

百度：“触底”后眼光投向人工智能

BAT中的两家轮流坐庄亚洲市值最高公司，已成众矢之的的百度呢？事实上，在BAT中最不可轻视的就是百度，它的技术储备和对未来的投资预示了一个新百度的价值。

作为最早布局人工智能的技术公司之一，百度正在推进的利用计算机技术模拟人脑的“百度大脑”项目。2016年9月1日，在百度世界大会上，百度首次向外界全面展示百度人工智能成果“百度大脑”，并宣布对广大开发者、创业者及传统企业开放其核心能力和底层技术。李彦宏说：“这些技术不仅只属于百度，在大多数情况下我们会把它无偿开放出来供我们联盟的伙伴使用。甚至很快，我们会把深度学习的源代码开放出来，这样才能使人工智能迅速渗透到各行各业，从而改变社会。”

华尔街非常看好百度的人工智能，8月29日，Profit Confidential对百度给予高度评价：“如果投资者想要押注中国经济，那投资百度股票

无疑是最好的方式，因为这不不仅仅是一家普通的科技公司，而是中国的谷歌。这样说不仅是因为百度在中国的搜索领域处于领先地位，也不仅仅是因为公司乐于开发炫酷的科技产品，最重要的是，百度研究院建立了可以与谷歌、微软、亚马逊相抗衡的人工智能平台。”

而百度在语音技术方面的突破也使其在国际上处于领先地位。目前，百度公开申请的智能语音技术专利已达404项，远超竞争对手。

美国权威杂志《麻省理工评论》将百度Deep Speech 2语音技术列为2016年十大突破技术，新一代深度语音识别系统Deep Speech2作为百度硅谷人工智能实验室(SVAII)最新的研究成果。值得注意的是，百度的这款系统是本次评选入选的唯一一家来自中国科技公司的科技成果，其他技术分别来自谷歌、微软、SpaceX等多个领域的知名前沿科技公司和加州大学伯克利分校、华盛顿大学、首尔大学等科研机构。



神秘收购一场空 花式营销可休矣

9月18日，网上突然爆出“乐视或将在9月19日宣布收购亚马逊中国”的传闻。最确凿的证据是乐视生态O2O销售平台总裁张宏伟当天上午发布的一条微博“今年919，不仅仅是一个乐迷狂欢的电商节，更是一次电商行业的洗牌。919乐迷生态狂欢夜，一件足以改写中国电商行业的大事将被宣布，将真正奠定乐视商城中国第三大电商节、全球首家生态电商的地位。”经历了乐视的暧昧表态和亚马逊的否认后，这条消息从空穴来风开始变得言之凿凿，不少人甚至信以为真，将其比作滴滴收购优步中国。9月19日上午10点，张宏伟在微信上澄清传闻：“抱歉，让友商骗枪了！……乐视生态O2O目前无任何收购计划。”此次风波才终于归于平静。

点评：风一样的消息，来得快，去得也快。从一条微博开始，结束于另一条微博。中间穿插着自媒体煽风点火，煞有介事的分析文章，当企业的暧昧表态，“友商”莫名其妙的躺枪……不到24小时内的剧情变换，让人目不暇接，脑子跟不上趟。但风去却并非无痕。乐视919乐迷电商节销售数据可谓亮眼，从19日0点至24点，总销售额突破44.8亿元，9月19日当天，乐视网盘中大涨8.79%，收盘上涨4.19%。至此张宏伟所说的那件“足以改变中国电商行业的大事”各位应该已经了然于心。虽然目的已经达到，数据相当好看，但整个事件回味起来还是让人觉得有些怪怪的。实质上，近两年来中国互联网领域类似营销比比皆是，小到“跟风营销”，大到“碰瓷营销”，实在“创新乏力”的还使出了“剪电线”的“独门绝技”，可谓“盛况空前”。虽说，当下流行“认真你就输了”，但底线总是要有，玩得太花、太炫，最终受伤的很可能是你自己。

急功近利“996” 越加班效率越低



日前，58同城人力资源部口头通知，实行全员“996”工作制度：每天早九点上班，晚九点下班，每周工作六天，不能请假，且没有任何补贴和加班费。无独有偶，济南浪潮集团爆出一项“奋进者计划”，根据这项计划，申请成为“奋进者”的员工，必须自愿每周工作6天，每天工作12小时，自愿放弃所有带薪年假，自愿进行非指令性加班。不仅如此，“奋进者”还要在春节、国庆等节假日无条件加班，随叫随到。

点评：现在很多公司中加班已成为常态，但这并不妨碍我们对其合理性的考察。从管理学上看，过多的加班并非一种正常现象，不是管理出了问题，就是员工个人工作效率有问题。目前加班最多、最普遍的应该要算互联网公司。这一领域变化快、竞争激烈，企业和员工往往都需要承受巨大的压力。延长工作时间似乎是一件合乎逻辑的选择，但须知它是以消耗员工的体力和精力为代价的，绝不会成为企业创新、制胜的法宝。人才是企业最大的财富，讲创新，要效益，应该量力而行，更多地在规范管理、理清流程上下功夫。不要定下不切实际的目标，不要急功近利，“拿命换钱”绝非长久之计。

样机拿来测划痕 下限秀出新高度



还是18日，自媒体“互联网的那点事”曝光一段视频：深圳市梦想青年科技有限公司CEO在香港苹果店内，拿亮黑色iPhone7Plus样机不停刮擦测试其是否耐刮，还拍下视频发微博炫耀。

点评：18日是iPhone7正式发售的第二天，提前订购的人们陆续收到自己的新手机。也是从这一天开始，网上的各种暴力测评逐渐多了起来。有把手机泡在可乐里的，也有带着手机一起跳进游泳池的，还有故意把手机从2米高的地方往下掉的……这些测试虽然看起来有些“无脑”和“烧包”，但手机大都是测试者自己掏腰包买的，因此无可厚非。而这位CEO却把下限秀出了新高度——用不属于自己的东西来进行暴力测试，让人大跌眼镜。即便真相的确如其辩称：自己没刮，只是在拍，这种看着同伴作恶，非但不制止，反而拍下视频，上传网络、吸引眼球的行为同样该被鄙视。

(图片来源于网络)