

· 微观点 ·

周源 知乎创始人兼CEO

■ 科技发展太快,社会和每个人的生活都在不断进步,导致现代人的好奇心越来越丰富,问题的颗粒度也越来越细,获得可信赖解答的需求也更加迫切,传统的学习模式不能高效应对这些问题。

周鸿 ■ 360董事长兼CEO

■ 当前环境下企业需要“减肥”,需要聚焦,应该思考如何有效完成自己的核心使命,而不是关注虚头巴脑的概念。在互联网的下半场,核心技术的竞争将会持续发酵,“谁在人工智能、大数据领域实现了关键技术突破,谁就可以实现降维打击”。

张建锋 阿里云智能事业群总裁

■ 5G时代是IPv6的最佳窗口期,IPv6在未来12个月内将进入集中爆发期。IPv6的大规模应用,不仅能解决网络地址资源数量短缺的问题,同时还能打破多种智能设备连入互联网的障碍,有利于进一步推动数字经济向前发展。(以上观点不代表本报立场)

产业互联网的全球证明题

张绪旺

移动互联网的十年,苹果无疑是全球最成功的企业。凭借摧枯拉朽的iPhone系列和高企的利润率,苹果始终赢得投资者的青睐。从2011年超越埃克森美孚开始,苹果一直稳坐全球市值王座,并在今年一度迈过万亿美元门槛。

更重要的是,这八年时光,苹果的市值优势颇为明显,往往能轻松甩开第二名千亿美元以上的差距。

但改变也就在此刻开始。过去一两周,微软和亚马逊连番冲击苹果,三巨头的市值座次变来变去。人们开始意识到,苹果时代或许已经不再那么江山永固。

值得注意的是,区别于十年前全球市值前十,存在大量的能源、银行公司。如今的全球市值前十,科技公司占据绝大多数席位(2018年是7家)。一方面说明了科技公司对全球经济走向的影响力继续加强,另一方面也让市值王座的争夺变成了同行内斗,更加激烈和充满戏剧性。

因此,当微软和亚马逊开始挑战苹果,不是简单的资本游戏,更能从科技产业变革的内部寻找原因。

通常来说,过去数年,苹果与

移动互联网和移动智能设备的爆发休戚相关,这也正是苹果超越老牌对手微软的重要原因——微软在移动操作系统和智能设备的挫败,让它被投资人长期看衰;而亚马逊虽然代表了零售变革的趋势,但惨淡的利润率,让它无法与苹果一较高下。

但改变就在此刻开始。微软在消费电子市场的多次尝试折戟后,把目光瞄准了企业市场,以云服务为业务转向,微软正在褪去“卖软件”的外衣,从而在营收、利润和市场空间,拥有了独特的优势。

这就是国内BAT等企业热议的产业互联网,微软在这一蓝海市场的主要竞争对手恰恰是亚马逊。从一家电商企业,到云计算领先全球,亚马逊给零售企业找到一条不同寻常的科技之路,进而被阿里、京东等中国学徒模仿,这也是亚马逊市值能快速蹿升的重要原因。

以中国网民增长放缓、互联网人口红利消逝为代表,消费电子和消费互联网的全球创新乏力,成为了共同的门槛。而在云计算、大数据、人工智能等新概念的加持下,

反倒是企业、机构客户能更好更快地成为上述新技术的落地场景。

从微软、亚马逊和苹果的财报看,前两者无疑拥有了更均衡的收入架构,既有传统的消费级业务(微软的系统和亚马逊的电商),又有云计算等前瞻性业务。这一维度,苹果对iPhone、iMAC等硬件产品的依赖比较严重,跑出来的业绩往往不及分析师的预期。

某种程度上,以BAT为代表的中国企业,烦恼和苹果类似,产业互联网的占比更加微乎其微。一旦竞争对手有所动作,便加重了彼此的危机感。

有意思的是,危机之下大家又回到了同一起跑线,对于国内企业而言,这种机会甚至生来就是全球化的。相比搜索、社交、资讯等消费互联网产品的地域文化掣肘,云计算、大数据的产业互联网产品全球普适性更为强烈,比如阿里云在全球的计算节点和服务的铺设,要比支付宝、天猫等用户业务的拓展容易得多。

以苹果市值王座的松动为表象,产业互联网已经成为一道全球科技企业共同的证明题。

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

随着新一轮科技革命到来,民众对科技企业的社会价值审视,进入了新的阶段。近日,中国社会科学院社会学研究所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》(以下简称《报告》),以AI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,百度被《报告》评价为“全面社会价值”公司,百度未来在AI领域还将产生更大的社会影响。

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。

《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。在过去18年中,百度公司始终坚持对前沿科学技术的革新探索,一直通过赋能、开放、平等、创新来实现数字社会的“数据平权”,为未来中长期内可持续地带动社会变迁、参与制定社会规则提供了积极动力。

凭借对过往实际业务发展和科技创新的努力,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AI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,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AI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,百度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。

对科技公司而言,科技资产是立身之本,更是持续创造社会价值的基本保障。为此,百度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。正如百度CEO李彦宏所说,AI企业必须要牢记初衷,把安全、伦理以及广泛的社会关怀,融入到公司的血液当中。

墨迹天气受邀共推社会气象观测

近日,中国气象局邀请墨迹天气、中国天气、新浪天气通、彩云天气等企业,商讨并部署社会气象观测的发展任务,并决定于今年组建行动小组,共推社会气象观测工作。■该小组将依照《气象法》等法律法规和部门规章,制定社会气象观测相关行业标准、技术规范,统一数据采集的技术指标、共享流程、加工处理方法等。

据悉,社会气象观测是指气象行业以外的公民个人、社会机构或企业等开展的气象观测活动,是综合气象观测系统的重要组成部分,规范该项标准将有力地提高气象预报业务和智慧气象服务的能力。此次社会气象观测标准包含微型环境观测仪器标准和观测方法两个标准制定。■

据官方数据,墨迹天气目前拥有超过5.5亿用户,可支持全球199个国家、70多万个城市和地区的天气查询。来自易观国际的数据显示,墨迹天气在中国天气应用市场中活跃用户占比达到69.1%。■

自2015年国家逐步开放气象信息政策出台以来,国内气象领域涌现出一些新兴企业,墨迹天气是最早一批进入气象领域的企业。在分析人士看来,支撑墨迹天气实现国内市场占比近70%的,是公司多年积累的气象数据,以及在气象领域的技术应用能力。

据了解,目前墨迹天气的气象数据主要由专业气象数据及众包数据组

成。其中专业气象数据主要通过与国内专业的气象机构部门合作获得,墨迹天气在国内的合作伙伴包括中国气象局、北京市气象局,在国外主要是跟一些专业的气象组织机构部门合作,比如美国联邦政府机关NOAA(美国国家海洋和大气管理局)、欧洲政府间组织——研究机构EC(欧洲中期天气预报中心)等,数据量每天可达350G。

除专业气象数据之外,墨迹天气海量的用户众包数据,也成为核心资源和竞争力。资料显示,墨迹天气的用户每天会上传数十万张天气照片至实景社区,公司这样海量实时、真实的气象数据图片资源已达亿级;每天墨迹天气后台收到用户有关短时的反馈达上万次。■

墨迹天气以众包数据与传统天气数据作为研究天气变化的双重基础,通过AI等深度学习技术对这些天气数据进行研究,以传统数值模式以及新的机器学习模式,将用户上传的反馈信息和整个预报模型结合,提高天气预报的准确度。■

除了服务普通用户之外,墨迹天气还将上述海量数据变成了to B的解决方案。公开信息显示,墨迹天气B端业务已经覆盖了保险、运动户外、金融、航空、物流等领域,截至2018年8月,墨迹天气拿下了包括饿了么、美团等国内各大外卖平台订单,未来航空、物流将成为墨迹天气重点突破的方向。