

李克强:加强网络基础设施建设 提高网络普及率

据新华社电

国务院总理李克强20日下午在杭州会见出席首届世界互联网大会的中外代表并同他们座谈。

汤森路透集团总裁史密斯、高通公司董事长雅各布、互联网名称与数字地址分配机构总裁法迪、领英创始人霍夫曼以及阿里巴巴董事局主席马云、新浪董事长曹国伟、中国互联网协会理事长邬贺铨、台湾旺旺中时媒体集团总裁蔡绍中代表在座70余位参加世界互联网大会的中外代表发言。李克强认真听取大家的发言,并同他们互动交流。

李克强表示,首届世界互联网大会

会以“互联互通、共享共治”为主题,这本身就体现了开放、合作与共赢。互联网是人类最伟大的发明之一,改变了人类世界的空间轴、时间轴和思想维度。中国接入互联网20年来,已发展成为世界互联网大国,不仅培育起一个巨大市场,也催生了许多新技术、新产品、新业态、新模式,创造了上千万就业创业岗位,很多人特别是年轻人、大学生因此实现了事业梦、人生梦。

李克强指出,互联网是大众创业、万众创新的新工具。只要“机在手”、“人在线上”,实现“电脑+人脑”的融合,就可以通过“创客”、“众筹”、“众包”等方式获取大量知识信息,对

众多创业投资,引爆无限创意创造。互联网也是政府施政的新平台。通过电子政务系统,可以实现在线服务,做到权力运作有序、有效、“留痕”,促进政府与民众的沟通互联,提高政府应对各类事件和问题的智能化水平。互联网突破既是科技革命,又是保障公平的社会变革。一个人无论出身如何、财富多寡,受教育水平高低,都有机会通过互联网获取一扇了解世界的窗口,得到一个走向市场的阶梯。

李克强强调,中国政府高度重视、大力支持互联网发展。我们以拥抱的姿态对待互联网,用市场的思维培育互联网,努力实现自主进入市场、市场化配置要素、企业公平竞争。今年以

来,中国政府进一步加大简政放权力度,新增市场主体呈井喷之势,达1000多万家,同比增长60%,其中绝大多数是小微企业,很多都与互联网、信息技术应用有关。我们将不断加强网络基础设施建设,提高网络普及率。继续着眼于互联网业的外部环境和自身成长,支持网络技术、服务持续创新,政策更加丰富。同时坚持依法管理互联网,严厉打击网络侵权、窃密等违法犯罪行为,在发展中做好监管工作,让互联网更好成长,根深叶茂,引领创新创业新潮流。中国愿同世界各国本着相互开放、相互尊重的精神,在互联网领域开展平等互利的交流与合作,共享互联网发展带来的机遇。

中国证监会创新监管部副主任王欧:互联网金融监管重点首先是平台

证券时报记者 李小平 徐然

昨日,首届世界互联网大会“互联网金融:促进金融创新和经济发展”分论坛上,来自银行、监管等领域的嘉宾,围绕促进金融创新与经济发展的主题,向外界分享了各自的见解。

中国证监会创新监管部副主任王欧表示,目前在成熟市场上衍生出了很多与互联网、互联网技术相关的新的产品、新业务和新市场,组织形式也发生了很大的变化。比如早期的在线经纪商、折扣商,现在比较流行P2P、众筹等。随着金融产品互联网化越来越成为广泛的趋势,相信更多的与互联网相关的金融创新产品将会诞生出来。

中国人民银行支付司副司长樊爽文表示,中国产生互联网金融热的原因,主要还是因为存在着比较严重的金融压抑所造成的。从全球来看,互联网和金融的发展,中国不是最快的,也不是最优秀的,但金融互联网却不是这样,两者结合起来,中国的互联网金融是首屈一指的业态。

但是,频频“登堂入室”背后,是互联网金融近两年在中国迅速崛起的现实支撑。但作为相对新生的事物,互联网金融在国内的发展,从诞生伊始就伴随着争议与讨论,时至今日也尚未平息。

特别是屡屡上演跑路潮的“P2P”行业,让人既爱又恨。会上,平安陆金所董事长计葵生就指出,欺诈问题是P2P面临的重大问题,而信用问题也是一个问题。他认为:我们在这里透明度没有美国那么高,所以我们线下的解决欺诈问题的挑战也很大。因为大数据的规模,我们在中国也许能够找到解决欺诈问题的方式,如果找不到很好的解决办法,P2P的模式可能会失败。

不过,在腾讯集团微众银行行长曹彤看来,要辩证看待当前的P2P问题。他指出,从P2P每个月保持10%以上速度的发展来看,部分验证了它解决金融信息传导效率的实践,甚至于是一种成功。但他也认为,对于P2P行业要有包容和监管底线的理念,目前,中国已具备金融监管互联网化的条件。

王欧在会上称,未来,随着国家对于互联网金融的监管规则的不断完善,监管重点首先是平台,其次是投资者适当性安排。另外,资金安全、信息安全以及反洗钱,众筹的相关管理规定正在内部研究当中,也会随着人民银行关于互联网金融的指导意见的颁布尽快出台。我们希望经过与业内的沟通,做到兼顾防控风险尤其系统性风险这个底线,又可以给市场未来的发展留下足够的空间。同时,也尝试着从正面清单向负面清单转化。”王欧说。

中外互联网巨头对决乌镇——马云刘强东“拌嘴” 苹果调侃小米梦想



李小平 徐然摄

证券时报记者 李小平 徐然

梦想总是要有的,万一实现了呢。”阿里巴巴两个月前的上市口号,正在被越来越多的人引用,首届世界互联网大会也不例外。

昨日召开的“中外互联网领袖高峰论坛”分论坛上,网络巨头们上演了一幕梦想对决。马云、李彦宏、张朝阳、刘强东、雷军,和美国高通公司执行董事长保罗·雅各布、苹果公司高级副总裁布鲁斯·塞维尔等互联网巨头悉数亮相。

小米“梦想”遭苹果调侃

这次世界互联网大会上,小米科技创始人雷军谈到自己的梦想时称:按照现在我们对于互联网的掌握以及投资,小米公司可能过5-10年,就可以做成世界第一的智能手机公司。”小米从创立到如今只有短短4年时间,但来自国际调研机构IDC及Strategy Analytics发布的全球智能手机市场2014年三季度调研报告显示,中国的小米手机出货量以及市场份额均排名全球第三位,紧随三星与苹果之后。

快速崛起的小米,似乎不应该有人怀疑世界第一的梦想。但是,雷军的豪言壮语,却在会场上遭到苹果公司高级副总裁布鲁斯·塞维尔调侃:做起来总是容易的,但是做就不那么简单了。”

苹果公司对未来非常乐观”,布鲁斯·塞维尔称,互联网和智能技术的发展,改变了人们沟通的方式和商业的方式。这里有一个重要的因素就是信任,如果我们不能保证顾客对我们的信任,我们所描绘的美好的未来,也许就不能实现。”布鲁斯·塞维尔说。

当然,雷军也是有备而来,在他眼里,手机和人的关系,就像人的一部分,甚至就是人的亲密伴侣,所以在过去4年里,小米公司在思考的时候,就觉得手机就像随身的电脑。但是,随身电脑要强大很多,小米公司对智能手机的看法和未来的发展才刚刚开始。

下一步小米公司怎么做?雷军称,手机从人亲密的伙伴,会变成你在这个世界上衔接的工具,比如说很多人觉

得手机屏幕太小,基于这个理由,小米做起了电视,电视是手机的显示器,手机是电视的遥控器,接着,小米又做了智能路由器。

雷军认为,未来手机可以连接办公室、家庭、个人的各种各样的设备和传感器,手机越来越成为人的一部分。

马云刘强东“拌嘴”:阿里要培养更多的京东

谈到中国电子商务,京东和阿里总被人拿出来对比。如今,两家公司在美国先后上市,两者的比较就更加直接了,但这种对比对搬上昨日的峰会论坛,却不是两家公司的掌门人愿意看到的。

会上,京东集团CEO刘强东直言,很多人说我们两家公司不可避免有一定竞争,但是二者建立的商业模式是完全不一样的。京东从做电子商务开始,要解决的是中国社会的商业成本和效率问题。

刘强东称,京东投资物流,就要把整个服务链建起来,核心就是对每个物品的流动管理,从商品出工厂大门的时候,就发到离消费者最近的仓库,用最短的投送距离送到消费者手里,避免了物品在空间中没有管理的流动。所以,二者之间有本质区别。

对于刘强东的观点,阿里巴巴董事局主席马云认为,电子商务必须要解决整个物流的成本、运营的成本,这是电子商务要去做的事情。但是阿里巴巴要做什么呢?阿里巴巴是要培养更多的京东;第二,阿里巴巴要做的是让这样的公司挣钱。

去年,整个中国物流成本大概17%,但日本为5%-6%,欧美6%-7%;效率方面,国外一个商品从工厂生产出来到消费者手里,大概30天,而中国的中关村模式,平均要两个月以上。据此,似乎就不难理解马云千亿投资计划指向物流。

去年5月,马云宣布要投资一个前所未有的智能物流骨干网络(CSN),让全国任何一个地区做到24小时内送货必达。此项目投资规模达1000亿,由阿里巴巴集团牵头,马云任董事

长,银泰集团董事长沈国军出任CEO。

不过,与京东不同的是,阿里巴巴在投资物流领域的同时,还将方向指向了电影、足球和娱乐、医疗等诸多行业。这些产业的投资,马云将此归于对未来的投资。

百度搜狗憧憬移动搜索引擎

移动互联网的大潮势不可当,百度和搜狗的发展重心,不约而同聚焦到移动搜索领域。

两年前,百度突然意识到移动搜索的发展趋势,但当时说实话,并没有准备好。”李彦宏称,百度一直是聚焦于PC上的搜索,其实从10年前开始就不断有人提醒我们一定要关注手机,要关注移动搜索,但当时手机觉得还不行,速度慢又慢又贵,一个短信1毛,那个时候觉得,在手机上做搜索使用互联网是一个非常糟糕的体验。

不过,自2012年以来,智能手机在中国迅速普及,3G和4G推广,使得人

们越来越多地通过手机上网,给用户体验感也越来越强。因此,李彦宏担心的手机问题正在改变。

李彦宏表示,PC产品转移到移动手机上,有太多的坑要填,有太多没有想到的问题会出现。预计可能还需要两年左右的过渡时期,这个过渡时期,百度会倾尽全力把移动做起来,但转型过程,会充满风险和痛苦。

做为老牌的互联网大佬,搜狐近年来的发展势头不及BAT。但移动互联网的大潮,搜狐正在迎头赶上。近年来,搜狐在移动互联网方面包括:首先新闻和资讯,以客户端和手机搜狐网为主;还有搜狐视频等。

同时,张朝阳表示,搜狗作为搜索的挑战者,它的商业模式是非常好的,因为搜索的用户意图是非常清楚的,所以货币化比较容易。但是,搜狗更看重智能的东西。比如,搜狗现在新闻客户端背后推送的新闻,也是靠搜狗自己的技术,包括视频以后的精准投放。所以,搜狗更认为它是一个智能的体现,以后随着各种可穿戴设备的推广,这种智能将会体现得更充分。

马云的“挖坑”战略

证券时报记者 李小平 徐然

“我很早跟人家探讨什么是战略,战略就是你这样下去,‘将来’一定在这儿,所以在这儿挖一个坑,人家会跑过来的。”昨日的世界互联网大会跨境电商论坛上,马云在分享自己的观点时,如此形象地阐述了对“战略”的看法。提前挖好“坑”,做好布局,正是马云的经验之谈。

然而,这“坑”挖在哪儿、怎么挖、如何坚持,又怎样让人留在“坑”里,都是对决策者的重大考验。如马云所说,“CEO要去思考他自己的强项,思考未来,我觉得我花了很多时间去思考这样的问题。”通过梳理,记者发现,马云分享的经验主要是以下几个方面。

首先,罗马非一日建成,大“坑”也不是一日挖成的。马云的淘宝同样经历了10多年的积累成长,他自己感叹,“今天阿里巴巴的市值也好,上市成功也好,不是今天做的,是我们15年以前的想法”。

马云一直在演讲中强调不能急功近利,他认为,今天就能做,且今天做了明天就能成功的机会,基本不存在。“这个世界聪明人太多了,比聪明已经没有机会了,比勤奋估计更没有机会,你只能比未来。”马云认为执着是他成功的秘诀之一,“阿里跟别人巨大的差异是在于我们对未来的坚持。要有足够的耐心,有人说要有足够的钱,不,其实你只要对未来有个执着。”

其次,决策的关键在于眼光。按马

云的话说,就是vision决定成就:“你的眼光看到一个省,你做一个省的生意;你的眼光看到全中国,你做的是全中国的生意;你的眼光看到全世界,你就有机会做全世界的生意。你的眼光看到今天,你做今天的生意;你的眼光看到10年以后,你做10年以后的生意。”

另外,怎样把“坑”挖深挖好,马云的经验是以他人借鉴。“我创业10多年来,最大的心得体会,永远思考别人是怎么失败的。因为成功有很多的要素,有很多的东西你是没办法学的;而失败呢,我发现很多企业基本上失败的道理都差不多,只要把这些失败的东西学习好了,自然就好了。”

最后,怎样让人们主动留在“坑”里,“体验”很重要。“体验很有意思,

企业都已采用这种模式。跨屏不是单纯的多屏,除了通过多屏识别出同一个用户以外,关键还在通过跨屏ID实现跨屏“重定向”(re-targeting),一来实现对消费者行为的跟踪,进而选择对消费者进行广告投放加强印象或二次召回;二来实现频次控制,节省多余展示降低预算消耗,从而覆盖更多独立用户。业内主流观点认为,跨屏ID是移动端广告有的放矢的关键所在。

不仅优酷土豆,其他视频网络公司的移动端播放量同样增长迅猛。以乐视网为例,今年7月,迷你喜剧《学姐知道》在乐视网移动端播放量一跃达到PC端的三倍;而在两年前,乐视网移动端播放量仅约占全网总量的25%-30%。爱奇艺总制片人戴莹也曾经表示,移动端用户已经成为自制剧流量的主要贡献者,数据统计显示,其中近70%的流量都来自于移动端用户,因此未来将主攻移动端用户,以争取他们的碎片化时间。

另外,古永锵告诉记者,广告只是移动互联网收入的第一步。移动互联网还有个特点,它有自动的支付终端。我的观点是,频道即渠道,内容即店铺,未来移动互联网是内容产生店铺。这是无处不在、无处不在的终端,日常消费、冲动消费,看完马上点,马上可以支付。O+O,online线上世界和offline线下世界融合。”

就是感受,我们上世纪讲了很多服务,我们不断地增加服务能力,其实客户要的不是服务,客户要的是体验。体验是这个世纪人的情商造成的。上世纪拼智商,这世纪拼情商,情商是让人家舒服,让客户舒服,让合作伙伴舒服,没有比这个更重要的了。”

了解了马云的“挖坑”理念,令人好奇的是,对于“10年后会发生的事”,阿里巴巴在关注哪些领域。随后的中外互联网领袖高峰论坛对话上,马云很快解答了这一疑问。“我认为中国10年以后最大的麻烦是健康问题和快乐问题,所以我投资电影、体育和医疗。”马云的下一个梦想是——“30年以后,应该是医生找不到工作了,医院越来越少了,药厂少了很多,这说明我们做对了。”