

网上中国

互联网正在为中国的公益事业创造新的生态。据中国互联网络信息中心(CNNIC)最新一期的报告显示,截至去年12月,有32.5%的中国网民使用过互联网进行慈善行为,用户规模达到2.38亿元。

与此同时,以互联网为载体的募捐、众筹等公益新模式,正在让公益行为变得更阳光、更便捷。在新技术的推动下,互联网公益有了越来越多的新“玩法”。

互联网公益

新平台创造新“玩法”

本报记者 刘 晓

解决传统公益难题

传统公益的难题之一,是捐赠对象与捐赠者之间信息不对称。对捐赠者而言,寻找捐赠项目费时费力、操作繁琐,难以追踪善款流向、流程不透明等问题时常出现。而对公益机构来说,在物资捐赠环节的采购、仓储、配送、结算、资金管理等方面的困难同样不小。

而互联网公益的优势之一,就是能够打破信息不对称以及透明度不够的问题。

近日,京东发布了自己的“公益物资捐助平台”,该平台采取“一键捐赠、物资直送”的模式。利用京东自营式电商优势,从商品供应、物流配送、技术运营、客户服务等方面为公益项目提供支持。

据介绍,公益项目物资募集完成后,京东公益将以最快的速度安排配送。对时效有特殊要求的项目,比如灾害救援,或者在特别偏远的地区,京东公益将协调京东物流第一时间运送物资至现场,并协助将物资发放到受助人手中。

对此,京东公益基金会秘书长、京东集团社会责任负责人马丽波认为,由于受到渠道和技术的限制,传统的捐赠方式可持续性不足,而线上平台能吸引捐赠者持续关注公益。其次,在捐赠渠道和平台技术得到保障后,公益组织提供社会问题解决的能力将得到加强,从而进一步助推整个公益行业专业化的提升。

除此之外,技术的支撑也让公益更具有现场感。例如,京东公益平台在为云南山区儿童募捐雨衣的项目上采用了虚拟现实(VR)技术,只要配合VR设备,捐赠者就可以身临其境地看到当地儿童冒雨上学的不便。“黑科技”的运用,

更能唤起人们的慈善之心。

日前,比尔及梅琳达·盖茨基金会联席主席比尔·盖茨在北京大学演讲时也指出,2015年,公众通过中国四大在线捐助平台所捐赠的善款高达9.66亿元人民币,互联网公益新技术毋庸置疑正在推动中国公益慈善事业的发展。

打通公众捐助渠道

去年,中国器官移植发展基金会和蚂蚁金服进行“跨界合作”,推出器官捐献在线登记服务。上线仅两天半,新增登记就超过了8.6万人,超过该系统此前运行两年半的登记总数。

对此,浙江省人体器官捐献评估专家组组长方强说,器官捐献当前最大的障碍并不是观念保守,而是落后的器官捐献管理系统。

此话并非危言耸听。《中国器官捐献公众意愿调查》显示,83%的参与调查者愿意成为器官捐献志愿者。56%的人不愿登记成为器官捐献志愿者,登记渠道不畅、流程复杂等是导致登记人数少的主要原因。

而互联网公益的优势,便是能更好地释放和接受普通民众的公益善举。打通了从想法到实践的“任督二脉”,公众的公益热情和理念就有了奉献的渠道。

对此,蚂蚁金服企业社会责任总监刘琴说:“对一家互联网公司来说,除了捐款捐物的传统公益外,我们更希望技术、产品和开放平台能产生更多社会价值,满足公共利益。”

事实上,除了器官捐献在线登记系统外,蚂蚁金服推出的另一项公益项目“蚂蚁森林”,同样颇受年轻网民的追捧。该项目鼓励用户通过行走、在线支付等低碳行为收集绿色能量,达到一定数额后,“蚂蚁森

林”便会种下一棵真实的梭梭树,目前已有超过111万棵梭梭树被种植在阿拉善地区。

清华大学公益慈善研究院副院长邓国胜认为,随着“80后”“90后”进入社会主流,体验性强、方便快捷的公益项目逐渐兴起,在传统公益之外开辟出属于年轻人的半壁江山。玩着手机长大的这代人正在将网络募捐塑造成未来公益筹款的趋势和方向,公益机构要抓住这个未来,不能只看当下,要长远布局。

急需加强自律管理

自新慈善法实施以来,互联网公益进入了有法可依的时代。公益的“玩法”越来越多,让一些不法分子嗅到了“商机”,也由此引发了不少舆论事件。此前,“个人众筹医疗费”等筹集资金类的公益活动,频频爆出“病例信息造假”“谎报个人财务状况”等新闻,暴露出互联网公益机构存在的一些问题。

业内人士指出,由于人力和时间不足,一些网站或单位在进行资格审核时,是通过其展示的资料进行判断的。但这些医疗证明等内容有伪造的可能,且募款人的真实收入情况也可能被隐瞒。此外,一些新的募捐形式,如微信打赏等,由于监管部门力有不逮,同样引起不少争议。

解决互联网公益面临的问题,一方面要靠互联网公益平台加强自律,另一方面也要靠政府部门加强管理。

去年,腾讯公益、“轻松筹”等13家网站被纳入首批慈善组织互联网募捐信息平台。专家建议,相关部门应提高平台的准入门槛,对于平台的资质、管理、技术等能力进行审核。此外,也可以把募捐行为纳入征信平台,与个人的信用挂钩。



海客游

要冒险就来阿勇河漂流

海外网 何 洁

阿勇河也叫咏河,是印尼巴厘岛最受游客欢迎的漂流点。这里河岸高峻,植被繁茂,大部分河段水流都较平缓,游客可以安心饱览美景;也有多处激流险滩,十分惊险刺激,适合爱冒险的游客。

在一顿丰盛的早餐后,漂流公司驱车接我们前往漂流点。到达后,我们先换上防水衣,否则到时整个人都会湿透,然后穿上救生衣、戴好头盔、拿着桨。这时教练会讲解安全须知。要记好教练的口令都是什么意思,上船后要严格按照教练说的做。

我们的出发点在峡谷的上方。往山下看,峡谷很窄,感觉和上海的弄堂差不多宽。头顶上绿树成荫,都快长到了一起,藤蔓和瀑布一起垂下。阿勇河水流湍急,不过非常浅,可以清晰地看到河床的黑沙。教练说头年11月到次年3月底的雨季期间不适合漂流,因为水很大很黄很深很急。准备完毕,教练带着我们开始往漂流的起点进军了。

到了河边,我们穿着救生衣爬上橡皮艇。我们这艘橡皮艇共乘坐了6个人,教练说全路线将近两个小时。刚开始水很平静,之后就有坡度了。同行的人中有胆子大的开始玩起“蹦蹦”——Jump,在落差比较大的地方,坐在船上冲下去,非常刺激!当然你也可以选择划船过去。途中我们根据教练口令,有时要一起往前划,有时往后划,有时必须紧紧抓住船两边的绳子。橡皮艇随着水流左右摇晃、上蹿下跳,我们一次次被淋个落汤鸡。而水太浅的地方,石头会硌到屁股疼,要小心。

途中遇到其他游客,便开始互相喷水,呐喊,享受着一场欢乐的水仗。

当然,冒险之余也别忘了欣赏巴厘岛美景。在深窄的峡谷中急进,迎面而来的景观,忽而是茂盛的树林、忽而是辽阔的田野、忽而是阴森的蝙蝠洞、忽而是美丽的瀑布,变换无穷,令人赞叹不已。难怪许多游客感慨,到了阿勇河漂流,才知道真正的巴厘岛。



云中漫笔

「刷脸」漏洞,该不该惊恐?

占 泽 华

最近,人脸识别“很受伤”。在某电视媒体播出的3·15“国际消费者权益日”节目上,主持人用一部安装了换脸软件的手机,去攻击另一部装有某企业人脸识别应用手机,居然成功冒充他人通过了人脸验证。这引起了社会哗然,一时间,“人脸识别等人工智能技术安全吗?”的疑问甚嚣尘上。

人脸识别,是基于人的脸部特征信息进行身份识别的一种生物识别技术,是人工智能的重要领域。它的基本运作过程包括了人脸信息的采集、比对、后处理等。目前,人脸识别技术已经广泛应用于公共安全、企业管理、教育、民政、金融等多个领域。

人们对人脸识别的担忧是可以理解的,毕竟漏洞是存在的。而它作为身份认证的一种手段,一旦被成功伪造或是攻击,则可能造成无法估量的损失。最要命的是,普通人对一款人脸识别设备是否安全,几乎没有任何辨别能力。对于自己是否会被别人“易容”冒充,也没有任何预测依据。

归根结底,这种对人脸识别漏洞的担忧,来源于人与技术之间的“认知鸿沟”。在远古时代,生产过程只使用少数几类工具,依托于可直接感知的自然规律,那时,人的感官认识和技术之间是无缝对接的。而随着人类社会的发展、科学水平提高,普通人已经无法认知工具背后的运作原理,对工具的了解仅限于使用层面。我们身边的手机、电脑、穿戴设备……都像是一个个黑匣子,人们对其内部运作一无所知,从而形成了人与技术之间的“认知鸿沟”。这种“鸿沟”的出现使人们失去对技术的信任感和安全感。

这种不信任感和不安全感,带来了许多疑问。比如,电子支付安全吗?大数据靠谱吗?云技术会不会侵犯隐私?以及最近所讨论的人脸识别技术的漏洞问题。

客观的说,人脸识别技术远没有如此脆弱。人脸识别过程不是简单的脸部轮廓和器官位置的匹配,而是以复杂的算法和模型为支撑,构成的一整套纹理建模、深度学习、视频图像分析的技术体系。人脸识别也不仅仅是“进门刷脸”,它其实渗透在我们生活中的方方面面。前不久,长春火车站还引进人脸识别自助验证系统。因此,对于人脸识别技术,我们大可不必过度惊恐,而是应该提升数字信息时代的技术素养。

举个例子,对于自己的手机,甚至是手机里任意一款应用,你是否在毫不知情的情况下,就打开了其中的自动定位功能或可以自动上传资料的“云功能”?在注册软件账户的时候,你是否为自己该不该填入一些身份信息而留个心眼儿?平时网购,你又是是否注意保护过自己的姓名、住址等私密信息?

随着高科技时代的来临,我们很容易掉进一些“陷阱”,这些“陷阱”所引起的骗局、盗号,抑或是日常的骚扰营销电话和信息推送,都在给我们的生活带来不同程度的损失。也正是人们曾经掉进“陷阱”,让人们对面人脸识别这类新兴技术持怀疑乃至惊恐的态度。

此时,一定程度的技术素养就显得格外重要。我们需要一定程度地了解自己手中的各种智能设备,也需要关注一些维护隐私、正确使用高科技设备的知识和窍门。只有这样,我们才能在人脸识别等新兴领域中,多一出现使人们失去对技术的信任感和安全感。

TCL集团董事长李东生:

实体企业转型科技先行

海外网 王 岭



TCL集团董事长李东生

“双+”战略推动全产业链

TCL作为国内老牌的电视机生产企业,承载着很多“70后”、“80后”对于彩色电视机的最初记忆。2015年,TCL发出转型升级的号角,开始加速布局全产业链升级。据李东生介绍,TCL适时推出“双+”战略,推动多媒体、通讯、家电和部品四大商业集团在互联网发展新形势下进行经营转型,各项产品的推出以“智能+互联网”与“产品+服务”为两条主线。

值得一提的是,TCL是中国唯一布局屏芯-终端的一体化公司。业内人士称,TCL已经成长为行业内为数不多的覆盖全产业链的企业之一。对此,李东生毫不含糊地表示,到目

前为止,“TCL是中国消费电子行业中唯一一家具有垂直产业链整合能力的企业。这一说法比较符合TCL的情况。”

全产业链布局的效果如何?“2016年TCL电视累计销量2050.7万台,同比增长14.93%,”李东生介绍说:“TCL成为第一个进入2000万台俱乐部的中国企业,紧追韩国三星和LG。其中,在智能电视领域,全年累计销量达到1122.0万台,同比增长49.3%。”

在全产业链生态之下,TCL一直在探索战略布局。对于2017年的发展规划,李东生表示:“TCL会坚持‘双轮驱动’转型升级战略:一方面,以创新为核心驱动力,提升核心能力;另一方面,依托‘一带一路’战略,推进国际化发展。”

“走出去”布局TCL国际化

在李东生看来,国际化是中国企业必由之路。综观TCL的发展战略,推行国际化战略是其中的关键一环。2002年TCL以820万欧元并购德国施耐德,迈出了国际化的第一步。2004年,TCL接连并购了汤姆逊彩电和阿尔卡特手机业务,外界一致认为此举直接导致TCL在2005年、2006年巨额亏损。然而,李东生不认为这两起跨国并购失败,他很坚定地表示:“如果让我重新做一次决定,我依然会做跨国并购。”

TCL国际化的案例不胜枚举,李东生说:“TCL通过‘中欧班列’运输线路,进一步提升了TCL波兰工厂的效率与规模,TCL波兰工厂作为中国在波兰最大的制造业项目。为波兰工业再造的经济发展战略以及就业等社会需求做出了贡献。”

除此之外,2016年,TCL多媒体在巴西建

立了制造中心,使TCL在拉美市场的辐射力度更加深化。李东生表示,TCL还将在阿根廷进一步扩大投资,下一步的投资额度预计将达到1亿美元。“去年,我去南美考察业务之际,受到了阿根廷总统毛里西奥·马克里的接见,他表示对TCL品牌非常熟悉,并非常欢迎中国企业到阿根廷投资。”李东生说。

互联网提升传统工业竞争力

除了国际化之外,全球经济进入一个新的发展阶段,再工业化已成为时代的课题,中国也提出了面向未来的《中国制造2025》计划。有关实体经济与互联网虚拟经济的孰重孰轻论不绝于耳。对此李东生表示,实业是基础,而互联网则为实业发展提供了机遇。

在李东生看来,实体企业要想在互联网企业的博弈过程中提升竞争力,首先要多向互联网企业学习网络应用技术和创新的商业模式。实体企业转型,必须科技先行。

李东生进一步提出,“企业创新就是按照《中国制造2025》长远的规划,用智能化技术、互联网技术提升传统工业的竞争力。”李东生以TCL旗下华星光电为例,“华星一个工厂使用了差不多1000个智能机器人。智能化设备能够根据自己的判断做动作,而不是重复动作。”李东生表示,未来TCL会进一步提高管理系统的智能化,通过云计算和大数据来提升管理效率。

另一方面,李东生更愿意与互联网公司打造一个互利双赢的新商业模式。“客观上互联网企业在做产品端时也会有一些困难和挑战。”李东生说,“我们愿意和互联网企业合作。互联网企业也需要通过更多的终端产品,把服务落地到消费者。实体企业和互联网企业紧密合作形成真正的优势互补,也许能够走出一条新路子。”

IT领袖