

网上中国

云中漫笔

占全球40%份额 着眼世界市场

中国手机迎接“大航海”时代

本报记者 彭训文

“世界上每卖出3部智能手机，就有一部是中国品牌。”这是国外一家市场调查机构近日得出的结论，依据是2015年至2017年间世界主要智能手机生产商的供应量。根据该数据，2017年，世界智能手机生产商排名前12位中，有9家是中国公司。

近年来，随着中国手机品牌整体实力壮大和国内智能手机市场增长放缓，为了寻求更大发展空间，中国智能手机厂商加速出海。专家表示，全球手机市场正处于向智能手机转型过程中，中国手机出海正进入“大航海”时代。



国外参会者在2018年世界移动通信大会的中国手机展台前参观体验。 智渊摄

火爆海外市场

中国品牌手机在海外市场越来越火了。据美国市场调查机构IC Insights近日发布的调查数据显示，2017年，韩国三星以3.17亿部手机继续领跑全球手机市场，美国苹果以2.15亿部排名第二，第三名是中国的华为，发行了超过1.53亿部手机。紧随其后的是属于步步高电子的OPPO和vivo，共供应了2.132亿部智能手机。小米排名第六，该公司增加了73%的供应量，达9170万部。

根据该机构的调查数据，进入排名的9

个中国品牌共生产了6.26亿部智能手机，比2016年增长11%。中国公司在世界市场的总份额上升到42%。该机构的专家认为，中国厂商华为、OPPO、vivo和小米正在成为三星和苹果在智能手机市场更大的竞争对手。

国际市场调研公司Counterpoint今年2月发布的数据也得出了相似结论。根据这家公司的调查，2017年亚洲手机市场，中国品牌OPPO以15%的市场份额拿下第一，vivo、小米排名第二、第三，三星则排到了第四，华为第五，而苹果手机并没有在榜中出现。

中国手机在亚洲市场的优异表现，与

其在印度市场的火爆有关。数据显示，中国品牌手机在印度的市场占有率为50%以上。专家表示，增长迅速又空间巨大的印度市场成为中国手机出海的第一站，主要与其正经历从功能手机向智能手机的转型期有关。

产业观察家洪仕斌指出，受中国国内市场饱和、新老品牌竞争激烈影响，很多中国手机厂商逐渐开始布局海外，导致中国手机在全球市场快速增长。

颜值高质量好

“如果说以前出海靠走量，如今‘中国制造’已经逐步发展为‘中国智造’，进入了建立全球品牌的机遇期。”随着中国手机品牌纷纷出海，立足自身优势、树立品牌特色已经成为共识。

中国手机的高颜值、高性价比、高可靠性，成为吸引海外用户的主要原因。这主要得益于中国手机厂商多年来在技术研发上的厚积薄发。

随着国家的政策支持、企业持续的研发投入，中国手机近年来不仅颜值翻番，而且质量更好。例如，华为公司历经十余年研发，开发出百余款具有自主知识产权的芯片，性能可与美国高通芯片相抗衡；同时还积极参与5G国际标准制定、网络布局和手机终端设备研发。面板生产商维信诺开发的全面屏，可弯曲、可折叠的柔性屏，技术创新和运用居世界前列；vivo通过屏下指纹识别和前置升降摄像头、全面屏发声等技术创新，让屏占比提升到了98%。

营造良好的用户口碑，则是很多中国手机打开海外市场的另一招。vivo通过在海外设立研发中心、赞助足球世界杯等，快速提升产品国际化水平和认知度；小米靠线上渠道和高性价比吸引用户；华为则建

起“产品+服务”运营模式，借助互联网与用户直接沟通，快速了解用户需求。

转型全球公司

中国手机在海外打拼也面临诸多困难。有中国新兴手机企业创始人认为，中国品牌出海会遭遇两大难题，一是信任壁垒，二是品牌影响力获得认知还比较艰难。这些难题导致的结果之一是国产手机在海外的售价难以提升。例如，美国市场调查机构IC Insights指出，中国公司目前还不能与行业领先者相比，因为后者大多数智能手机的价格超过200美元。

“对品质的坚持是中国品牌解决出海困境的主要途径。”业界表示，首先是坚持用统一的国际标准打造世界级产品；其次是坚持做有影响力的企业，立足将匠心和匠人工艺带到世界；最后是坚持自信做自己，不盲目追随潮流，“在消费升级的大趋势下，中国和世界的选择会是一样的。”

通过自主创新搭建专利“护城河”也很关键。在向海外市场拓展过程中，华为、OPPO、vivo、小米、金立等都曾经历专利诉讼。中国信息通信研究院知识产权中心也曾在一份风险预警报告中提醒，中国手机厂商“须高度重视知识产权在海外市场可能带来的重大影响”。赛迪顾问的一位研究员认为，中国手机厂商应注重自身在专利上的研发和积累，同时可选择在专利上更有实力的合作伙伴，避免在海外遭遇专利诉讼。

专家表示，在消费升级背景下，中高端手机市场将成为未来全球各大手机品牌竞争的关键。中国手机品牌商应做好从跨国公司向全球公司转变的相关准备，不仅要夯实技术基础，更要进一步加强合规经营能力建设和企业文化和理念塑造。

用法严治电商“杀熟”

刘峻

电子商务法草案近日第三次提交全国人大常委会审议，该草案对一系列电商热点问题作出规定，备受各界关注。其中，如何通过立法，避免“臭名昭著”的大数据“杀熟”现象，是消费者最想知道的。

一段时间以来，部分电商平台利用大数据“杀熟”的手段浮出水面。同一个商家、同一件产品，不同的消费者要支付不同的价格。这种基于大数据算法的“消费者歧视”，本质上是电子商务经营者通过收集用户画像、支付能力、支付意愿，做到“一人一价”，以谋取最大限度的收益。

“杀熟”现象的存在让人们看到，大数据也是一把“双刃剑”，既能成为优化服务的依据，也能成为精准“玩钱”的工具。此前，由于缺乏法律依据，对于“杀熟”行为的监管和处罚都显得力有不逮，没有让违法者付出应有的代价。

对此，此次审议的电子商务法草案提出，电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其推销商品或者服务，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和公平保护消费者合法权益。

这就意味着，电商企业在收集消费者信息时，必须尊重消费者权利，保障消费者不被歧视，避免作出对消费者不利的差别待遇。消费者应有选择权和知情权，有权利要求自己不被大数据“画像”，以保护个人隐私和公平交易权，自主选择是否向电商经营者公开消费习惯等数据。

隐蔽的“杀熟”行为是互联网环境下消费市场出现的新情况，如何定性和处理，需要通过法律和实践的完善，需要增强相关法律法规的统筹性和针对性，对大数据的搜集、保护和利用，进行直接、明确、全面的规定。

互联网大咖秀

史蒂芬·考费尔：

平凡的旅行者

海外网 周璇



猫途鹰(TripAdvisor)是全球知名旅游网站，主要提供来自全球旅行者的点评和建议。其创始人兼首席执行官——55岁的史蒂芬·考费尔(上图)每天都要花很多时间浏览猫途鹰网站，以用户的视角亲自对功能、细节做优化。考费尔出生于美国加利福尼亚州。小时候，父亲和他会坐在餐桌旁，围绕一个话题进行辩论。他的父亲是名辩护律师，常常以清晰的逻辑、犀利的表达令考费尔不知如何反驳，然后双方交换立场，他父亲再驾轻就熟地把自己从刚刚考费尔的困境中解救出来。经商需要说服力，他父亲对他进行了很好的训练。考费尔的母患有遗传性硬皮症并于1986年去世，作为家中长子，考费尔很早就担起了母亲的责任。

考费尔在哈佛大学读书时主修计算机科学专业，毕业后，他联合创办了中心线(CenterLine)公司，为软件开发人员提供编程和测试工具。1998年，考费尔和妻子卡洛琳准备去墨西哥度假，订酒店时，他想在网上寻找当地某个酒店的客观评价。考费尔回忆说：“我几乎浏览了1000个网页，都展示着一模一样的绚丽的酒店图和相同的描述。”于是，卡洛琳建议他创建一个网站，帮助他其他遇到这种情况的游客。

2000年，猫途鹰正式创立。如今，猫途鹰及旗下网站在全球49个市场设有分站，月均独立访问量达4.15亿。不幸的是，卡洛琳没有亲眼见证猫途鹰后来的成绩，2005年就因癌症去世。当时4个孩子的抚养重任全落在了考费尔一个人身上，最大的孩子13岁，最小的年仅5岁。那段时间对考费尔来说相当艰难，但如今他们是一个幸福的家庭。

考费尔现在每隔一个月就会出门旅行一次，他喜欢历史名城耶路撒冷，曾在土耳其度过了一段美好的时光，还喜欢在冬天去加勒比海潜水。“很多人认为我是个爱漫游世界三个月的狂热旅行者，这不是真的。猫途鹰来自一个平凡旅行者的愿望，那就是给自己规划一个完美的一星期旅行。”考费尔说。

高考志愿填报App,靠谱有多少?

本报记者 王萌

高考成绩公布后，填报志愿成了考生和家长的头等大事。一些公司借助“人工智能+大数据”，将填报志愿App(手机客户端)产品推入市场。只要输入高考地区、预估分及目标地区，轻轻一点就能给出可冲刺、稳妥和保底三种志愿学校推荐。这么神奇的App靠谱吗?

志愿服务市场大

打开手机应用商店输入“高考志愿”，各类高考志愿填报App都有着不错的下载量及评分。“完美志愿”“高考志愿君”“求学宝”等均有五星级推荐。“同样的分数，上更好的大学”“让高考没有难报的志愿”等宣传标语吸引眼球。

高考志愿填报类App的兴起有其市场需求。2018年，全国高考报名人数达到975万人，而中国绝大多数地区实行平行志愿填报录取投档，学校信息量大，查询难，考生对专业设置了解不足，面对众多高校和专业，如何填报志愿让很多考生和家长感到困惑。有业内专家预测，高考招生将催生出6000亿的市场规模，这也让高考志愿填报服务成为一大“吸金”市场。

“软件能够提供所有学校几乎所有的信息，在这个软件上就可以了解到你想知道的学校、专业、就业、薪酬、读研、出国甚至课程设置，现在太方便了!”一位用户

这样评价某款高考志愿填报类App。

同时，也有家长反映，他们下载了高考志愿填报类App，花了钱，却享受不到相应的服务，联系不到咨询的人，感觉自己上当受骗了，事后维权比较难。

许多App里含有性格测试、智能填报、查找大学、专业录取详情、专家一对一等服务。如果想使用更深入的分析服务，几乎都需要收费，一般是10多元至近百元不等。

行业发展待优化

志愿填报类App作为一种备受争议的高考志愿填报工具，其实并非新生事物。在2017年高考成绩公布后，就有媒体对此进行过汇总：保持持续更新并正常维护运营，并有一定数据量的App有13款之众。还有业内公司对各类App进行了测评，从使用性能是否稳定、功能设计是否便利、信息更新是否及时等角度，对市场上最常见的志愿填报类APP进行了对比，并向用户作出推荐。

在为用户提供信息服务的同时，这类App服务仍存在一些不规范的现象。比如收费规则不清晰，服务质量和标准难以保障，准入门槛低引发内容同质化。据某高考志愿填报类App工作人员透露，很多用户由于不熟悉使用规则或者出于好奇，才导致不清楚进行了消费。当然，这些都是赚的小钱，大头还是帮考生报志愿，少的数百元近千元，多的上万元不等。同时有业内人士透露，一些App“背”靠强大的数据库，具有先天优势，还有一些App也存在与招生办、培训公司合作的现象，所以一些搜索结果的客观性有待商榷。

业内认为，相较于传统的经验指导，利用大数据分析等科技设备“指导”，是一种新



考生和家长在了解高校招生信息。 刘东岳摄 新华社发

兴的产业现象和技术应用，既有一定的帮助，也是因技术发展带动相关行业变革的必然趋势。但是受市场驱动，层出不穷的产品能否保障真实有效，值得引起重视。

随着人工智能和大数据的发展，高考志愿填报类工具一定会得到持续发展和优化。各类预测结果的准确性也会随机器学习技术的成熟和应用得到不断提升。而那些行业乱象，也许只是这个行业竞争必不可少的“调剂”而已。

填报常识不可少

“互联网+”时代下，大数据与不少行业都“擦出火花”。填报高考志愿时，除了翻书等“土办法”，借助大数据的各类咨询服务，为广大考生和家长开启了更多的选择途径。对待此类新生事物，有人一无所知，有人勇于尝鲜，有人受挫吐槽，也有

人冷静反思。

有教育专家指出，对往年的数据进行收集和整理，具有一定的价值。但目前高考志愿填报辅导行业还不是特别规范，也有虚假宣传的情况存在，考生和家长需要对高考录取的规则、志愿填报的常识有所了解。他提醒消费者，专家可以告诉家长和考生的，只是根据往年录取分数和平行志愿填报规则，如何组合填报志愿会有更高的录取几率。学生需要结合自己的实力和兴趣进行选择，数据、专家认为好的，不一定是适合学生的。

清华大学学生职业发展中心导师梅金锁也建议，在选择志愿时，考生要充分认识自己本身的兴趣、性格、能力和价值观所匹配的职业，并一定要充分了解学生专业的特点。家长和考生要充分了解目标专业的发展前景、薪酬、工作环境、面临的考验等种种问题，确定自己是否适合。