网上中国

不“套路”用户，更名只是开始

本报记者 孙亚慧

近日，移动、联通、电信三大运营商于对一年前推出的“不限量套餐”悄然更名，饱受争议的“不限量”叫法终被叫停。对运营商来说，不再用隐藏限制性条款误导消费者、不耍“小聪明”，切实履行“提速降费”的承诺，才是正道。

“不限量”里有“套路”

从2017年初中国联通推出所谓“不限流量”的冰淇淋套餐开始，几家运营商就纷纷效仿，试水提供相似服务，其宣传语是让用户以更低的单位资费使用移动网络的服务。然而，在实际使用中，用户却发现套餐并不如宣传中所言的“不限流量”，当流量使用超过了定量上限，4G网络就会降速，极端情况下用户甚至会被断网，直接影响到自己移动端的网络使用。

其实，“不限量”是假，“文字游戏”是真，实则都是运营商的宣传“套路”。

此前在“不限量套餐”的宣传内容中，涉及消费者使用过程中关键环节的“达量降速”提示被刻意弱化，很多用户并不知晓流量超过一定量后会被降速。甚至，在宣传内容中此类用户提醒也仅以小字号存在，对消费者的提示并不到位，这也是导致大量用户投诉的问题关键。

今年6月，工信部在其微信公众号专门发布消息，要求基础电信企业规范“不限量”套餐的宣传行为。消息中提到，“要进一步规范经营行为，营销宣传时要做到真实、准确、实行明码标价，对资费方案限制性条件以及有效期等需用户注意的事项，要履行提醒义务，不得片面夸大或混淆优惠幅度，确保用户明明白白消费。”

北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌指出，三大运营商此前“不限量套餐”的叫法，是对消费者知情权的侵犯，涉嫌虚假宣传；而运营商用大字号突出“不限量”、小字号提醒“达量降速”，同样侵犯消费者权益。运营商的做法相当于隐瞒事实，在合同中也并没有以显著方式提醒消费者注意相关限制性条款。

近日，三大运营商已经叫停“不限量套餐”的说法，重新亮相的则是“畅享套餐”等新的名称。 图片来源：资料图片

消费者需提防新陷阱

俗语常道，“买的没有卖的精”，指的就是再精明的消费者也很难赢过商家。但消费者不能无所作为，识别“套路”虽难，但消费者仍要尽力提防被“忽悠”，更为重要的是，在发现自己的合法权益受到损害时，要通过合法投诉渠道，保护自身利益。

为了争得更多用户，运营商在宣传中“招数频出”并不稀奇，但必须要遵守法律底线。“多种套餐的推出，原本应是为了把服务做到极致，充分满足老百姓的需求，尊重消费者的多样化选择”，邱宝昌说，“运营商获取利益无可厚非，但若只把利益最大化作为目的，罔顾消费者权益，则不免本末倒置。”

更名之后的“不限量套餐”，开始以诸如“畅想套餐”的名字示人。也有消费者担心，会不会换汤不换药，一个“套路”躲过去之后又迎来伪装好的新的“陷阱”？

邱宝昌认为，若想更好地维护消费者权益，在保护消费者投诉渠道的同时，可以考虑建立百姓举报奖励制度。用户在使用过程中若是发现运营商新的不规范经营行为，举报后可获得一定奖励，以此鼓励老百姓都参与到维护自身利益的行动中来。

承诺应兑现 监管须从严

在邱宝昌看来，运营商应认真履行自己关于“提速降费”的承诺，诚信经营，把提供更优质的服务作为衡量自身发展的重要尺度。

近年来，通过一项项网络提速降费的惠民举措，消费者真切地感受到了网速变快、资费降低带来的实惠。

据工信部公布的数据显示，3年来，通过“提速不提价”、“流量不清零”、取消语音通话的长途和漫游费等措施，中国宽带用户的单价下降了90%，移动通信用户的单价下降了83.5%，多数用户都实实在在地享受到了新技术带来的发展机遇，在这样的背景下，运营商的努力值得肯定。但是，更为重要的是，要想把这样的努力始终如一地坚持下去，就必须摒弃在推广营销中“玩套路”的惯性思维，真诚对待用户。

对监管部门来说，面对运营商“七十二变”的招数，应更加灵活地“有所防范”。扩大相关监管范围，让各种“变身”后的新招数无所遁形，从而倒逼运营商规范经营行为，尊重消费者。

取消“不限量套餐”的叫法，步子不大，却也能看作是运营商反思和自纠的良好尝试。成效究竟如何，今后是否能拿出更有诚意的表现，还要经过时间的检验，方知结果。

海客游

图为香港中环的涂鸦墙。

香港中环：充满艺术气息的金融城

海外网 戴尚昀

五光十色的维多利亚港、熙熙攘攘的的旺角……每个人心中都有一个不一样的香港。不管是购物天堂还是不夜城，都只是香港的一个侧影。

中环，香港的金融心脏，一个高楼林立、车水马龙的地方，一个被同伴戏称“这里的人只‘吃’LV（路易威登）、GUCCI（古驰）就饱”的地方，其实有着别样的魅力。

从中环站出来，往砵典乍街走，你就会看到有着百年历史的石板斜街。斜坡旁便是售卖杂货的小摊位，里面有着各种各样的小玩意。面具、中国结、发卡、点心相比那些奢华的商场，这里更充满人间烟火的气息。你能听到买家和卖家之间讨价还价的吆喝声，看到卖家推销商品时生动的表情。人间烟火味，最抚凡人心。

走过石板街，沿着荷里活道继续走，就能发现这里的许多墙已经被艺术家占领。他们在墙壁上挥洒着自己对艺术的理解。比较有名的涂鸦墙位于嘉咸街，这片涂鸦墙依斜坡而上，以蓝色为底，用绚烂的色彩勾勒出一栋栋住宅，刻画了老香港的景象，成为无数游人必去的拍照地点。其实，很多有个性的涂鸦都隐藏在小巷子中。我和同伴曾用了一个下午漫无目的的在小巷子中闲逛，看到许多颜色浓烈、内容怪诞的涂鸦。有些沿着墙面上剥落的痕迹而绘，令充满年代感的墙壁重新焕发生机；有些则出现在废弃的铁门上，不规则排列的黑色字母赋予其艺术价值。

香港的街头巷尾有着大大小小各种咖啡厅，里面的甜点大多小巧精致，咖啡口感浓郁。一份栗子蓉蛋糕、一份芒果挞、两杯咖啡，足以消解所有的疲惫。栗子蓉口感幼滑，栗子味十足，加上软绵绵的奶油和海绵蛋糕，给味觉以不同的层次感。芒果挞上的芒果酸甜，挞底酥脆，大小适中，可以一口吃一个。向窗外望去，你看到不止是鳞次栉比的高楼，还有提着菜篮的阿姨，吃着鱼蛋的学生，喝着奶茶的情侣，以及烟火缭绕的祠堂。

这便是香港，不止是繁华热闹的不夜城，亦是中西文化交汇的艺术之都，更充满生活气息。香港这颗东方之珠浪漫依旧，散发着迷人的魅力。

“机器人”站上制造业风口

海外网 郭笑迎

1997年，IBM研发的“深蓝”，击败俄罗斯国际象棋大师加里·卡斯帕罗夫，人工智能第一次引发全球关注。2015年，美国汉森机器人公司制造的人工智能机器人索菲娅诞生，两年后获得沙特阿拉伯政府授予的公民身份。目前，人工智能机器人正改变着人类世界。中国机器人在前沿科技和产业发展方面，问题何在？现状和前景如何？让我们一起进入2018年世界机器人大会找答案。

2018年9月21日，2018世界人工智能大会参观日，中国建设银行（建行）小龙人服务机器人正解答咨询。 图片来源：资料图片

解决需求痛点才有生命力

世界机器人大会被称为“机器人界的奥运会”。来到展区，如同走进一个酷炫的科幻大片现场：猎豹移动机械臂如同一位咖啡师，研磨、冲泡、打奶沫、拉花，动作娴熟，两分钟便可调制一杯喷香的拿铁；京东展示的无人机，已经在一些地区成功运载包裹，未来将向偏远地区配送快递，实现智能物流；格力明星机器人乐队首次在世界机器人大会演奏《让世界爱上中国造》。

医生、厨师、管家……机器人正胜任更多精细的工作，新的应用场景和模式不断拓展，特别是服务机器人更多走进人们的生活，服务领域和对象已经拓展到扫地机器人、金融服务机器人、养老陪伴机器人等在内的22个分类。

机器人应用场景不断丰富的同时，存在的问题也不容忽视。目前，多数机器人仍存在同质化、功能单一、动作迟缓、交互性不畅等问题，智能化程度尚属初级。比如，在世界机器人大会展区，尽管有各式各样的服务型机器人，价格低至几百，高则上万，有对话、拍照、提供逻辑编程等功能，但核心竞争力却令人担忧：几乎都是智能早教机、点读机和移动会说话的平板组合体。此外，很多服务机器人只能在单一场景中完成单一任务，与人们期待的拥有“十八般武艺”的“智慧管家”型机器人还有不小差距。真正能解决需求痛点的产品很少。

专家表示，机器人要解决需求痛点，满足刚需，才会有生命力，而不至于沦为“大玩具”。因此，如何让机器人更加智能化是考验企业的难题，也是制约其商用化的最大痛点和难点。

AI技术是重要发展引擎

机器人一定长得像人吗？不一定。2018年世界机器人大会的主讲人之一、iRobot公司技术副总裁克里斯·琼斯博士认为，机器人是在现实世界中，为了实现特定目标而感知环境，从而合理行动的物理设备，一个典型的机器人具备三种核心能力：感知、行动和思考。很多业内人士也认为，提升机器人智能化的前提就是增强设备对周边环境的感知力。

目前，机器人感知周围物理环境的方式是，在单机上搭载各式传感器设备及应用相关AI技术。百度风投CEO刘维认为，不久的未来，家庭内部可能会诞生一个通用的感知模组，通过多传感器对空间进行高阶结构化和语义化，再把信号传给机器人，降低成本，还能提升对环境的精准感知。

机器人等同于人工智能吗？也不是。本质上讲，机器人是“人工智能+电子制造+机械制造”，而人工智能模块是核心中的核心，也是目前学术和企业抢占的热点。整体看，目前中国与国际的差距并不明显，甚至在个别领域还具备领先优势。

“AI技术是服务机器人在下一阶段取得实质性发展的重要引擎，目前正从感知智能迈向认知智能，并在深度学习、抗干扰感知识别、听觉视觉语义理解与认知推理、情感识别与聊天等方面取得明显进步。”中国电子学会《2018中国机器人产业发展报告》指出。

天津市科学学研究所工程师赵绘存认为，机器人的发展必将经历一个“智能”的迭代过程，随着人工智能、大数据等技术与机器人的深度融合，机器人的“智商”将越来越高，真正实现由“机器”向“机器人”的重大转变。

服务机器人或迎来风口

人口老龄化趋势加快，医疗、教育需求持续旺盛，中国服务机器人市场潜力巨大。据世界机器人联合会预计，2018年全球服务型机器人的市场规模将达533亿美元，中国将成为最大的市场之一。包括互联网公司、科技公司等在内的业界各方早已开始布局。

这个市场会有多大？“光是它的硬件市场容量就相当于‘电脑市场+汽车市场’的总和。即使目前已有很多投资参与进来，和未来的产业规模相比，也只是一个开始。”中关村双创服务机器人产业联盟副理事长刘雪楠称。不少业内人士认为，2018年，服务机器人或将迎来风口。

为此，中国机器人产业发展的顶层设计《新一代人工智能发展规划》去年正式发布，中国智能机器人重点专项已启动。到2020年，中国智能家庭服务机器人将实现批量生产及应用，医疗康复、助老助残等机器人实现样机生产。

工信部信息化和软件服务业司司长谢少锋称，将智能家庭服务机器人作为人工智能应用的突破口，就是以市场需求倒逼产业加速发展。未来重点将深化人工智能技术在智能家居、健康管理、移动智能终端和车载产品等领域的应用，推动信息消费升级。

哈工大机器人集团副总裁张明文则认为，机器人在各行各业落地生花，需要更多人学会使用、维护和修理机器人。中国市场到2020年对机器人相关技术人才的需求量预计为750万，缺口为300万。与此同时，专门培训工人操作不同类型机器人的技能培训平台也将应运而生。

互联网大咖秀

吉姆·怀特赫斯特：公司就像家

海外网 李 萌

吉姆·怀特赫斯特是美国红帽公司（Red Hat）的总裁和首席执行官。吉姆于1967年出生于美国佐治亚州哥伦布市，他的大学时光在莱斯大学度过，还曾在德国埃尔朗根-纽伦堡大学求过学，并且拥有美国哈佛商学院的工商管理硕士学位。

吉姆曾在达美航空公司工作了6年，在那里他作为首席运营官，监督着航空公司运营的各个方面。

2007年，吉姆加入了红帽公司。红帽公司作为一家开源解决方案供应商，曾多次入选福布斯“全球最具创新力企业”名单，《财富》500强中更有超过90%的公司都使用红帽公司的企业开源解决方案。

放眼市场，顶级工程型人才非常稀缺，而具备开源软件开发技术的人才十分受欢迎。专注于该领域的各大企业，都面临着被人“挖墙脚”的风险。不过，红帽公司的软件工程师很少会离职。有数据显示，红帽公司的工程师数量最多的研发小组员工流失率也仅为1.5%，这比世界平均水平5%还要低许多。吉姆表示，公司为工程师们提供了很好的薪酬待遇。

公司的工作氛围也与众不同，员工们上班不需要打卡，办公桌也没有四四方方的高隔断，便于员工之间及时沟通。

在这样的开放式工作环境中，吉姆曾调侃自己当首席执行官时的日子不太好过，无论他说什么、做什么，员工们总是会提出很多困难和改进的建议，“大家无论何时都可以给我打电话，甚至当面叫我‘笨蛋’。”工作时，员工们可以大喊、可以辩论，吉姆说，“在公司就跟在家一样”。

吉姆在其著作《开放式组织：面向未来的组织管理新范式》一书中曾介绍了公司的管理模式，曾引发各界热议。“一个可以重新启动、重新设计、重新创造的组织，一个适合这个去中心化、权力下放的数字时代的组织。”正如吉姆书中描述的那样，红帽公司正以这样的管理文化创下惊人的业绩增长。如今，红帽的年收入已经超过20亿美元，市值超过140亿美元。