发现中国

全媒报道 精彩中国

中美专家哈佛热议：

中美关系何处去？

海外网 周 璇

“中国经济发展与中美关系”主题论坛日前在美国哈佛大学举行，中美智库专家同台共论“中国经济发展与中美关系”，深入研讨中美合作发展前景。与会专家一致认为，中美关系目前遇到了一些困难，两国应共同努力，确保双边关系健康稳定发展。这不仅有利于中美两国和两国人民，对确保国际秩序稳定也至关重要。

双赢而非零和

论坛由上海市政府新闻办联合复旦大学中国研究院主办。中美关系未来将走向何处？这一话题成为此次论坛讨论的焦点。“中国一直推崇双赢而非零和，希望美国也早日放弃零和博弈的思想，使中美两国尽早摆脱阴影，走上合作共赢的道路。当前，美国有一部分人企图把中美关系拉入冷战，这是十分错误的，既不符合美国的利益，也不符合中国的利益，更不符合全世界的利益。事实上，中美作为当前世界上最大的两个经济体，拥有非常好的机遇能够促进共同繁荣。可以说，两国的命运是密切相连的。”著有《中国触动》《中国震撼》《中国超越》“思考中国三部曲”的复旦大学中国研究院院长张维为一针见血地指出了当前中美矛盾的症结所在。

张维为表示，中国通过数十年的不懈奋斗获得了经济、社会的长足发展。在此基础上，中国在全世界范围内推动和平与发展，包括提出共商共建共享的“一带一路”倡议，主张建立新型大国关系，共同构建人类命运共同体等。中国的改革发展之路证明了中国一贯坚持和平发展、合作共赢的外交政策，而基于西方历史语境和思维逻辑产生的“修昔底德陷阱”显然并不适用于中国。

双赢而非零和——这个观点与哈佛大学肯尼迪学院教授欧威廉的看法不谋而合。他指出，中美双方应以历史的眼光重审两国关系，把合作带来的效益置于分歧之前。在当今这个高度全球化的、重视环保和创新的后工业经济时代，中国和美国的合作双赢关系对于全球经济而言尤为重要。

理解而非误解

库恩基金会主席罗伯特·库恩参与制作并主持的大型纪录片《中国面临的挑战》，曾获中国新闻奖、美国艾美奖等多项国内外纪录片大奖。作为长期关注上海发展建设的中国问题专家，库恩认为，中美两国和两国人民都需要进一步加强沟通和相互理解，以消除彼此间的隔阂与误解。他希望通过纪录片来剖析中国改革开放进程，展示一个真实的中国。

“如果有人对中国发展道路有疑问的话，就到上海去看一看，因为上海的成功发展可以说是整个中国发展的缩影和样本。借中国改革开放带来的契机，上海在短短几十年里成为在金融、贸易、物流、基础设施、教育、科技等领域世界领先的国际大都市。”库恩以上海为例，解读了中国改革开放所带来的非凡成就。“今年11月5日至10日将在上海举办的首届中国国际进口博览会，进一步向世界表明了中国要继续开放市场、与世界共享发展成果的决心。”库恩说。

张维为也认为，中美两国完全可以实现合作共赢，造福两国和全世界人民，前提是消除中美关系的认知误区。哈佛大学肯尼迪学院前院长约瑟夫·奈在演讲中表示，中美关系短期内遇到一些困难，但长远看合作是大趋势。他说，中美两国不应互为威胁，也要避免彼此误解，在未来需要探索如何保持良性竞争，同时维护国际秩序稳定。

前进而非倒退

对于中美双边关系目前所面临的困境，与会专家均赞成两国要以发展的眼光审视问题。

约瑟夫·奈是“软实力”概念的提出者。他认为，在很多情况下，软实力对中美两国都具有积极意义。如果中美两国希望减少对彼此的误读，就应充分发挥软实力的作用，提升自己对对方的吸引力，这是一种双赢的局面。事实上，这也符合中美两国各自的长期发展利益。未来，中美两国应在涉及气候变化、网络安全、流行病防治等重要议题上加强合作。约瑟夫·奈也表达了自己的担忧：“两国间现在经历的摩擦正在让我们失去欣赏和尊重彼此软实力的能力，进而损害我们未来长期合作的可能性。我认为，除非中美两国携手合作，否则我们不可能拥有一个让任何一方可以从中受益的国际秩序。”

欧威廉教授对此发表了自己的看法：中美两国已经合作完成了人类历史上的多项创举。如果意识到了这一点，双方就能拿出决心和力量来克服当前面临的困难。我无意弱化中美两国当前面临的困难和挑战，但我们确实应该站得高一些，或者说退后一步，审视一下两国通过合作曾经取得的成就，以及未来能够取得的成就，相信这将有助于两国更好地规划未来的发展路线。希望两国能够继往开来，将双边关系推向一个新的发展高度。”

云 中漫笔

有偿好评，让人情变了味

王法治

“祝您用餐愉快，麻烦点个好评。”似乎，人们已经习惯了外卖小哥递出餐盒那一刻坦诚的请求。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网发布的一项调查结果显示，85.3%的受访者遇到过服务者求好评的现象，60.5%的受访者遇到过有偿求好评的行为。

从本质上看，求好评的目的是通过提升产品或服务的美誉度，吸引更多的顾客，获取利润。当前，各类智能终端和网络平台快速发展，中国居民互联网消费行为的满意度有了更加直观的量化手段。无论是在线商家、外卖小哥还是专车司机，用户只需要划动手机屏幕，好评、差评、晚点、违约，所有记录一目了然。用户评价已然成为互联网商家竞争的一个重要领域。

一些朴实的外卖小哥在提供高质量服务的同时，给出一些温馨提示，提升自己的美誉度，无可厚非。但有些店铺为了获取更高的评分，用返现的方式获取消费者的好评，就让简单的人情关系变了味：一些商家不惜采用刷单这类触犯红线的手段，创造出店铺高评分的虚假繁荣；一些平台甚至专门教互联网商家如何增加好评、减少差评，一度成为互联网营销的“显学”。一旦求好评变成了有偿刷单，这就不再是一种基于人情关系的营销，而变成一种作弊行为。

互联网时代，数据是消费者决策的重要依据，刷单行为干预了真实数据的呈现，严重影响用户判断。刷单行为更大的风险在于其负面示范效应。一旦数据造假成风，越来越多的商家就会把刷单作为业务主体，不再聚焦于提升产品和改进服务，形成劣币驱逐良币的逆向淘汰。令人欣慰的是，面对有偿求好评的行为，大部分消费者是比较理性的。统计数据显示，面对服务者求好评，53.7%的受访者会实事求是，如实评价；只有16.3%的受访者不论服务如何直接给好评。

在互联网时代，真实地表达自己的诉求和感受，其意义远高于为了蝇头小利和一时情面的违心之举。大数据和云计算，将这点滴的真实行为结构化为可量化的参考数据，不但节约了所有人的时间成本，更有利于形成优胜劣汰的良性循环。

当然，单纯以好评率作为衡量产品与服务的标尺也会存在一些问题，就像不能单纯以播放量衡量一部影视作品的好坏一样。每个人的评价都可能带有主观印记，难以完整、全面、准确地作出判断。因此，需要构建更加完善的商家评价体系，既兼顾公平又注重可信度。

互联网大咖秀

汤尼·贝茨：

从辍学少年到硅谷精英

海外网 罗伊晴

当19岁的汤尼·贝茨从伦敦南岸大学机械工程系辍学时，他也许想不到27年后的自己会成为世界首屈一指互联网公司微软公司的副总裁。谈及自己的出身，贝茨毫不避讳地说到：“我出身草根”。他的妈妈是一名理发师，继父则是一名建筑工人。从大学辍学后，贝茨在伦敦大学网络中心工作。从家到工作地点，贝茨需要花费一个多小时。但是他相信时间的力量，他利用自己的通勤和零碎时间，通过阅读说明书，自学代码。正是这些时间、精力的付出，为贝茨敲开了互联网事业之门。

贝茨一直觉得自己是一个目标导向型的人。他认为，虽然人的目标各不相同，但他笃信有目标的人更容易成功。于是在42岁这年，贝茨写下了要在45岁之前成为一家公司总裁的目标。他列出了4家公司，Skype（讯佳普）是其中一家。一年后，贝茨成为了Skype的总裁。

贝茨非常看重企业的核心价值塑造。而在他看来，Skype的价值就是以消费者需求为导向，打造一个真正的全球通信服务公司。在这种理念的引导下，贝茨扩大了Skype的消费群、拓宽了公司的业务范围。贝茨初到之时，Skype的用户量并不大，而且只有6.5%的用户愿意使用Skype的付费服务。然而当Skype在2011年被微软收购时，其月均用户活跃量已达1.7亿，此时的贝茨是微软Skype部门的总负责人。依托微软丰富的渠道，2013年，Skype的用户已达3亿；同年，贝茨晋升为微软事业发展部执行副总裁。

但对于贝茨来说，微软不是终点。离开微软后，贝茨还曾担任过运动相机品牌GoPro的董事长。变化的是工作地点，不变的是贝茨痴迷技术的心。他坦言：“我热爱技术，因为我痴迷于技术背后的复杂与精密以及如何通过不同的形式去展示技术的魅力。”

莫让“假点击量”伤了好内容

本报记者 孙亚慧

近年来，视频网站蓬勃发展，平台上常会出现点击量几十亿甚至上百亿的“爆款”影视剧。然而，当视频点击量已成为评价影视剧成功与否的关键，点击量造假产业链也应运而生。若对“流量作弊”现象不加制止，对那些踏踏实实为观众制作优秀内容作品的影视从业者来说，是一种巨大的伤害。

“播放量造假”搅乱行业

近两年，影视剧口碑和点击量倒挂的情况并不新鲜，有些剧作观众评价较高，业内人士也予以肯定，但电视收视率和网站点击量却近乎惨淡；相反，有些剧集内容趣味不高又拖沓冗长，观众创造出“五毛特效”、“抠图剧”、“天雷滚滚”等网络热词，就是用来吐槽这样制作粗糙的剧集，但奇怪的是，差评连连却抵挡不住节节飘红的点击量。

造成这种现象的原因是，有些影视剧虽制作粗糙，但启用了一些当红的“流量明星”，吸引不少粉丝的关注，带来收视率和点击量；此外，内容不精良的漏洞会通过购买视频点击量来弥补，以此获得“漂亮”的观看数据。影视剧作圈似乎陷入了“你买我也买”、播放量“50亿”、“60亿”不断攀比的怪圈。

衡量一部影视作品的好坏，播放量的确是其中一个评价维度，但绝不是全部。很多观众抱怨现在的电视剧“难看”，剧情枯燥、逻辑不通。一些“流量明星”的业务能力也不被观众认可、演技备受诟病，只因“正当红”，常被投资方花重金请来，认为能吸引更多观众关注，最后却发现结果并不尽如人意。当深耕优质内容让位于“拼流量”、“拼点击量”的行业潜规则，“劣币驱逐良币”的现象就会出现，影视行业也会偏离健康的发展轨道。

制播双方“各取所需”

在视频网站“购买点击量”操作中，剧作方和视频网站都难说冤枉，双方都在参与和获利。而如今，一条完整的流量造假产业链早已形成，利益链条与电视剧购买收视率类似。

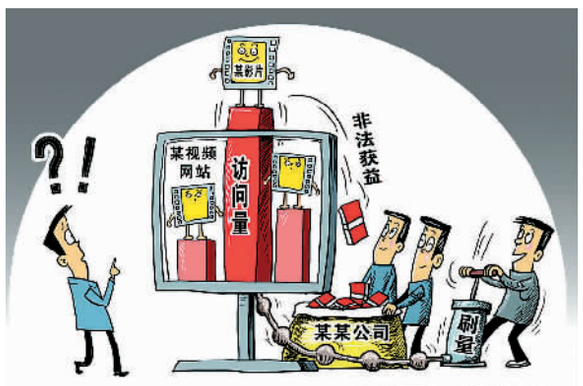
一位不愿署名的制片人告诉笔者，制片公司通过各种“渠道”“购买”剧作播放量的作法基本算业内常态，能让制片公司和视频网站在某种程度上“各取所需”。原因在于，随着影视剧播放量的攀升，其所属制片公司可以实现名利双收；同样，视频网站也会因为剧作播放量好、关注度高，赢得更多与其他制片公司合作的机会，同时吸引来更多的广告赞助商。也正是因为在“买播放量”中尝到了甜头，如果制片公司不主动购买播放量，有些视频平台也会自己进行数据造假。“比如同一部剧在三个视频网站同时播放，其中两家播放量都很亮眼，单单剩下一家的播放量很低，很可能就会造成制片公司对这家视频网站的运营水平产生质疑，进而影响以后的合作。”这位制片人说道。

业内人士指出，市场乱象对制片方和视频网站都有伤害。制片公司出钱买了数据，剧作却未必能获得想要的影响力；视频网站数据作假，也未必能获得用户。总之，影视剧产业还是该重典治乱、回归本源，内容和质量，才该是决定一切的关键。

建立“黑名单”制度

播放量造假所带来的利润让一些原本还在踌躇要不要进场的影视剧作公司，也最终决定参与进来。评价体系渐渐失灵的时候，剧作的质量谁来保护？怎样才能让整个产业链重回公平竞争的起点？

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，要想根除“购买播放量”这一顽疾，光靠行业自律很难保障，更重要的还是要加强立法，用惩罚性措施来规范行业经营行为。“视频网站、剧作方理应自律、诚信经营，但仅靠自律是不够的。不诚信行为屡屡出现，甚至影响了行业生态，就必须有法律来管。”朱巍说。



朱慧卿作 新华社发

而播放量造假的低违法成本，也让相关单位“屡试不爽”，似乎找到了一条通向“热剧”的“捷径”。朱巍同时指出，数据造假，不只是影响到影视剧的制作质量、影响观众对优质内容的观看意愿，也伤害到了广告主的利益。“应建立行业通用的‘黑名单’制度和曝光制度，让频繁造假的制片公司受到惩罚。”朱巍说。

近日，国内某知名视频网站正式宣布关闭前台视频播放量的显示，取而代之的是“内容热度”，这种综合了用户讨论度、互动量、多维度播放指标的评价体系，可视为在改变“唯流量”评价过程中积极的尝试，值得称赞。接下来，还应建立健全更为完善的多维度评价体系，让市场回到良性竞争的轨道上来，呼吁从业者回归优质内容的创作。只有“好内容”，才能真正赢得百姓口碑。要知道，观众的眼睛，从来都是雪亮的。