

网上中国

云中漫笔

抖音、快手、火山小视频等风靡世界

## 短视频助力互联网企业出海

海外网 孙晓婉 刘辛昌

去年Facebook曾在美国悄然推出自己的短视频应用Lasso，被认为意在对标抖音短视频海外版Tik Tok。不只Tik Tok，来自中国的其他短视频应用，如Kwai（快手海外版）、Vigo Video（火山小视频海外版），都在海外尤其是东南亚取得不俗的成绩。

短视频已成为中国互联网企业出海的又一新兴行业。据人民日报海外网舆情中心的监测数据，2019年前三季度，在全球关于视频应用的新闻报道中，提及中国短视频应用的报道占比53%，海外报道量同比增长63.5%。

## “短视频时代”来临

随着通信技术的不断革新，图像乃至影像逐渐在信息传播的媒介形式中占据着越来越大的比重。视频不仅成为专业媒体在融合新闻报道中的一种创新形式，也是社交媒体中用户展现自我、分享信息的重要方式。

美国民调机构皮尤研究中心今年8月发布的一份对全球11个国家的社交媒体用户调查报告显示，平均69%的手机用户会拍摄照片或视频，而47%的用户会将这些内容在社交媒体中发布。短视频体积小、制作简单、易于接受的特点，极大释放了用户创造内容的潜能，成为内容创业者争夺的下一个“风口”。可以说，在社会传播的“图像转向”下，互联网产业正迎来一股“视频转向”。

而中国互联网企业的短视频应用在国际互联网巨头短视频布局中，凭借其抢占的先发优势，在当下市场中备受瞩目。

## 用短视频“秒”懂世界

中国短视频平台积极拓展海外市场，并在亚洲和欧美采用不同的运营策略。在东南亚及东亚市场，由于当地市场中尚无专门的短视频应用，中国企业“出海”前本身存在市场空白，因此比较容易打开市场。又因为中国与日韩、



徐骏作（新华社发）

东南亚国家本身处于同一文化圈内，有着相近的文化观念及社会习俗，所以中国的本地化运营策略推广至这些地区也较易获得成功。如Tik Tok最初风靡东南亚国家时，就是搭载着“尬舞机”、AR贴纸等中国本土流行文化中的网络元素，受到当地民众广泛欢迎。

而中国短视频平台在欧美地区的

推广策略则不同。大至脸书、instagram等社交应用可发布短视频内容，小至Snapchat、Flipagram等又在短视频的细分领域内耕耘开拓，所以欧美竞争环境相比亚洲市场更为激烈。此时，抢夺用户流量入口就成为中国短视频平台市场扩张的重点。自2017年起，Tik Tok母公司字节跳动接连在北美收

购短视频应用Flipagram、Musically，通过其先前积累的用户资源导入流量，同时采用一系列技术创新玩法，与当地文化资源巧妙结合，这些都为Tik Tok在欧美市场的业务拓展打下基础。根据国际移动应用市场研究机构Sensor Tower日前的数据统计，Tik Tok下载量已突破10亿。

## 短视频不能“短”监管

从外媒对于中国短视频应用的新闻报道来看，相关负面信息多集中于平台内容质量的良莠不齐及其所引发的传播伦理隐忧。短视频应用作为一个内容分享平台，传播主体多元，用户生产内容（UGC）、专业生产内容（PGC）、职业生产内容（OGC）相互混杂，对平台内容的审核把关是世界范围内视频监管的共同难题。可以看出，中国短视频应用“出海”需要解决好内容监管、本地运营的难题后，才能更好地助推互联网产业走向世界。

对此，有专家认为，一要明确短视频平台的利益相关主体，针对平台运营者、内容生产者、内容生产消费者、广告商等建立不同的监管体系；二要联合相关行业协会，建立大数据监测平台，建立健全信息内容审核管理机制；三要按照“后台实名、前台自愿”原则推进用户实名认证；四要完善举报投诉机制，以弥补监管部门和平台在庞大的短视频数量面前的能力缺陷。

## 别让电商数据成为「皇帝的新衣」

王法治

353万次播放0人下单？近日，微博平台发布消息称，有用户通过某网红账号付费推广产品，发现该账号存在严重的“刷数据”行为，经微博调查属实，决定关停该账号。

对于行业内长期以来存在的造假问题，有网友调侃“早知数据有水分，但至少也是油里兑水，差点儿也是水里掺点油，谁曾想这次全是水，一滴油都没有。”无疑，这场颇具黑色幽默意味的闹剧，揭开了“网红+电商”这一新业态中数据造假的冰山一角。

本来，借助网红来带动电商销量的模式无可厚非，但一些“网红带货”背后潜藏着庞大的数据造假灰色产业。此前，曾有媒体揭露过，国内目前刷量平台至少有1000多家，其中头部的100家每月流水超过200万元，估算从业者累计达900多万。难以想象，这数以百万计的从业者是如何与平台方、网红等“合谋”，给数据穿上“皇帝的新衣”。

数据刷量、造假何以成为久治不愈的行业顽疾？今年10月17日，最高人民检察院召开的“食品药品安全‘四个最严’要求专项行动”新闻发布会上，国家市场监督管理总局执法稽查局局长杨红灿说了句实在话，“一些商家揣着赚一笔是一笔的思想，把价格定得虚高，却不太重视商品质量。”

这话不假。互联网时代，商家想要增加曝光率是正常的。但倘若把心思都花在“打扮”自己的数据上，不想着提升产品和服务，可就大错特错了。且不说假冒伪劣泛滥坑害消费者，监管部门不会袖手旁观，就算侥幸逃脱法网，上当受骗的消费者也不会

罢休。嘴上叫着“亲”，心里想的却是掏空消费者兜里的钱，这样的歪门邪道注定不能长久。透支了消费者的信心不说，也出卖了品牌商的利益。前段时间，第三方监测平台秒针系统《互联网广告异常流量报告》显示，2018年中国互联网异常流量的占比为30.2%，品牌广告因异常流量造成的损失超过260亿元。整天在心里打着小算盘，琢磨着“骗一笔是一笔”，时间长了，还有哪个世界知名的品牌商敢跟你做生意？

说白了，电商数据造假这事屡禁不止还是因为收益远大于成本。要想从根源上治理，光靠阶段性的整改还不够。相关部门应建立网上巡查机制、网上“带货”信用体系等，在全网形成常态化的各类数据造假行动，挤干“注水”爆款，进一步净化网络环境。

互联网大咖秀

纳塔拉简·钱德拉塞卡兰：  
擅长打造世界级团队

海外网 陈菲扬



Tata Consultancy Services（塔塔咨询服务公司，简称TCS）是全球领先的信息技术咨询、服务及业务流程外包公司，总部位于印度孟买。如今，TCS在34个国家都有业务，致力于为不同行业提供信息技术服务。纳塔拉简·钱德拉塞卡兰是TCS前首席执行官。2012年4月，纳塔拉简被提名为印度IT服务公司顶尖贸易机构NASSCOM的主席。

1986年9月，纳塔拉简申请了印度特里奇地区工程学院的计算机应用硕士学位。这个决定改变了他的人生。在硕士课程的最后一年，他加入TCS的一个项目，成为一名软件程序员，后来他正式进入使自己掌握IT业务诀窍的TCS公司。

2007年9月，纳塔拉简被选入TCS董事会，并被任命为公司的首席运营官，是当时公司最年轻的首席执行官之一。从最底层做起，并设法达到企业的顶峰，这是纳塔拉简职业生涯发展的一次飞跃。

在纳塔拉简的领导下，TCS在2015-2016年实现了165亿美元的综合收入，且拥有超过35.3万名的咨询顾问，成为印度最大的

私营企业。

此外，纳塔拉简还带领TCS向人工智能、物联网和区块链等新技术迈出重要一步，使TCS市值超过700亿美元，成为印度最有价值的公司，TCS还在2015年被评为“全球最具实力的IT服务品牌”，并被24个国家的顶级雇主协会评为“全球顶级雇主”。

纳塔拉简出色的领导能力受到了业界的广泛好评。在机构投资者（Institutional Investor）2015年度全亚洲高管团队排名中，他连续5年被评为“最佳首席执行官”。同时，他也是一位和蔼可亲、平易近人的领导者，这种亲切感让他与员工保持着紧密联系。他的导师拉玛多拉伊（S Ramadorai）曾说：“打造世界级团队和价值体系的能力是纳塔拉简最大的优势。”

此外，纳塔拉简还是一位摄影师、音乐爱好者和充满激情的长跑运动员。他曾在阿姆斯特丹、波士顿、芝加哥、柏林、孟买、纽约和东京参加过马拉松比赛，在2014年TCS纽约马拉松赛上，他以5小时52秒刷新了个人的最好成绩。

图片来自网络

新技术层出不穷 新产品引人瞩目

## 让世界看见又一座创新之都

海外网 刁世峰

9个已经建成和计划建立的国家大科学装置；4个国家实验室、13个国家科研机构；每万人口发明专利拥有量9.5件……近几年，依靠科技与产业创新，安徽合肥开始频频“露脸”。昔日江淮小城，转眼已经崛起为创新之都。

日前，世界制造业大会在合肥开幕，以“创新创业创造，迈向制造业新时代”为主题的大会也成为合肥向世界展示创新成果和发展成就的新窗口。在此期间，40余家国内媒体和海外华媒走进合肥，实地走访产业创新和城乡建设一线，用镜头和文字记录合肥的新变化，共同见证这座创新之都的崛起。

## 新兴产业刷足“存在感”

合肥是继北京、上海之后的全国第三个综合性国家科学中心。近年来，随着高端创新平台的壮大，合肥在智能语音、太阳能光伏、集成电路、新能源汽车等新兴产业刷足“存在感”，新技术层出不穷、新产品引人瞩目。

在光伏发电领域，合肥拥有全球最大的全氧燃烧光伏玻璃生产线。尤其是在彩虹光伏生产车间，可以体验到前沿科技在实际生产中的转化和应用。“彩虹光伏投入使用的全氧燃烧窑炉的结构设计、工艺控制技术均达到国际领先水平。”彩虹光伏副总经理方忠喜介绍，除了工艺技术的革新，智能化的生产设备也应用在合肥各大产业。在全球最大的晶硅电池生产企业通威太阳能，几百平方米的生产车间寥寥数人，智能机器人忙碌于各个环节。作为通威太阳能的智能制造样板工程，今年初投入使用的数字化生产车间以高效单晶电池无人智能制造为主，打通生产、工艺、设备等各个环节，让智能化生产引领产业创新。

## 产业创新领先一步

以“创新创业创造，迈向制造业新时代”为主题的2019世界制造业大会是合肥迈向国际创新之都的又一新起点。在会场，哈工大机器人（合肥）国际创新研究院展区人流涌动，记者也亲身体验了帮助病患进行康复训练的医疗机器人。“哈工大”系统这块金字招牌为何看中合肥？研究院市场总监钱程坦言：“在合肥，技术、人才与产业已经形成集聚效应，为科技成果转化提供了极

大的便利。”

合肥是中国大科学装置最为集中的城市之一，高度集聚的大科学装置集群正在加快形成。在信息、能源、健康、环境等重点领域，一批重大创新平台正在布局搭建，一批关键核心技术正在集中突破。

与此同时，合肥也致力于打造基础科研平台、协同创新平台、产业发展平台，集聚优势资源，优化创新环境。2016年2月，工信部正式批复“中国声谷”为首个国家智能语音产业集聚区。科大讯飞、华米科技等300多家人工智能企业集聚“中国声谷”，在智能语音技术及产业优势的基础上，进一步向人工智能技术及产业延伸。

短短十几年时间，合肥靠着技术创新、产业升级的这股劲头实现完美“逆袭”。今日合肥，创新指标持续增长，各类人才加速汇聚，原创成果竞相涌现，产业创新效果显著，创新氛围日益浓厚，正逐渐成长为具有国际影响力的创新之都。

## 与非遗文化“零距离”接触

创新之都的“新”不仅仅是在科技与产业上，合肥的旅游业也蓬勃快速发展，吸引着来自四面八方的游客。

近年来，作为合肥历史文化的一张名片，合肥的三河古镇面貌一新。在古镇西街做酱菜生意的王女士告诉记者：“十年前到三河时，景区商贩都把摊儿摆到街上去，游客根本走不开。”如今的三河古镇，商铺食肆井然有序、文明和谐，越来越多的游客认可三河、爱上三河。几位安庆市的退休阿姨组团来到三河，她们觉得与其他古镇景区相比，三河古镇更干净、也更有秩序。

在“网红”城市街区罍街，传统与现代、文化



安徽省合肥市天鹅湖。

合肥市委宣传部供图

与商业有了全新的融合方式。罍是商周时期用以盛酒的青铜器，以安徽境内出土更多。而在合肥本地更有“炸罍子”的说法：亲朋好友相聚，酒至酣畅推杯换盏，相互碰撞一下，然后一饮而尽，取义“有朋自远方来，小杯换大罍”，表现出一种深厚的友情和豪放的酒风。罍街近年来成为合肥民众吃喝玩乐的新去处。

在罍街，处处皆是传统风情，又处处透着城市生活的繁华热闹。或在罍街茶馆品茶听曲，感受几分古典典雅；或去早餐一条街大快朵颐，连装扮行头、桌椅板凳也都是派古色古香。活字印刷、蜡染、制陶……在罍街与这些非遗文化零距离接触，给繁忙的都市生活注入了几分雅意。