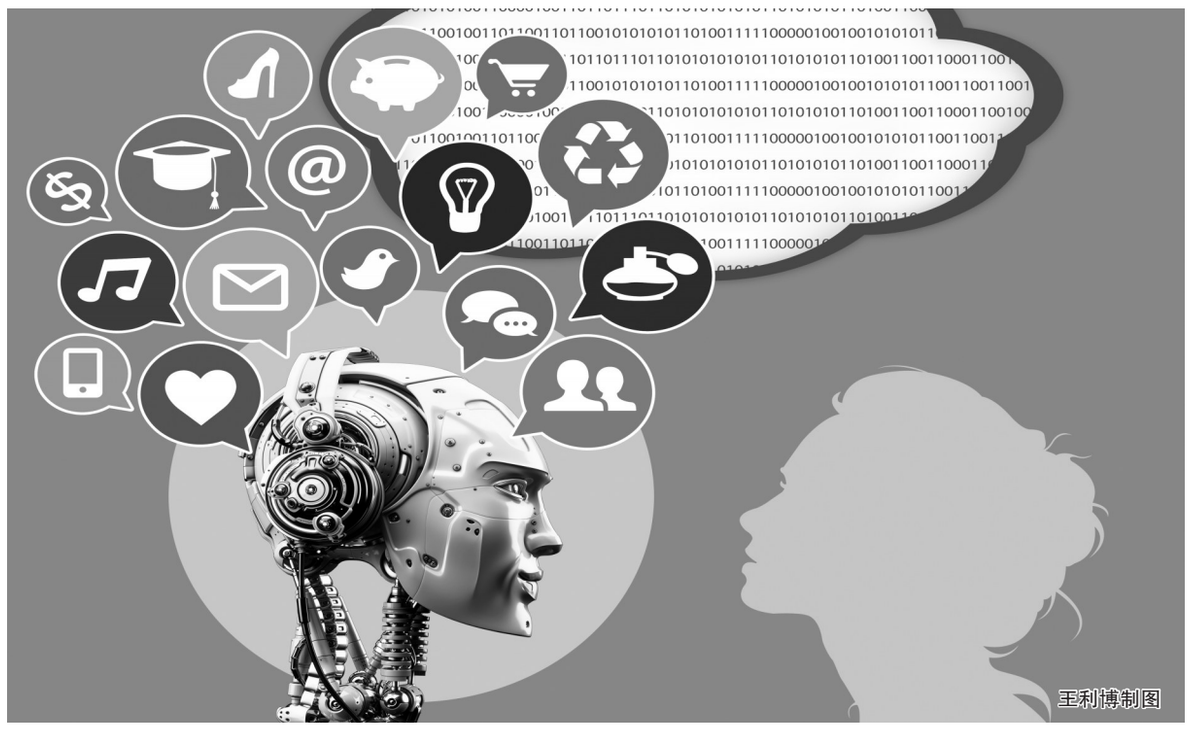
“大数据”帮助人工智能充满情怀

本报记者 刘季辰

包括人工智能在内的科技产品,越来越受到国家层面的关注。4月27日,中国科技大学先进技术研究院的机器人“小曼”向习近平总书记问好:“我们早就期盼您的到来了,我也很高兴能加入到实现中华民族伟大复兴的进程中来。”包括机器人在内的人工智能产品越来越受到创新创意企业的追捧,在这其中,大数据功不可没。


王利博制图

波动发展

企业真正了解人工智能技术吗?与搜索引擎不同的是,人工智能产品往往需要理解人的需求,并给出一个准确的答案,但这就是全部了吗?

“语音识别产品,很多人都在用,但它能作为人工智能的一个技术吗?不能!他只是人工智能实现的一个系统。因此,人工智能其实是人类的一种诉求。”清华大学智能技术与系统国家重点实验室主任朱晓燕向《中国企业报》记者坦言,包括《西游记》在内的神话传说故事中,孙大圣的一根汗毛,可以实现的功能,有无数种想象。再比如机械玩具,通过精准的计算,把齿轮等零件组合起来,在朱晓燕看来,这种产品是人工智能最初的产品,没有计算机,同样也有人工智能。像这种人类制造的、可演绎的,可以说是人工智能的一种表现。

现如今,一提到人工智能,人们往往联想到的是机器人,或是语音助手,大家希望人工智能产品和人类长得一样、说的一样。就像当今机器人已荣登世界围棋第一高手的宝座一样,人类科学在不同阶段,人工智能技术表现出的是智能发展的趋势,但机器的“智能”存在着很大的不确定性,因此它成为了人工智能产品厂商的“风向标”。

从会翻跟头的机器狗,到会翻译语言的机器人,在上世纪五六十年代,人类就已经很满足了,但是人们真的不用学外语了吗?有的人试着用成语来测试机器人,在那个年代,结果可想而知,公众便感叹“还是不行”,一片风光的人工智能马上陷入低谷,相关企业不得不转行,研发其他产品。

这样的历史反复,让人工智能的发展屡遭冷落。对此,朱晓燕笑称,2000年至2005年间,企业间流行着这样一句话:申请立项,你写什么都行,就别写人工智能。那时的企业认为,人工智能就是扔钱的,看不到丝毫回报。现在看来,人工智能实际上借助人类科学的力量,借助周边的力量,寻求长线发展,不是一蹴而就的。

“人工智能+”待挖

在互联网、大数据的背景下,一些企业管自己的模式叫“人工智能+”。包括苹果、三星等企业在大数据、人工智能发展成果的带动下,确实能够产生经济效应。但是还有很多企业面对底层不可计量的数据,依然搞不清方向,我们需要思考的是怎样从“大”数据中获得我们想要的“大数据”。

“大数据与人工智能产品不同的是,它并非是科学家研发的,而是人类社会进步所积累的。”朱晓燕介绍,有研究表明,就算是处理之后的数据,其中有用的信息只有30%,在这当中,能够成知识的,也只有1%。

由此可见,人工智能是站在巨人肩膀上成长起来的,要想实现“人工智能+”,首先要对现有的数据进行清洗、分析,把数据丢在那儿不管,而大谈“人工智能+”恐怕很难成就企业愿景,至少会浪费很多资源。

智慧生产、智能装配领域的机器人已被我们熟知,几十年的历史成就了超性能无人厂房等成熟的工业技术。在朱晓燕看来:“机器人正在穿马甲,现如今很多装配机器人的厂商都在向服务机器人转型,毕竟不同时代,机器人也在‘进化’。”

比如“服务型机器人”,就把“感知智能”发挥得淋漓尽致,我们常见的扫地机器人,它能够在爬坡中控制速度和力度,能在撞墙后改变方向。所谓“认知智能”就是将我们看到的、听到的、摸到的……统统让机器学会,使人工智能机器人能听懂你的话,回答你的疑问,理解你的需求,知道你想要什么。对此,朱晓燕认为:这个过程就是服务,和人进行交互实际上是认知的一部分。

嵌入人类经验

从某种程度上讲,服务型人工智能产品进行的是一种“以人为本”的信息服务。

在朱晓燕看来,人类的打电话、搜索等信息活动是一种针对信息的生物需求。跟搜索引擎有相通之处,人类在从事信息活动时,如果将人工智能融入搜索引擎,搜索效率会得到明显提高。Google正是借助全世界语义和知识,如今70%以上的问题是直接呈现答案的。

“这就意味着,根据用户特征定制信息服务,就是以人为本,是互联网大数据时代,人工智能发展的方向之一。”朱晓燕介绍,我们通常用“大数据”来反映“小数据”,在某种意义上,我们必须在大数据之上关注小数据。虽然人工智能的数据基于某一大学科,但是他毕竟是一个系统,因此需要隐藏、嵌入很多人类“不经意”的经验。人工智能要做的事,就是把这些“不经意”与“硬货”关联起来。

据统计,在五六年前人工智能起步时涉及19个领域的科学家,包括数学、心理学、控制论……只有在一起研究,才有资格讨论生物智能。由此可见,在分享经济、云计算不断深入的今天,人工智能厂商只有通过联盟、云平台等各种形式,才能获得相应的资源,打造适合自身市场定位的人工智能产品。

我们需要人工智能做什么?

对人类而言,这一问题既易于回答,又匪夷所思。“问答机器人”的出现,使人类和人工智能在诉求上更进一步。基于大数据时代的“人工智能+”,毫无疑问能促进企业取得巨大的进步,开拓更广阔的市场空间。但是,如果只是抓住“问答机器人”,而不开发大数据“金矿”,那么针对相关厂商开展的市场布局和本已存在的技术壁垒,仍然是一堵连机器人也翻不过去的墙。

八家第三方支付被叫停 互联网金融寻求“再平衡”

本报记者 李丽萍

按照央行等部委4月14日印发的《非银行支付机构风险专项整治工作实施方案》,第三方支付将被纳入互联网金融整治的监管范围。这次根据文件要求,汇付天下、易宝支付、随行付、富友、卡友、海科融通、盛付通、捷付瑞通等8家第三方支付工具,在全国范围内被叫停。再加上广东嘉联和中国银联旗下的银联商务两家被要求自查,这次涉事的第三方支付工具共有10家。

在央行叫停第三方支付的背后,是银联、银行和第三方支付工具的博弈。

漏洞被利用

近几年,随着互联网金融的蓬勃发展,作为低成本的第三方支付模式在金融市场翻江倒海,这种第三方支付工具的业务规模开始了井喷式的增长。

第三方支付以其简化的交易操作流程、较低的商家和银行的资金使用成本以及详尽的交易记录体系越来越被用户所青睐。以银联商务、支付宝等第三方支付工具为例,它们在互联网金融的发展浪潮中各显神通。其中,尤以支付宝和微信发展势头最为迅猛,所占市场份额最大。

业内人士分析称,在电子商务环境愈加优越、移动支付信息点的愈加普及、金融创新的活跃等大环境下,未来几年内第三方支付的市场会进一步扩大,甚至颠覆整个传统的金融支付行业。

第三方支付是在银行监管下保障交易双方利益的独立机构,是买卖双方在交易过程中的资金“中间平台”。

以常用的支付宝为例,通常的交易模式是:买方购买商品后,将货款交给第三方支付平台,由第三方通知卖方,买方收货并满意后,由第三方将货款交付卖方;若买方不满意,在确认商家收到退货后,将货款退还给买方。

由此可见,第三方显然是充当着一种信誉证人和保管者的角色,通过约束买卖双方的经营行为,从而建立起诚信的经营环境。

“尽管第三方支付取得了较好较快的发展,但是仍然面临着一些重要的问题。”业内人士告诉《中国企业报》记者,由于法律制度不完善,国家信用体制不健全,使得第三方支付安全得不到很好的保证;再就是,第三方平台主要通过直接与银行签订战略合作协议,而银行对于第三方支付平台上的资金是否“专款专用”,没有明确的监督权力和义务。这导致第三方平台上的资金安全存在隐患,相关资金业务存在监管真空等情况。

正是由于为“第三方支付”提供了一个现金交易的平台,就会为不法分子利用第三方支付工具进行洗钱助长了可能性。

记者了解到,在2014年年初,浙江、福建省等部分信用卡持卡人利用预授权承兑的特性,与商户勾结,合谋套取发卡银行额外信用额度。因此,央行叫停了部分线下第三方支付平台。

三方“厮杀”继续

尽管第三方支付平台存在着不少漏洞与问题,但是其方便、快捷以及较低的手续费等等独特优势,吸引着越来越多的使用者,其交易规模也呈现出井喷式发展。随着业务的快速增长,银联、银行与第三方支付,为了最大程度从中获益,相互厮杀也日渐激烈。

《中国企业报》记者从速途研究院了解到,从2013年一季度到2015年三季度,第三方支付的交易规模呈几何倍增长,2015年的第三季度已达到9万亿,同比2013年一季度增长三倍。

迅猛增长的第三方支付,毫无疑问,其基本业务量是对银联基础业务的吸纳和取代。

银联为了应对由第三方支付平台带来的冲击,曾多次切断、规范银行与第三方支付的直连情况,力图保护自己的“行业蛋糕”,从2012年以来,银联多次发出类似的通知与管理条例,但收效甚微。

业内人士分析称,从2013年三季度到2015年三季度,线下收单虽然仍然占有最大市场,但逐年递减的趋势已经非常明显。显然,线下收单的传统支付方式,正在逐步被网络支付所取代。

互联网支付从2013年的30.9%逐步上升至33.6%,增幅较小。而移动支付成为最大亮点,从7.2%暴涨至18.8%。速途研究员分析团队认为,随着移动互联网的普及与电商环境的成熟,移动支付这种方式将会得到越来越多的用户认同,与银联的普通支付方式相比,其独有的便捷性将会迅速占领支付市场。并且随着市场监管制度的落实与完善,移动支付市场也会进一步扩大。

互联网金融再平衡

随着第三方支付市场与银行的紧密相连,银联地位受到越来越大的挑战已是不争的事实。以支付宝为例,支付宝已经与180多家银行以及VISA和MasterCard等国际组织进行业务直连,它占据着中国第三方支付平台的半壁江山。

除了支付宝,还有财付通等大体量的第三方支付公司,无论是交易规模,还是创新型支付模式,都给支付市场带来一次重要的革新。

据不完全统计,大约有30万家线下商铺支持支付宝付款,这个数量还在持续的快速增长中,随着支付宝与线下商铺的深入合作,一场金融支付市场的重大革新正在席卷而来。

另一方面,作为第三方支付的纽带——银行,也凸显出了对第三方支付平台的依赖。主要体现在对客户备付金的需求,大型的第三方支付平台,凭借手里几百亿的支付沉淀资金,大大加深了与银行间的紧密联系。

而对于银联来说,作为银联最重要的收入来源之一,其线下银行卡的支付转接费,因为受到了支付模式的转变,至此发生了巨大的下滑趋势。

尽管银联在行业内仍然拥有着庞大的基础,比如9亿的持卡人资源、1200万户的银行卡受理商户、累计50亿张银行卡的发行、1600万台POS受理终端,以及已经养成银行卡刷卡支付的消费习惯。但是,如果对来自移动互联网金融的侵蚀视而不见,不注重对自身传统思维的改变,银联走出困境几乎很难想象。

专家由此预言:如何找到银联、银行与第三方支付平台的平衡点,将成为国家下一轮互联网金融改革中的重点与趋势。

记者手记

大数据成为未来产业竞争的“黑金”

刘季辰

在农业社会,我们都知道土地最为宝贵;在工业社会,石油是大家想要拥抱的财富之源;在信息社会,大数据一定是这个时代竞争的核心资源之一。对此,中国电子信息产业发展研究院院长卢山曾问《中国企业报》记者一个有趣的问题:大数据是一种什么颜色?在我们无法理解专家这个提问的真实用意时,他自己做了回答:大数据涂的颜色是黑色!卢山进而解释:因为在大数据里面,孕育着无限的力量,孕育着无限的机会,而“黑色”,正是代表着未知的可能。

从产业角度看,大数据可以分为两类,一类是技术变成产业,另一类是各企业、各机构,甚至个人。

北京大学教授、工信部原副部长杨学山对数据主导下的产业效应曾有表述。他提到,所有当年形成的数据库管理系统,现在几乎都变成了数据库公司,当大家真正由此形成大数据处理芯片或计算架构,那么新产业的形成就为时不远了。

回看自我,不论是个人还是团体,无不可以变成大数据的拥有者。20年前的时候,包括中央部门在内的很多机构,数据库是以G为代表的,地方则是以百兆为单位的,到了今天,我们个人都可以拥有T级的数据。

有了庞大资源在身的政府、企业、个人,如何使数据管理应用成本更低效率更高?这就需要产业的支撑。而大数据对人类社会进步真正的含义是,大数据成为我们提升能力、提升竞争力、提升生活质量的来源。

大数据产业的发展,无疑要付出巨大的人力成本。

关于大数据从资源到产业的嬗变,需要做点滴积累。有人将大数据与水龙头做比较,如今一个水龙头的跑冒滴漏或许大家见怪不怪,但是今天如果对数据的跑冒滴漏视而不见,那就犹如洪水,一旦漫过头顶,只能是满眼漆黑。

因此,“黑色”这一深度价值的开发,需要我们知道数据存放的地点,我们要将它们聚集起来,这就如同石油开采,需要精密的数据挖掘工具。但是我们也要认识到,我们当前还处在数据经济、信息经济下的商业模式,这种模式决定未来数据应用价值有相应的不确定性。如何用大数据来解决未来商业的不确定性,解决产业发展的不确定性,实际上,已经成为各大数据拥有主体未来在产业竞争中的制高点。

这个“制高点”,正随着一些核心基础设施的挑战,慢慢得以显现,这也就意味着,大数据应用层正在快速构建。

在企业内部,已经出现了各种工具来帮助跨多个核心职能的企业用户。比方说,销售和营销的大数据应用通过处理大规模的内外部数据来帮助找出哪位客户可能会购买、续约或者流失,且速度越来越实时化。客服应用帮助个性化服务。人力应用帮助找出如何吸引和挽留最好的员工等。

在这里,专家经常强调两个趋势。

首先,这些应用很多都是“大数据原生”的,本身都是依托在最新的大数据技术基础上开发的,代表了一种客户无须部署底层大数据技术即可利用大数据的有趣方式——因为那些底层技术已经是打包的,至少对于特定功能来说是这样的。

其次,数据本身在应用层也有很强大的存在。比方说,在猫捉老鼠的安全领域中,大数据被广泛用来对付黑客,实时识别和对抗网络攻击。

所以,从很多方面来看,我们仍然处在大数据现象的早期发展阶段。然而,随着大数据继续走向成熟,这个术语本身可能会消失,或者变得太过时以至于没有人会再使用这个词。

这就是成功赋能技术令人讽刺的命运归宿——由于技术的广泛传播,然后到达无所不在的地步,最后被人熟视无睹,甚至于被“拉黑”。

资讯

东软发布大数据高级分析应用平台

东软集团近日发布RealSight(睿见)大数据高级分析应用平台,直指企业级大数据应用,推动大数据技术与行业深度融合,助企业实现智能化运营,让大数据成为企业创新转型的重要支撑。

睿见围绕客户智能、物联网智能与运营智能领域,将大数据高级分析技术业务数据与领域知识深度融合,形成系列应用产品组合,通过更精准的客户洞察和运营优化,帮助客户吸引、保留用户去识别异常行为,以此降低运营成本。目前,已在金融、航空、传媒、新能源等领域中得到应用和认可。

任我在线创意花田二维码营销

在北京市房山区天开村天开花海的20亩土地上,黄绿相间的油菜花交织成一个令人震撼的巨大二维码图案。据悉,任我在线联合青牛农业,策划了4月28日万元抽奖活动。扫描花田种出的二维码,关注任我在线官方微信参与活动,即有机会获得万元开店大奖。

据介绍,任我在线社区店数量计划增至600家。仅需1万元保证金,就能拥有任我在线实体果蔬店经营权,成为任我在线合伙人,即可获得由任我在线提供的店面,且无需担心店面打理,由任我在线负责每日货品供应,并在每晚回收未卖完的果蔬。