

大数据产业三大难题 导致安全漏洞难补

■ 本报记者 李丽萍

“大数据隐私的保护难度较其他安全问题更为突出,不仅需要从技术、产业与管理维度来进行多方保障,还需要从人才、法规等方面给予支持。”中国工程院院士、中国互联网协会理事长邬贺铨日前在一个论坛上提出,在大数据给人们带来便捷生活的同时,如何保护用户隐私,日益成为大数据发展的重大挑战。

“大数据时代”隐私何在

许多人都有过这样的烦恼,工作或者生活中,冷不丁的常接到陌生电话,追问自己大到买房卖房,小到餐桌地毯购置的“近期计划”。这种烦恼的源头,可能仅因为你在一次毫不在意的产品咨询会上留下了自己的联系方式。

这种所谓的行业“连锁服务”,与其说是跟踪服务,不如说是莫名困扰。究其原因,其实是大数据行业的数据滥用。

“现在就大数据来说,人的任何行为尤其是我们作为用户和消费者,任何的消费习惯、消费数据,包括交易信息,都可能存在网络上,而这个网络又不是绝对安全的。”中国电子商务研究中心研究员董毅智律师在接受《中国企业报》记者采访时说,美国的社交网站,包括中国一些社交网站都爆出过大面积的用户信息泄露事件,给每个用户造成了很大的威胁。这就意味着,在“数据滥用”的背后,一方面是对用户隐私的不尊重,一方面暴露了国家法规监管的空白。因为用户需要的服务,是精准定位而不是“精准骚扰”。董毅智由此认为,大数据的爆发式发展,凸显出了信息安全的重要性和迫切性。

据介绍,我国的相关法律,对于互联网规范化运营作出相应规定。不过,业内外人士一直追问的是,如何让这些互联网企业自觉遵守法律,如果出现问题,对违规、违法者如何进行及时、有力的约束和惩治。对此,董毅智认为,“只有解决了法治问题,才能解决数据滥用问题。”

数据产业的难点

解决大数据时代的信息安全,显然时不我待。对此,赛迪顾问电子信



息产业研究中心分析师向阳博士在接受记者采访时表示,目前,国内大数据市场的运营与管理,有亟待解决的三个难点。

第一,缺乏国家层面的统一开放数据库。北京、上海、无锡等地,已经出现政府数据开放平台,但地方采用开放格式的比例均偏低,同时,开放程度在各地的统计口径上不尽一致,这也导致数据价值偏低。此外,在数据使用权利上,无法确保数据永久免费开放,数据提供的基本元,数据发布时间不明确等一系列问题,导致数据不能及时、有效地交流反馈,也成为大数据发展的巨大障碍。

再就是企业开放的数据,均存在变现途径少、利益归属不明晰的问题。企业在部署大数据时,越来越看重来自外部的数据源。但是很多企业受困于数据本身,大量的数据,其时间跨度久远、内容形式多样、体量庞大繁复,这就意味着,它很难将其真正地转化成对企业或社会有价值的“数据资产”。在数据交易过程中,价值归属的不明确和定价机制的不成熟,也是企业在交易市场徘徊不前的原因之一。

难点之三就是,大数据的4V特征,使得监管更加困难。非结构化数据的大量涌入,数据之间的关联性更加复杂,数据4V特征中的量大、多样性、实时性等特性,无一不对安全监管提出了严峻挑战。

面对新兴事物的快速发展,政府和企业能否在监管政策和技术升级上及时跟进,将直接决定数据安全的保障力度。

各方联手共治共防

大数据产业在发展中出现的“肠梗阻”,当然引起了政府重视。在不久前召开的“第十三届中国信息港论坛”上,工信部网络安全管理局局长赵志国表示:我国正在积极推进《电信法》立法进程。若进程顺利,有望于2016年出台“网络安全法”。

对公众历经约10余年漫长期待的《电信法》,有关方面表示,其对大数据的法治将有所体现,至于新法接下来如何规范和完善大数据安全问题,主要从面临的四个问题出发:第一是黑客攻击,第二是病毒渗透等传统网络问题向大数据领域渗透,第三是数据滥用,数据窃取、核心技术缺乏自主可控和数据权属等问题。

向阳在接受《中国企业报》记者采访时表示,建立完善的政策法规是数据开放的重要保障,在数据开放的初期,由于政府各个环节对未来风险的不可知性,应该建立健全政府数据资源共享的政策措施、标准体系和规章制度,强化政府数据资源开放共享的组织协调、统筹规划和监督管理,减少数据泄密的可能。

“大数据信息安全不仅仅依靠国家的立法保护。”董毅智告诉记者,除了法律法规的保障,还需要发挥企业在整合组织数据、融合互联网数据上的安全脱敏技术和经验优势,利用一流的技术能力构建安全之门,共同建设大数据平台,保障大数据流通的可靠性。

为了让大数据产业做到安全运营,企业的作用越来越重要。对此,董毅智认为,由于互联网的迅猛发展,法律法规的出台显得有一定的滞后性,法律规定跟现实的监管是有很大差异性的,很难及时满足互联网发展的需要。他建议专家团队,可以从两点向数据产业提供帮助:一是通过法律方面的专家,向国家或行业提供一些立法建议,让法律规范完善起来。二是提倡培养公民的自我保护意识、保护手段以及保护措施。由此可见,对信息安全的重视,实际上是公民自我保护意识的加强和国家法制的完善。

注重信息安全,并不意味着拒绝大数据给人们的生活和工作带来便利,隐私安全需要得到重视但不应该过度夸大,单个的人士是无法独立于数据世界之外的。对此,向阳表示:在个人可承受的意愿范围内,你对外界提供的数据越多,获得优质化定制服务的可能性也就越高,同时也有利于减少“重复广告”的骚扰。

23年不算长 华为联想命不同 有图有真相 有问有解释

问:从开始看,华为和联想的差距有多大?

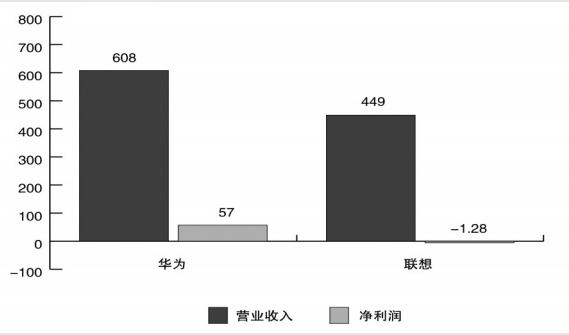
答:联想成立于1984年,1992年销售额达到17.67亿元,1993年销售额就超过30亿元。1987年,年满43岁的任正非和5个同伴集资2.1万元成立华为公司,利用两台万用表加一台示波器,在深圳的一个“烂棚棚”里创业。到1992年销售额才超过1个亿,甚至于因为销售突破1个亿,任正非在年终大会上,哽咽着说出“我们终于活下来了”。到1992年,联想和华为足足是17倍的差距。

问:23年后,联想和华为的差距是多大?

答:可以说是“冰火两重天”。在2014年,两者销售规模已站在了同一位置,华为业绩2889亿元,联想是2895亿元,但是前者的净利润是45亿美元(约为279亿元人民币),后者净利润8.29亿美元(约为51.4亿元人民币),华为的净利润是联想集团的5.42倍,即使加上由联想分拆出的神州数码2014年的净利润7.01亿港元,华为净利润仍是两者总和的4.8倍左右。

最近,联想集团刚刚发布了2015年全年财报,显示,联想收入为449亿美元(约合人民币2945.4亿元),同比下降3%;净亏损为1.28亿美元(约合人民币8.4亿元),而2014年的净利润为8.29亿美元。稍早时,华为也公布了2015年财报,财报显示,华为销售收入3950亿元(约608亿美元),同比增长37%。净利润同比增长33%,达369亿元(约合57亿美元)。

由此可见,在23年时间里,两家公司发生了业绩、实力的惊天大逆转。



问:华为和联想都是我国高科技企业的杰出代表,为什么20年后,两者发生如此大的逆转呢?

答:造成今天的结果,可以说是多种因素叠加的结果,对此各路评说家、观察家都有论述,这里只通过数据,先看看2015年两家企业在主营业务上的实力比拼。

2015财年,联想PC机的销量同比下跌6%至5600万部,市场则同比下跌12%。而全球智能手机销量同比下跌了13%,售出6600万部。同时,联想在全球智能手机市场份额同比下跌了1.1%,至4.6%。

华为智能手机2015年全年发货量1.08亿台,同比增长44%,每一秒钟,华为就发货3台手机。这意味着华为成为中国第一家年发货量过亿的智能机厂商。

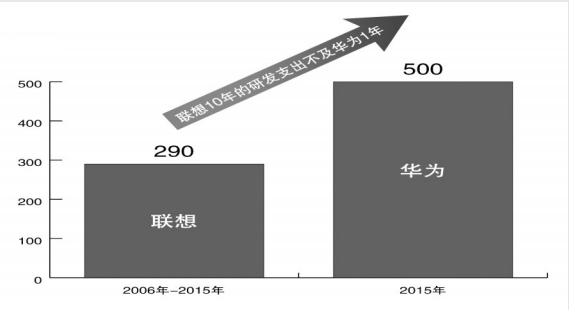
通过数据对比能看出,在智能手机方面,2014年联想和华为实力相当,但是2015年华为销售是联想的1.64倍。可以看出,联想在全球智能手机的市场份额不断下降,而华为却在直线上升。

问:一年之间就产生如此大的差别,偶然因素还是必然趋势?

答:既然大家都认为这两家企业都是科技型、制造类的企业,那么技术进步毫无疑问是此类企业腾飞的关键!我们再来看看,2015年两家企业的技术投入情况。

持续创新和技术积累为华为的良好业绩奠定了基础,华为目前已经在包括中国、德国、瑞典、俄罗斯、印度等全球多个国家建立了16个研发中心。2014年研发投入占全年营收比高达14.2%。截至2015年6月30日,华为公司申请专利总量多达76687件,其中与终端相关的专利多达18000件。华为的竞争力中,技术驱动还是大于运营驱动,华为是目前国内技术派企业的代表,华为在技术上投入的比重一直超越国内同行科技企业,2014年华为收入2800亿、研发投入405亿,研发支出占比14.46%,2015年华为收入3900亿,研发投入500亿,研发支出占比12.8%。

据联想2006—2015财年财报显示,联想在这十年的研发支出中,仅2015财年的研发收入占比达到2.6%,其余年份均低于1.9%。过去十年,联想累计投入的研发成本约289.85亿元人民币,尚不及华为2015年一年的研发支出。



都说“科学技术是第一生产力”,今天的华为和联想,以各自的成绩单对此作了印证!

(王利博制图,本报记者江金骥整理、点评)

本版主编:吴楠

记者观察



每家企业都可成为大数据公司

■ 李丽萍

美国麦肯锡公司近期开出了一张书单,列出利用大数据进行自我发展的一些潜力行业,其中就有电信、金融、保险、信息、交通、医疗等,都可以利用大数据技术,从中获得很大的发展空间。

大数据将是软件产业一个非常重要的发展方向。

我们知道,现在从IT时代走向DT时代,也就是数据技术的时代。将来每一家公司都有可能成为一家大数据公司,大数据将成为一种核心的竞争力。刚刚在贵阳召开的数博会显示,大数据将成为中国“十三五”期间重点规划的产业,这将是坚定不移的战略。

在2016年第二十届中国国际软件博览会专题论坛上,华盛顿大学陈一昕教授表示:一些行业通过与大数据有机结合,比如在电信行业,电信运营商的中国移动、中国电信、中国联通,包括一些其他的公司,比如亚信、东方国信等等,作为电信运营商,都能做好大数据的变现业务。

目前而言,电信行业其实面临着非常大的挑战,随着国家提出降费的

要求,运营商的流量被管道化,公众因此就会利用微信等工具,进而导致运营商可能面临着新的发展困境,竞争也由此更加激烈。

在电信运营商看来,他们的数据其实是一块非常重要的资产,也就是说,公众可以看到电信运营商拥有稳定的数据源,每个人手机上时刻产生大量数据,包括用户的套餐、和谁通话、基站位置、地理位置、有没有欠费等数据,以及数据的变现问题。陈一昕说:“电信运营商拥有着一座巨大的数据金矿,但是,如何把这些金矿当中的矿石打造成金戒指,这是运营商面临的巨大挑战。”

医疗行业和大数据结合,会有非常大的潜力。关于这一业务,第一次驱动力是医保核算,以医院的需求为指导。第二次是互联网+医疗,通过新医改,医疗信息化,特点是以政府需求为主导,以共享为核心的区域医疗信息化。目前,第三次浪潮的驱动力应该说是移动医疗、大数据分析,其特点是健康管理,不光是在医院内部,同时也在医院外部。

我们可以看到随着医疗行业的重大变化,它的数据量是越来越大了,其

从原来简单的结构化数据,到现在的医疗大数据,其中包含了大量的非结构化的数据,比如说像图像、文档。中国一个中等城市50年积累的数据达到10个PB,如何处理和分析挖掘这些数据价值,相信这里有巨大的市场。

教育行业,也是我国信息化战略的重要组成部分。陈一昕表示,目前在线学习市场,也是非常大的市场,在线教育市场以年均18%的速度在增长,2017年预计在线学习人数达到1.2亿人,基础教育有一年的数据量也是非常庞大的,我们可以看到一年的数据量达到ZB级别,利用教育的数据、互联网的技术,以及云计算等等,这些技术促使在线教育繁荣。陈一昕觉得,未来教育还是线上线下相结合的模式。

微博联手IMS打造Vstar

近日,由微博与IMS新媒体商业集团联手打造的“Vstar”开启视频网红·自媒体IP时代战略合作发布会在京举行。该计划是为网红经济公司量身定做的扶植和投资计划,将通过大数据洞察、渠道和流量资源,帮助视频网红把握风口及未来趋势,推动视听自媒体产业全新发展。在现场,现场微博CEO王高飞、微博副总裁曹增辉、IMS新媒体商业集团CEO李檬携手马睿、丁一晨DYC、6岛岛、蓝子龙NIO、马克Malik、留几手、阿福Thomas等知名网红,共同见证“Vstar”战略合作计划的开启。