超级高铁给风投带来的启示

赵志疆

今日论语

日前，埃隆·马斯克(Elon Musk)参与设计的超级高铁(Hyperloop)在美国内华达州，毗邻赌城拉斯维加斯的一片无人沙漠里首次公测成功。超级高铁速度将达到每小时1200公里，大约一小时就可以从北京跑到上海。2013年，马斯克首次提出计划，他想通过超级高铁将洛杉矶和旧金山之间的车程缩短到35分钟。如今，按照预定计划，5年之后将是世人见证奇迹的时刻。

埃隆·马斯克素有“科技狂人”之称，被硅谷寄望为“下一个乔布斯”。刚刚过去的几个星期，马斯克一次又一次引起全世界的关注：5月11日，“超级高铁”在美国公开测试；此前的5月6日，“猎鹰9号”火箭再次实现海上回收；更早一些时间，特斯拉订单卖出了140亿美元……在马斯克的创业经历中，他一次又一次在世人的惊叹中将项目打包出售。其中，风投公司无疑是马斯克实现梦想的幕后推手——初创公司Hyperloop Technologies(超级铁路科技公司，HTI)目前已经融资10亿美元。“Hyperloop要么一鸣惊人，要么一无是处。”HTI的技术设计副总裁乔什·吉格尔(Josh Giegel)如是说。其实，无论成功与否，都注定会是一次载入人类文明史册的重大实践，由此也让人看到了资本的力量。

实际上，早在2013年3月，西南交通大学首席教授、超导与新能源研发中心主任赵勇就带领团队，研制出了最初的高温超导磁悬浮(HTS)测试环线，后来再加入真空管道，成为世界上首个真空管道运输(ETT)系统。令人遗憾的是，马斯克的超级高铁正在逐步成为现实，而赵勇教授的超级高铁则尘封为一段鲜为人知的往事。那我们的风投公司都在做什么？有人说，媒体上常有一些脑满肠肥的“风投人士”，像创业导师一样教人如何“包装”、把假冒伪劣产品包装推销出去，短视、急功近利，缺少远大理想、终极关怀；还有人预言风投或将成为中国下一个“泡沫”。

在经济和科技联姻发展的浪潮中，国内风险投资的局限性显而易见：一方面，在股票期货、P2P信贷、房地产等热门项目中，投资者往往蜂拥而至；另一方面，那些看似“异想天开”的科研项目，却往往乏人问津。其实，仅就风投项目而言，资金过剩与资金短缺长期并存，问题的关键在于，投资者如何提高自身境界，炼就慧眼。

置身于“大众创业，万众创新”的社会大环境中，无数人的创业激情与创造热情正在被点燃。与此同时，大量的投资人正在持币观望自己心目中的理想投资项目。以此来观照超级高铁不乏启示意义——在划时代的伟大创新中，推动梦想实现的不只是天才的发明家，还有智慧的投资人。

新民随笔

给孩子戴个头盔

邵宁

昨天有一则新闻让人唏嘘不已。前天下午在浦东羽山路上，一个保姆骑电动车接8岁女孩回家，当电动车行驶在机动车道上时，被一辆公交车带倒，女孩被卷入车轮下当场身亡。网上有个帖子还特别注明女孩是浦东某名校的学生。其实，每一个花朵般的幼小生命都同样珍贵，他们的匆匆离去都是最大的悲剧。

最近，上海正在开展道路交通大整治，非机动车违法骑行也是整治的一个重点。网上还有一个视频，有个父亲骑电动车送儿子上学，在机动车道上骑行，险象环生，被交警拦下后，他还不服处罚，撞伤交警，后来因妨害公务被刑拘。对此，网友纷纷评论：警察罚你，是为你好。

是的，电动车的危害不可小视。来自市交警部门的一个数据显示，去年1至10月，上海共发生道路交通事故809起，造成619人死亡，涉及电动车的道路交通事故死亡人数占死亡总人数的14.43%，电动自行车违法载人等情况仍较为突出。

电动自行车其实是个“怪物”。说它是非机动车，已经名不副实，时速动辄三四十公里，最快的时速甚至可以达到60公里，它在非机动车道以及人行道上穿行，对自行车和行人也是一种威胁。可是，它又不是机动车，行驶在机动车道上，常常给自己带来危险。

必须给电动自行车定规矩。专家学者、人大代表、政协委员已呼吁多年，但关于电动自行车管理的国家或地方性法规却迟迟未出台。电动车还是只能依照非机动车进行管理。因此，无数家长就天天用电动车载着孩子在车流中穿行；快递小哥在电动车上装载着堆成小山的货物，横冲直撞。

关于电动车带孩子，我又想起一个老外的话：“你们中国人，可以说是世界上最‘爱’孩子的父母，你们给孩子吃最好的，穿最好的，送去最好的学校，可是有一点却让人不理解：为什么总是让儿童坐在自行车或者电动车的后座上，连头盔也不带？”的确，在很多欧美国家，严禁自行车载人，骑车人自己也必须戴头盔。

是的，在法律还未明确禁止的当下，家长也应该增强自我保护意识，尽量不要用自行车或电动车载孩子，实在要载，给孩子戴个头盔吧。

新民新语

搜索世界

易蓉

日本气象厅气象研究所研究员荒木健太郎先生一直对云很感兴趣。哪些云会带来暴雨、暴雪或龙卷风，它们的结构和物理学特征等都是他的研究内容。有一天，荒木先生在搜索引擎里输入“卷云”进行搜索的时候，浏览器跳出来的结果却令他大吃一惊——全屏幕铺天盖地都是一个动漫人物，其中竟然只有一张真正的“蓝天白云”的卷云照片。荒木先生很好奇，于是发帖询问，才发现这位“人气”很高的“卷云”来自一个在日本非常红火的游戏《舰队收藏》。呈现类似的“压倒性”搜索结果的气象关键词还有霞、云滴等等。

荒木先生“被科普”了这些二次元游戏人物之后，突发奇想，推出了“舰队气象学”。他借用这些动漫红人科普了与之有关的一些气象名词，效果还不错。

所以，究竟这些搜索引擎是怎么工作的？我做了一些功课发现，尽管不同的搜索引擎可能呈现略微不同的结果，但大部分搜索引擎对于关键词搜索结果的呈现有类似的逻辑——关联度+重要性。关联度很好理解，就是抓取含有关键词的内容，排除不含有的。而一个重要的结果(网页)必须是流量高，及指引它的网页/网站重要度也高。有人用学术界的“高被引”来比喻搜索引擎的这一重要性逻辑——所谓“牛人”科学家就是因为他/她的学术成果被引用次数高，且引用的学者或论文也有很高的声誉。对搜索引擎来说，关联度和重要性几乎等于精确性。就这样，海量的信息在这样逻辑的程序语言中过滤、排序，不管是不是你想要的，都变成你的结果。

搜索框跳转的“世界”，是经过“议程设置”的，即使这些程序语言带来的是“一视同仁”的结果，我们也没有自信认为那些代码的逻辑是完美的。搜索引擎已经成为互联网流量大户，多少人已经习惯将它设置为浏览器的起始页，并且越来越依赖通过搜索了解世界。荒木先生是个有趣的学者，可是真不希望我们的孩子真的以为云不是云。

我说的都还不是竞价排名。

留存，当以“柔软”的方式

日报观点

红色电话亭、红色双层巴士、红色邮筒……这些设施早就成为英国的重要标识物。然而，不同于还在使用的巴士和邮筒，拥有近百年历史的电话亭已基本失去原有功能，“沦为”仅供外国游客钟爱的拍照背景。

不过，红色电话亭近来遇到“重生”的机会。纽约一家初创公司尝试对一些电话亭进行改造，配上桌椅、电源、打印机、咖啡机、无线网络后，改造出一座座红色“迷你办公室”，唯一不变的是那具有纪念意义的外观。

实际上，这已经不是英国电话亭第一次“变身”了。自2009年以来，英国电信以1英镑的价格允许公众认领废弃的电话亭，超过1500个电话亭被民众改造成花店、图书馆和小型艺术馆；2014年，伦敦的两名大学生提出电话亭可以被改造成太阳能手机充电站，方案还在创业大赛上胜出并获得创业基金付诸实践。

当前，在城市面貌改变缓慢的发达国家，很多老旧基础设施都渐渐开始在新技术的帮助下大规模参与身份重建，而基础设施带来的革命也将为经济发展提供强大原动力。比如，通过引入云计算平台，日本高速公路智能交通系统红绿灯切换等方面功能得以提升，使交通拥堵路段减少了20%。德国柏林的学校建筑，通过低能耗技术改造，保护外观的同时延长建筑使用寿命，降低运营成本。

城市的可持续发展离不开科技的支撑，科技也当以“柔软”的方式留存城市记忆，让它们免除被拆除和淘汰的厄运。(白阳 刊今日人民日报 本报有删节)

毛笔的功能

谢春彦

供给侧改革与“利他之心”

自由谭

薛世君

最近在电视上看到香港科技大学商学院教授赵越的一个讲座，果然像传说中的那样，“利他”两个字出现的频率很高，据说“大道无我，大道利他”是他的核心思想，难怪有人称他是“利他教授”。在这个电视节目中，赵越教授讨论的话题是制造业转型和“互联网+”，他说在以前的“工厂思想”下，大家关注的是自己的工厂、技术和生产线，而忽略了市场和客户，在如今的大数据时代，要治疗这种“营销近视症”，就要用“互联网+”思想，从工厂思维转到市场思维，从关注自己的产品到关注客户的需求，从关注自己的利益到关注客户的利益，从原来的“利己”到“利他”。

这与当下进行的供给侧结构性改革不谋而合。就像赵越说的，商业的本质就是创造让客户认可的价值，关键是以客户为中心，全心全意地利他，钻到客户的心里去，想他需要什么。根据客户的需要“见碟下菜”，不就是供给侧改革的题中之义吗？

众所周知，供给侧改革面临的五大任务之一就是“去产能”，那么“产能过剩”是怎么产生的？无非就是自顾自地生产，没有踏准市场的节拍，没有瞄准客户的需求。换句话说，就是“利他之心”不足，生产的产品客户需要不了那么多，甚至压根就不需要。怎么办？传统的做法就是“刺激”需求。营销界津津乐道的“把梳子卖给和尚”的案例就能说明问题，生产的梳子太多，产能严重过剩，以至于推销员把压根就不需要梳子的和尚都当成了“潜在客户”。要避免这种尴尬，就要以一种“利他”的心态，多去琢磨客户真正需要什么样的产品和服务，然后“投其所好”。

笔者有次去宇通客车的工厂参观，跟一位技术员聊天，听说了一段过往：宇通开拓古巴市场的时候，发现古巴这个国家气候湿热，而且当地司机有个习惯——用海水洗车，车很容易生锈，于是他们就抽调大批优秀技术人员到古巴考察，进行针对性的技术改进。后来他们采用了电泳涂装技术后，就再也不担心古巴司机用海水洗车了。所以今天古巴大街上跑的大巴，有很多是宇通客车。这个市场案例就传递了一个信息——以客户为中心，为客户着想就是为自己的利益着想。

强调“供给侧改革”，并不是要忽视“需求”，而是要针对客户各种个性化、细分化的需求，千方百计地提供各种针对性的产品和服务，开发你无法拒绝的“供给”。强调“利他”，也不是要杜绝“利己”，为客户着想，最终的结果就是赢得市场、赢得利润，说到底，最后还是能够“利己”。

在2014年的世界互联网大会上，马云说过这样一句话——“利他主义”才能获利，没有什么比让客户舒服更重要。今天我们进行供给侧改革，就应该多点“利他之心”。