



跨国聚焦

■ 本报记者 栾鹤 徐森

13年来,全球有5亿人在雅虎发出了自己的第一封电子邮件。但对于中国用户来说,收发最后一封雅虎邮箱的邮件也为时不远了。

近日,中国雅虎向用户发出停止邮箱服务的通知:中国雅虎邮箱将于8月19日停止服务,此后用户的所有邮件和相关账户设置都将被删除,且无法恢复。

邮箱遭遇“强拆”

关闭通知一出,顿时引起轩然大波,“雅虎邮箱”在当日微博综合热搜榜的排行一下冲到第三位,微博评论、转发超过10.5万条。

雅虎邮箱是许多中国用户在互联网还未全面普及阶段时使用的第一个邮箱。如今,雅虎邮箱“挥一挥衣袖不带走一片云彩”,留给中国用户的不仅仅是失去邮箱账号的问题,还有错愕、愤怒、不舍……各种情愫杂陈。

网友@金鱼表示:“十几年了,所有网站注册账号密码全用的雅虎邮箱,支付宝、微博、京东,各个论坛,各个团购网……这日子没法过了!”

网友@SHero说:“用了近10年的雅虎邮箱,我所有的客户联系、网站账户资料用的都是雅虎邮箱,现在突然说要停止服务,怎么办啊?我疯了!”

而对于企业用户来说,雅虎邮箱将关闭对他们的影响更大。“雅虎邮箱不是号称‘全球第一品牌邮箱’吗,怎么说关就关了?”北京一家外贸企业的市场部负责人对记者表示,该公司一直使用雅虎邮箱作为业务往来的主邮箱。在历次展会中,公司发出的宣传材料和名片中使用的也都是雅虎邮箱账号,业务会因此事受到一定程度的影响。

阿里弃雅虎邮箱 喊老用户搬家



还有律师对媒体表示,在律师办案过程中,相当一部分证据是电子邮件。也许现在不起眼的邮件,以后拿到法庭上就成了关键证据。一旦邮件被删除,即使下载了,也不是原件了,无法满足法律对电子邮件在证据形式方面的要求。

最让中国雅虎邮箱用户感到被愚弄的是,2007年,中国雅虎邮箱推出“终生邮箱”服务时还称:“雅虎不是把终生邮箱当一个产品来经营的,我们要打造的是用户可以从一而终、共同度过的人生伙伴。”短短几年,承诺就变成了谎言。

互联网数据统计机构Hitwise数据显示,中国雅虎邮箱停止服务将影响中国2%的邮箱用户。艾媒咨询分析师汪洪栋对记者表示:“明明知道会引起用户不满,但雅虎仍做出这样的决定,其背后的原因一方面在于邮箱产品本身的账户体系存在较大的被动粘性,对于这种产品的处理存在一定难度,另一方面,中国雅虎放弃邮箱可能在于对阿里云的推广。”

背后存利益纠葛

雅虎1999年进入中国,用户多是中国最早的网民,陪伴雅虎多年后,接连失去相册和邮箱,成为“最忠诚的被抛弃者”。

据了解,2005年,美国雅虎以10亿美元和中国雅虎的全部资产置换阿里巴巴40%的股份。中国雅虎自此被阿里巴巴纳入麾下。而经过8年时间,雅虎邮箱在阿里巴巴的经营下不仅没有前进,还在不停地亏损和流失客户。

事实上,在由阿里巴巴集团接管后,中国雅虎就一直难逃被边缘化的命运。

2012年,阿里巴巴和雅虎曾共同宣布了一项全面的股份回购计划,此前已有风声,阿里巴巴可能会提前放弃中国雅虎,归还给美国雅虎。

如今,在阿里巴巴旗下的中国雅虎早已成为鸡肋。过去,阿里巴巴在支付宝、网络广告开发等技

术上还依赖于雅虎的平台资源,但现在这种依赖几乎消失,前者完全有能力进行自主开发。

知情人士称,目前,中国雅虎的运营人员不足100人,业务被砍掉不少,只剩“空壳一具”。马云当初那句“中国雅虎将独立上市”的豪言壮语早已经成为过眼云烟。

近些年,雅虎正在逐渐丧失忠实的邮箱用户:截至去年10月份,雅虎邮箱在全球的忠实用户人数减少了7%,Gmail在全球的忠实用户人数增加了20%;截至去年11月份,雅虎邮箱在美国的忠实用户人数比去年下降了16%,Gmail在美国的忠实用户人数增加了25%。

去年年底,韩国雅虎因用户活跃度太差而关闭了在韩国运营了15年的邮箱服务。

IT业内人士郑先生对记者表示:“雅虎自身的没落肯定是主要原因,但马云接手后,对中国雅虎的漠视也是显而易见的。中国雅虎早就不能算是一个门户网站了,首页到处是淘宝广告,邮箱也安放了动态广告。马云的全部心思都在电商上,只从中国雅虎里掏资源支持电商业务,从未往里面注入资源。这样两个价值观迥然不同的企业结合,怎么会幸福?”

阿里云靠谱吗?

不过,失去雅虎邮箱的用户也并非无家可归。雅虎邮箱的官方提示称,用户可以选择在8月19日之前注册并绑定一个新的阿里云邮箱,可直接自动保存原历史邮件,并可保持代收发原雅虎邮箱的邮件。

而在汪洪栋看来,阿里云接受雅虎邮箱,或许更多的是借“势”,而非其用户。他对记者表示:“对用户来讲,雅虎关闭邮箱服务后可以有其他更优秀、更成熟的邮箱可以选择。而阿里云却因此事件而走向公众视野,被更多的人了解、认识,这给阿里云带来的价值可能会远远高于转移过来的用户本身。”

作为雅虎邮箱的拥趸,接下来关心的一个问题

是,中国雅虎提供的“新窝”——阿里云靠谱吗?

阿里云成立于2009年,是阿里巴巴集团在其10周年庆典上宣布成立的子公司。尽管它有一个代表最新科技的“云”字,但阿里巴巴集团是一家典型的电子商务公司,很难想象这个子公司在集团整个版图中能有多大作为。

就在雅虎邮箱宣布停止服务的时候,一些竞争对手也“大挖墙脚”,通过提供迁移服务来争夺这百万的雅虎邮箱用户。这一事件激发了中国雅虎邮箱用户的“搬迁”热。

国内邮箱服务商之一的网易邮箱,近日便在忙着“招揽”用户。网易邮箱在“帮助中心”首页的最新消息栏中,添加了“一键迁移我的雅虎邮箱”的内容,可谓吸引了不少用户的关注。据悉,网易邮箱披露数据称从雅虎邮箱“搬入”的用户一天内激增200倍。

新浪邮箱也表示,新浪邮箱的“代收邮件”功能,可以帮助原雅虎邮箱用户将以后的新邮件代收至新浪邮箱。

对于那些最初因为“国际品牌”而选择的用户,一定感叹“洋服务”不靠谱。MSN刚宣布退出,中国雅虎邮箱又宣布要关闭,历史的每一次重演,用户都成为牺牲品,只能眼睁睁地看着企业基于商业的驱动恣意妄为。

谷歌因收集个人信息在德被罚

近日,谷歌因利用其街道摄像车收集个人信息而被德国处以罚款19万美元,汉堡数据处理局表示,因为这些信息并非故意收集的,谷歌只被处以最大罚款金额的一半。

诺基亚第一季度中国销量下滑63%

近日,诺基亚发布了今年第一季度的财报,虽然诺基亚第一季度的亏损情况较去年同期大为收窄,但因各手机品牌都格外重视中国市场,诺基亚当季销量下滑达到了63%。诺基亚一季度实现营收58.5亿欧元,同比下降了20.4%;净亏损为2.72亿欧元,同比收窄了70.7%。

中广核海外最大投资项目开工

中国广东核电集团所属纳米比亚湖山铀矿项目近日开工。据悉,这是中纳两国间规模最大的合作项目,投产后将使纳米比亚出口增长20%,GDP增长5%。纳米比亚湖山铀矿项目是目前中国在非洲最大的矿业投资项目,铀矿资源储量位列世界第三。

肯德基否认养殖基地有人感染H7N9

针对网传“肯德基养殖基地已经发现有人感染H7N9”的消息,肯德基方面发表声明称上述消息为虚假信息。声明表示,肯德基看到该消息后第一时间即联系其25家鸡肉供应商,经确认并没有发现疫情,没有人感染H7N9,也没有任何供应商的养殖场出现该情况。

(本报综合报道)



方式。这是商业的伦理。但身在中国,尤其是大灾难降临时,尊重中国人民的情感和传统也是重中之重。在这二者之间,拿捏不准,外企就成了“铁公鸡”;功利心过重,就成了作秀的慈善竞赛。义与利,永远像是一对拉扯的双生子。千万元的捐款,无论是灾难前的义举,还是成为商场上的PK,等一切尘埃落定后自会明晰。在灾难面前,我们更应对慈善举动怀揣包容的心。

祈福,雅安!

社会责任

“铁公鸡”的逆袭

■ 霍玉茜

4月20日四川雅安发生了7.0级地震,给当地人民造成重大生命和财产损失。震灾发生后,在华外资企业纷纷捐款捐助援助四川震区,截止4月22日上午11时,共有27家跨国公司参与捐助,捐赠资金达1.3亿元和100万美元。

此次国人对跨国公司的反应速度、捐款金额和物资等方面都较为满意。因为相对于2008年汶川大地震时的表现,这些大企业已有很大进步。

5年前的汶川大地震,让全国震惊。在中国,国人一直信奉“一方有难,八方支援”,且身体力行。在那场灾难中,中国企业在关键时刻出钱出力,给国人留下了诸如“陈光标”、“一次性捐助1亿元”等正能量榜样,他们捐款速度之快、数额之巨更是在慈善事业上写下了令人尊敬的一笔。然而,家大业大的外企,却被冠上了“铁公鸡”的称号。

汶川地震一周后,一个“国际铁公鸡排行榜”以转帖、短信等方式广为流传,抨击外企的小气,将对外企的攻击推上顶峰。尽管该榜所贴出的捐款数据并不十分准确,但愤怒集结,外企顿时陷入千夫所指的境地。

2008年5月27日下午两点,商务部研究院二楼可容纳百人的会议室里座无虚席。诺基亚、宝洁、雀巢、西门子、IBM、现代汽车、百胜、阿斯利康等知名跨国企业的公共事务总监、公关总监甚至副总裁同时出现在会场。

在主管官员一个简短的开场白之后,一些外企代表开始激动地上台发言,他们愤怒地向商务部的领导诉说自己企业的苦衷和委屈,所有发言都对广泛流传的“国际铁公鸡排行榜”表示严重不满,再次要求商务部为他们“正名”。

这件事以商务部部长出面表态作为结束,但是

国人对“能力越大,责任越大”的外企并不买账,因为许多“铁公鸡”的第一笔捐款数额都未超过500万元,在网民看来,捐足1000万元才算对得起灾区人民。

我们且不论民众这种劫富济贫暴力慈善的想法是否得当,但在彼时,外企掏钱也“伤心”值得思考。凭心而论,跨国企业的社会责任工作相对于中国企业,起步早、体系也更加完善成熟。许多外企都会定期或不定期地给中国的边远地区捐款、捐物。只是,在大灾难面前,在本土企业践行“兼济天下”使命的气氛下,没摸透中国人心思的外企还在恪守西方的商业伦理。

“国际铁公鸡排行榜”造成的舆论压力令很多外企反思在中国的公益模式。毕竟“临门一脚”所带来的效应巨大。这在一定程度上也逼迫外企加大捐赠额度以及重塑在华的公众形象。

比如,苹果就是个例子。

在“3·15”晚会曝光后,苹果就一直被冠以“傲慢”,被推至舆论的风口浪尖上。直至后来道歉、修改保修政策,都不能挽回其形象。不过,苹果对于雅安地震反应迅速,宣布为地震灾区捐款5000万元,为部分灾区学校提供全新苹果设备,还把主页面更改为公益内容“让希望在心与心间传递”。这次出手,苹果不仅表现出了对地震灾民的深切关心,对于该公司,更重要的是重树其关心中国消费者的形象。

但是,除了苹果,三星捐款6000万元也值得关注。因为作为苹果的老对手,三星“非多出那1000万元的捐款”也成了大家热议的话题。因其两家的竞争关系,这一场本以慈善为出发点的行为更像是一场慈善竞赛。

事实上,外企一直把社会捐赠看成企业的社会投资,企业不是福利院,大笔捐助也要有实际的结果,社会投资被外企看成企业可持续发展的最有效

跨国视点

苹果公司败诉3起侵权案

■ 本报记者 张莉

在“世界知识产权日”来临之际,北京市第二中级人民法院就原告磨铁数盟公司、麦家、于卓诉苹果公司侵犯信息网络传播权纠纷的3起案件做出一审判决。苹果公司被判赔偿三原告共计74.7万元。

据记者了解,此次宣判的案件是苹果应用程序商店销售侵犯著作权应用的系列案件,在立案之初就引发了业界和知识产权界的高度关注。

三原告起诉称,其享有《明朝那些事儿》系列丛书、《风水》、《风声》、《暗算》、《解密》、《挂职干部》等作品的著作权。苹果公司未经原告许可,将原告享有著作权的涉案作品通过网络向社会公众提供下载并获取经济利益,其行为侵害了原告所享有的著作权,给原告带来了巨大的经济损失,故起诉至法院,请求判令苹果公司停止侵权,并赔偿各原告经济损失及合理支出共计425万元。

苹果公司的全资子公司艾通思公司作为本案的第三人参与了案件的审理。在庭审中,苹果公司认为,涉案的应用程序商店(App Store)并非由其经营,而是由艾通思公司负责运营和管理,故苹果公司并未参与涉案应用程序的上传、传播,也并不存在帮助侵权的情况,故不同意原告的诉讼请求。

艾通思公司辩称自己是中国的应用程序商店的运营者,App Store向开发商提供信息存储服务,并接受委托向最终用户收取费用,在扣除标准佣金后将全部收益转交给开发商,其并不知道开发人的侵权行为,所以也不应当承担侵权责任。

法院经审理认为,尽管艾通思公司参与了App Store的部分运营工作,但苹果公司作为综合性网络服务平台App Store的运营者,对App Store网络服务平台具有很强的控制力和管理能力,其通过App Store网络服务平台对第三方开发商上传的应用程序加以商业上的筛选和分销,并通过收费下载业务获取了可观的直接经济利益,故对于App Store网络服务平台提供下载的应用程序,应负有较高的注意义务。在本案中,被告苹果公司并未尽到其适当的注意义务,具有主观过错,故对于涉案应用程序的侵权,应承担相应的法律责任。

机械工业出版社华章公司版权部主任黄涛在接受记者采访时表示,一些大公司存在侥幸心理,对知识产权侵权抱着“打擦边球”的态度,该案的判决对互联网企业侵犯知识产权起到非常大的警示作用。该案的判决有效地维护了著作权人的合法权益,这对整个行业的健康发展也是非常有利的。