

为何大众质疑苹果汽车实体车基本不靠谱？

关于苹果造车的消息是层出不穷，一时间各种消息都是此起彼伏，但没有一个最终落地了。苹果造车的团队也是变来变去，人员犹如走马灯一般地不断地变化，负责人和工程师的变迁也是常态。让业界根本无法预知到苹果造车的最终执行会在什么时候？

包括那些知名的苹果分析师，都很少有关于苹果造车的传闻。当然，苹果造车包括和日韩汽车企业的接触也经常被视为是其构建新生态体系的一种尝试；但很遗憾，同样也是没有最终结果。苹果虽然走访过很多传统汽车企业，但没有一家汽车企业愿意和苹果“合作”。

有一种说法是苹果公司造车必然会成为主导，而传统汽车企业不愿意让自己沦为苹果公司的一个“附庸”，或者成为一个代工的“管道”，因此和苹果的合作基本谈不下去。苹果公司本身在汽车制造方面又没有自己的优势，虽然在设计方面招徕了不少工程师，包括从特斯拉、通用、福特等等传统的汽车企业也曾挖过很多人才，但并没有自己亲自下场造车的能力和意愿。

苹果公司还是希望能够复制其在智能手机市场的成功经验，依托自己的设计能力和研发能力，继续轻资产前进，把制造内容外包出去。虽然富士康、立讯精密这些传统的苹果代工企业，也都涉足到智能汽车制造市场，不过，苹果公司显然还不太愿意把自

己的所谓苹果汽车让这些企业来代工。接触传统汽车企业，已经彰显了苹果公司对汽车制造的态度。

只是，如今传统汽车企业并不愿意和苹果合作，因此未来苹果造车究竟怎么走还有很大的不确定性。事实上，我们看到一些传统的汽车企业高层也是这样认为。比如，大众汽车 CEO 就对苹果汽车持怀疑态度。

大众汽车公司首席执行官赫伯特-迪斯对苹果公司计划销售实体汽车持怀疑态度，其认为该公司正专注于驾驶舱软件。也就是说苹果未来是提供解决方案以及各种应用的，而不是亲自下场制造一辆汽车。

苹果公司也曾表示，汽车制造商将通过新系统保留品牌认同感。其推出的新版 CarPlay 实际上为汽车的所有显示和功能提供了完全由苹果设计的体验。苹果也表示，第一批支持新的 CarPlay 体验的车辆将在 2023 年底公布。

有消息也显示，苹果公司正在北京、上海、深圳三地招聘汽车体验合作伙伴工程师。该岗位是技术工程和项目管理之间的中间角色，负责提供技术设计和开发指导，处理整个汽车体验计划的认证记录（包括 CarPlay、Wallet 中的车钥匙），并促进苹果和全球汽车行业工程之间的沟通。

众所周知，在苹果 2022 全球开发者大会上已经发布了全新的 CarPlay，该系统能够接管车内的所有屏幕。而且苹果在自动驾驶



系统、汽车设计人机交互、充电技术和电控技术等方面都已经申请了不少专利。

有人认为，苹果将打造一款设计精巧并融合各种 iPhone 元素的汽车，会对特斯拉造成巨大冲击。不过这种猜想也仅仅是一种猜想，特斯拉目前的成就在新能源车市场优势明显，苹果想在这个市场占据一席之地，并不是那么容易的。市场还有一种消息称，苹果将在 2025 年推出自己的汽车，据悉，苹果正在就汽车零部件和整体制造供应链协议进行谈判。

业内人士认为 Carplay 是苹果为自己汽车最终实施进行进一步尝试，目前，Carplay 的合作伙伴不少，不过宝马、大众、丰田等重要外资品牌并没有参与。因为对于传统的汽车企业来说，自己的座舱系统对于整车厂太重要了，如果不是迫不得已，有点实力的整车厂还将核心掌握在自己手上。此外，值得关注的是，在国内市场华为也是为车企提供解决方案的，这一点，CarPlay 的出发点是和这个类似的。

控制 1.7 亿条大学生信息，神秘的超星是个什么组织？

愤怒的大学生，将一家公司送上热搜。6月21日，“学习通疑似数据泄露”的消息广泛流传。据称，该学习软件的数据库信息在非法渠道被售卖，涉及数据量惊人，包括姓名、手机号、性别、学校、学号、邮箱等信息超 1.7 亿条。

当日，学习通发布声明称，未发现用户信息泄露，已经报案。

众多大学生不买账。多位用户告诉《21CBR》记者，学习通 APP 在后台频繁获取自己信息，使用量异常。他们中的不少人近期频繁收到境外骚扰电话，推销彩票、Pos 机，以及内容奇特的短信。

一名学习通用户表示，近期接到诈骗电话，对方能报出自己的身份证号，知道其支付宝学生认证信息。

数据有异常。一个数据安全团队最早披露了该事件。北京一个数据安全公司创始人表示，前几日，他发现学习通 APP 的数据正被黑客兜售，社工库（黑客将泄露的用户数据集中归档的数据库）中，泄露的个别信息和学习通信息高度一致。

“我是一名正在创业的大学生，很不幸，我的数据也在泄露范围内。”上述爆料人称。

在 6 月 21 日的声明中，学习通否认泄露用户密码。“学习通不存储用户明文密码，采取单向加密存储，理论上用户密码不会泄露，在这种技术手段下，公司内部员工（包括程序员）也无法获得密码明文。”

舆论发酵后，很多大学生察觉到不对劲，发现学习通后台数据异常。

一些大学生在社交平台晒出自己的学习通使用次数，多的达到 10 万、20 万次，与实际使用频率不符，其没有做过笔记却显示有笔记发表，还会莫名其妙关注陌生人。

一位大学生表示，该 APP“30 分钟内，学习通私自获取手机信息 37 次”。另一位用户告诉《21CBR》，“它可以直接获取我的地理位置，就算我给的权限是‘仅使用时开启’，但是并不影响他每半分钟定位一次。”

上述两位用户用的是小米手机操作系统，可看到 APP 的活动轨迹。

21 日，学习通专门发布了一条声明，解释使用量不等于使用次数，用户每次点击一个页面都会引发一个和数个 PV，一个用户正常学习每天会有几百到上千使用量。

“学习者有几十万学习通使用量是正常现象，不是账号泄露的表现。”学习通表示。一些高校的信息管理中心，已发出紧急提醒。

6 月 21 日晚，记者获取的一则浙江某高校的通知提到，“超星学习通”已确认出现数据库泄露，涉及全国大量高校，应急响应等级为 A 级。该通知还提醒学生尽快修改密码。

流量奇高。学习通是一款神奇的软件，口碑评价低，流量奇高。

这款 2016 年推出的软件，大学生可在上面打卡签到、上课考试、阅读课件文献等，教师可用它来创建题库、管理授课班级、组织考试。

在苹果 App Store，学习通获得了 12 万个评分，平均评分仅为 1.4（满分 5 分）。在采

访中，多位大学生用户向《21CBR》提到，学习通使用体验不佳。

质疑主要集中在“过度索取权限”上。争议较大的是，考试监考功能，其要求开启摄像头、麦克风等访问权限。部分用户表示，考试时还需要考生本人手持身份证，拍照签到。

这样一款争议颇多的 APP，覆盖面却很广。安卓应用商店显示，学习通的安装量超 5 亿次。

2020 年年初，学习通的日访问量（PV）最高峰刚超过 10 亿。因新冠疫情暴发学习通，影响力大增。彼时，全国超过 5000 所学校使用学习通平台授课，其中光高校就有 2000 多所。

那年的 3 月 2 日，学习通的日访问量突破百亿，达到 107.9 亿，有 65 万老师、1795 万学生在平台上教课或学习。

这是什么概念？平台的日访问量从 10 亿到 100 亿，互联网巨头都需要很长时间才能实现，学习通的团队只用了 4 周。

一个值得一提的细节是，媒体曾报道，超星创始人史超，每天上班做的第一件事，就是测试产品找 bug，“自上而下对用户体验非常重视”。

高校资源多。手握这款超级 APP 的，并非技术背景深厚的大公司。

天眼查显示，学习通为北京世纪超星信息技术公司旗下项目，其实际控制人为阙超、史超，分别持股 60%、40%。

成立于 1993 年的超星，发展已有 29 年，自诞生以来没有任何融资，相当神秘。截至

目前，超星在全国拥有员工 6000 余人。

60 后董事长史超，毕业于郑州大学。大学毕业后，他联手几位校友创办了超星公司，想做一个网上数字图书馆。

超星是国内第一个做光盘图书馆的公司，国内几乎所有的校园图书馆都是它的客户。

2017 年，超星称，已成为中国规模最大的数字图书馆解决方案提供商、数字图书资源提供商。

学习通的成功，正是得益于超星积累的大量高校客户资源。

一手抓数字图书馆，一手抓数字化课堂教学，超星的业务瞄准了五大市场：高校图书馆、高校教务处、职业教育、公共文化和基础教育，其触角还延伸到海外，2017 年与哈佛大学签署战略合作协议。

4 年前，史超回母校演讲，提到从人员规模、收入规模来说，超星算是专门为高校服务中最大的信息技术企业。

“我们没有任何外来资本，没有什么背景和资源，完全靠市场，成为这个领域里盈利最好的企业，还在以接近 30% 的速度增长。”彼时史超非常自豪。

这次，超星绊了个大跟头。眼下正值大学期末考试阶段，一些高校使用学习通作为线上考试辅助软件，很多学生担心自己的面部信息遭泄露。

“期末考试的人脸采集步骤，需要手持身份证，学习通让我在互联网里裸奔。”一位学生无奈地表示。

鹅厂终于要对元宇宙下手了？

据三位知情人士透露，腾讯在周一向员工宣布正式成立扩展现实（XR）部门，押注虚拟世界的元宇宙概念。腾讯拒绝置评。

扩展现实（XR）是通过计算机将真实与虚拟相结合，打造一个可人机交互的虚拟环境，也是虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、混合现实（MR）等沉浸式技术的统称。这些技术被视为元宇宙世界的主要构建模块。

三位消息人士称，腾讯 XR 部门于今年早些时候成立，但一直处于保密状态。该部门的任务是为腾讯建立包括软件和硬件在内的 XR 业务，该部门将由腾讯游戏副总裁沈黎领导，并成为腾讯互动娱乐事业群（IEG）的一部分。

而如果腾讯 XR 部门开始推进 XR 硬件项目，这将标志着腾讯罕见地进军硬件领域。

其中一名消息人士称，XR 部门在内部被视为腾讯创始人、董事会主席兼 CEO 马化腾的“激情项目”。

两名消息人士称，腾讯 XR 部门预计拥

有超过 300 名员工。不过，他们也提到招聘计划仍有不确定性，腾讯将根据业绩调整部门的员工人数。

今年 2 月，据新浪科技报道，腾讯推出了一项 XR 业务，近日在内部开启活水招聘（即在内部跨部门调岗）。该业务重在布局全链路的 XR 生态，包括硬件端的 XR 设备、软件端的感知交互技术以及内容与行业端的内容与开发者生态。

该报道称，腾讯此次内部活水覆盖内容生态、运营、技术研发三大方向，开放岗位超 40 个：

在内容生态上，腾讯将成立一家 XR 游戏工作室，并在内部活水中招聘工作室负责人；

在运营上，内部活水提供商店产品、生态运营、业务合作和产业投资合作等职能领域的岗位申请；

在技术研发上，开放的岗位最多，涵盖软件、算法、硬件、光学、结构和质量工程师岗位。

新 XR 团队的引入与腾讯其他部门的裁员形成了鲜明对比。腾讯一直在实施成本控制措施，缩减非核心业务和放缓招聘。

在公开场合，腾讯对其元宇宙计划基本保持缄默。去年 11 月，腾讯告诉分析师，它有很多「技术和能力构建模块」来接近元宇宙的机会，但没有透露细节。

不过，腾讯并不常在公开场合谈「元宇宙」这个概念，相比之下，他们更喜欢从数实融合的角度，提出「全真互联网」。

「一个令人兴奋的机会正在到来，移动互联网十年发展，即将迎来下一波升级，我们称之为全真互联网。」马化腾在腾讯 2020 年度特刊《三观》中写道。

在他看来，无论是从虚到实，还是由实入虚，都在致力于帮助用户实现更真实的体验。「我相信又一场大洗牌即将开始。就像移动互联网转型一样，上不了船的人将逐渐落伍。」

今年 1 月，北京大学汇丰商学院联合安信证券发布的《元宇宙 2022——蓄积的力

量》报告显示，腾讯具备布局元宇宙的优越条件，通过资本（收购&投资）+流量（社交平台）组合拳，未来将像搭积木一样探索与开发元宇宙。

按其划分的元宇宙研究框架六大组件，腾讯在底层架构（引擎 Unreal Engine）、后端基建（云服务、大数据中心）、内容与场景（各类型内容产品与成熟的社交网络互通生态）这三大方向上均着力布局。

此前，腾讯的 Robotics X 实验室、F1 工作室都涉及元宇宙相关业务范围，其中 F1 工作室主要为下一代互联网研发游戏。

随着元宇宙概念走红，国内外科技巨头及知名投资者陆续参与到元宇宙世界的建设中。国外 Facebook 直接更名 Meta，微软、迪士尼等公司也都在推进自己的元宇宙战略，高通成立欧洲 XR 实验室以扩大其对 XR 和元宇宙的投资；国内字节跳动收购 VR 硬件公司 Pico，百度、网易等均在开发元宇宙平台。随着腾讯加速布局，元宇宙时代的军备竞赛将更为激烈。