

“刷手机”消费别忘安全

亦不凡

近日，国家标准化委员会公布了将于明年5月1日开始实施移动支付国家标准，其中涵盖了移动支付射频接口、卡片、设备、多应用管理和安全、测试方法等基础技术内容，“确保了产品的互操作性和互通性”。不难看出，“刷手机”消费将成香饽饽，助推电子商务开足马力狂奔。

然而，当电子商务进入移动支付时代，安全问题仍是核心环节，包括传统的电子商务支付方式和移动支付方式。近日就有媒体报道说，一家网店人员因点击了“买家”发来的含有手机木马病毒的链接地址，结果造成支付宝密码被窃，账户里的资金被盗用一空。

其实，自从有了便捷支付以后，支付安全就格外引人关注。不过，无论使用何种移动支付方式，守护个人信息和上网环境安全是关键。目前移动支付主要有两种常见的方式。一种是在手机上安装网银或者第三方支付平台的APP应用软件，如二维码支付、短信支付、摇一摇转账等。还有一种支付方式是基于新发展起来的近场通信技术(NFC)的支付方式，就是在手机上安装NFC芯片，让手机的SIM卡绑定银行卡，然后手机以近距离、非接触方式与具备相同功能的设备进行通讯，完成支付。如NFC手机钱包。

专家表示，目前移动支付还是一种新兴事物，快速发展的互联网金融市场与监管之

间有一定时间差，难免出现脱节。消费者要树立安全意识和自我保护意识，比如设置手机锁屏密码，尽量从官方网站和安全电子市场下载正版应用，安装专业手机安全软件，不要随意点击对方发过来的链接、下载附件等。此外，管好移动支付安全，重点是要做好安全标准的制定工作。对于消费者而言，要使用经过第三方认证机构认证的移动支付相关应用程序。第三方认证机构要肩负起责任，把好关口，减少有安全隐患的应用程序进入市场的可能。

令人欣慰的是，“虽然会有个别的安全案例发生，但中国网络支付行业风险总体可控，国内主流支付机构的风险管理水平和网

上支付安全性，哪怕和国外同行相比也非常出色。”国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松在其《中国网络支付安全白皮书》研究报告中明确表示，安全与效率两者要平衡发展，应通过移动技术创新而非传统的牺牲效率的方式去解决安全风险问题。

实际上，目前我国网络支付风险相对于国外而言还是很低的。据悉，国内网络支付市场风险水平约为0.01%，包括支付宝在内主流支付机构风险水平更是明显低于这个数字，而国际市场普遍为1%至2%。

“适当允许一定的风险水平，有助于激励企业向风险深处探索、创新，研发更加有效的新型安全技术。”巴曙松表示。

支您一招

个人文件存储 免费网盘来帮忙

李雪涵

数字化的当今，存储的需求越来越旺盛，网盘应运而生。网盘，也叫云存储，是一些网络公司推出的在线存储服务。简单地说，网盘相当于放在网络上的U盘，不管是在家中、单位或其他任何地方，只要能连接到网络，就可以管理、编辑存储在网盘里的文件。

以往朋友间采用邮箱传输文件多会受到文件大小限制，有了网盘，较大的文件也可以传输。而且，解决了使用不同电脑时文件拷来拷去的麻烦。只要将文件存储在网盘，任何一台能上网的终端都能共享，并连接上一次存储的文件，这种方便的网络存储方式深受用户喜爱。目前，市场上提供的网盘有很多，比如迅雷网盘、115网盘、金山网盘、360网盘、网易网盘、百度网盘、盛大网盘、酷盘、华为网盘等。由于技术差别，各家网盘特色有所不同，容量也不同，服务也不尽相同，这要看您对网盘的需求而定。

需要提醒您的是，虽然目前各家公司大多都表示网盘使用永久免费，但由于市场竞争激烈，不确定因素很多，网盘服务商可以根据商业发展需要随时作出业务调整。所以，免费网盘仅适用于文件暂存和文件交换，而不适用于永久存储，以防您的数据资产受到损失。

百度投两亿成立健康公益联盟

本报讯 日前，百度公司在京联合上万家专业医疗机构成立百度健康公益联盟，专注于儿童医疗救助。据了解，该联盟首期将联合投入2亿元医疗资源，覆盖国内上千个县市，为因医疗资源有限而得不到及时救助的患儿提供救助。其中包括：先天性白内障、先天外形缺陷、皮肤病、自闭症、意外伤害等。“百度健康公益联盟”是首个结合互联网平台和海量专业医疗机构的直接救助平台。联盟伙伴之一、北京金童中医院儿科专家徐建华表示，信息时代互联网平台给医疗领域带来了更多可能性，基于互联网大平台的广泛性、公平性和便捷性，医疗整合将更高效。(刘晓峰)

腾讯网推出移动终端评价体系

本报讯 腾讯网日前联合美国伯克利设计技术公司在京发布全新移动终端用户体验评价体系Certimo移动体验指数。据了解，这一指数是安卓智能终端首批通过认证的评级系统之一，能够准确反映消费者的体验。与以往软件不同的是，它旨在为用户提供一种用于测试各种移动终端用户体验因素的工具，来衡量智能手机和平板电脑的应用性能、电池续航能力及网络性能等。腾讯网总编辑陈菊红表示，这将为国内消费者提供客观、准确的产品消费指数，深入挖掘产品特性及立体剖析产品使用体验，为消费者购买提供真实可靠的决策依据。(陈静)

[我财经]评论员林耘：

国企上缴红利 提至30%还可再早些

日前公布的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中提出：“提高国有资本收益上缴公共财政比例，2020年提到30%，更多用于保障和改善民生。”这个消息让不少普通民众拍手称快。中国经济网评论员林耘认为，按照目前上市企业分红比率应达三成左右的要求来看，到2020年才能完全达到30%的标准是偏低的，还可再早些。

林耘表示，从过去几年的情况来看，国企红利的钱留得多，有时候很容易出现乱投资等问题，特别是在宏观经济周期性波动或者产业结构调整的时候。所以，国企上缴的红利应该多一点。需要强调的是，要让“全民”这个股东来监督这些国有资产收益分红是否更多部分用于保障和改善民生。(中国经济网记者 刘心源)

更多信息请扫描二维码



本版编辑 徐红

移动网购

进入“红利收割期”

本报记者 陈静



53.5亿元！这是今年“双11”电商大促中，手机淘宝交出的一份成绩斐然的答卷。在这一天，手机淘宝单日活跃用户突破1.27亿元，这相当于全国有十分之一的人口使用手机进行了网购。而在去年“双11”，手机淘宝的成交额仅为9.6亿元。来自支付宝方面的数据也显示，“双11”当天通过手机支付的交易笔数占支付宝总支付笔数的24%，而去年同期这个数据仅为8%。

占领手机这个“主场”

感受到移动网络购物巨大“威力”的并非阿里系一家。京东集团副总裁熊宇红此前透露，目前京东每月的移动端增长率都会保持在10%左右。京东的目标是，到今年年底，移动端订单占比将达到20%到25%。来自市场研究机构易观国际的数据显示，今年第3季度，我国移动网购市场规模达341.2亿元，环比增长17.7%，同比增长104%，继续保持强劲的增长势头。移动网络购物正在进入“红利收割期”。这样的增长，即有来自巨头们的推波助澜，也意味着我国网络购物市场的发展方向正在发生变化。

移动网络购物能以如此高的速度发展，电商巨头们的流量导入功不可没。阿里巴巴无线事业部总监尚文介绍说，淘宝为即将到来的“1212”促销推出了手机“扫码购”服务。从11月26日开始，所有淘宝网商品的详情页面都会有一个商品专属二维码，用户只需通过手机淘宝客户端的扫码功能扫一扫，就能将商品导入到手机中，继续完成浏览、支付、分享等购物流程。为了鼓励用户体验和使用这项新服务，手机淘宝为此投入了超过1亿元的现金红包。而所有人气商品的“秒杀”活动，也只有通过手机淘宝客户端才能参与。

腾讯则来自微信的巨大流量导向网购。易迅网产品总监马弘焯坦言：“我们不希望微信仅仅成为一个流量的入口，而是希望成为连接人和商品的工具。”来自易迅的数据显示，从11月11日至今，微信“精选商品”卖场的订单数已经突破20万单。在这一平台上，同一时间在网售的商品只有15款，腾讯希望通过这些精选商品的优惠价格来吸引用户尝试移动购物。

即使在海外，电商巨头一样在移动端不断发力。来自eBay今年第三季度财报显示，其移动电商总量上升了75%，eBay移动应用自发布以来下载次数已超过2亿。高增长来自于eBay网站2012年10月的大改板和包括“零售助手”在内的一系列移动端应用创新。

用好移动网购“红利”

“未来的消费主场在移动端，移动的主场在手机上，谁能把握手机这个主场，谁就能把握未来。”市场研究机构互联网数据中心创始人胡延平如此概括巨头们在移动端电商不断发力的原因。他表示：“或许只需要2到3年时间，手机购物的消费能力将与PC端的能力相当。”对此，亚马逊全球供应链副总裁于刚说得更加直白：“将来是无商不移动，电

商如果跟不上，就会被‘革命’。”

一方面是电商巨头的刻意培养，另一方面移动网购也迎来了其自然生长的“爆发点”。胡延平表示：“从目前来看，手机上有3大红利：一是移动红利，我国的手机用户是互联网用户的两倍，智能手机用户更是迅猛增长；二是消费的增量与消费从线下到线上迁移的红利；三是用户网络消费习惯成熟后带来的红利。”

开拓网购新“蓝海”

移动网络购物正在开拓着网购的新蓝海。来自手机淘宝的数据显示，手机购物时代的来临打破了时间与地域的界限，原本是网购“发达地区”的北、上、广等区域手机购物时代正被一些中西部地区和中小城市超越。“双11”数据显示，西藏地区的用户通过手机淘宝完成的订单交易笔数占比整体为29.1%。在手机淘宝城市排行中，三亚地区用户的手机支付成交笔数占比高达36.5%。

除了拓展网购地域，移动网购还在拓宽网购人群。数据显示，在25岁以下的年轻消费者中，通过手机进行网购的女性占比达46%以上，男性也占到整体的37%。移动网购因此甚至被视为拉动消费的重要突破点之一。

于刚表示，正是由于移动网购对“蓝海”的开拓，让我国移动电商的发展速度超过欧美。“国内移动电商今年大概占比是9.2%，到2016年占比会翻倍，而在美国，移动电商去年占比仅有3%。”来自市场研究机构尼尔森的分析称，移动电子商务将大大释放农村、县域地区的消费潜力。

目前我国农村、县域地区的消费者在网购方面还处于较低水平。随着智能手机的普及，这部分消费潜力会被极大地释放，智能手机将带动移动电子商务的发展。



从线下实体经济到线上资源贯通融合，移动网络成为实体经济延伸到虚拟世界的“前台”。压题照片和右图为处在不同地方的消费者，通过网上支付平台，实现了线下购买。消费者正在体验打通了线上线下资源的自助购物方式。徐红摄

借用户一双慧眼 看清真假行业APP

本报记者 秦海波

随着移动互联网浪潮席卷整个社会的生产生活，更多的传统企业和创业者开始进入，行业APP(应用软件)成为帮助这些实体经济从业者将所在行业的经验、知识、优势等带进移动互联网的有效手段。但与桌面互联网网站不同，移动互联网中制作APP的方式多种多样，这也给部分供应商鱼目混珠、牟取暴利留下可乘之机。

记者近期对有意投资行业APP开展移动互联网业务的企业和个人进行了问卷调查，发现100名受访者中仅有3人对手机APP具有不同制作方式有认知，只有1名知晓不同APP制作方式间存在优劣差异。为此，记者专门走访了一些移动互联网专家，他们给出了关于鉴别真假行业APP的建议。

一方面，投资者必须认识到何谓移动APP。目前真正的所谓移动APP，在专业中

被称为原生APP，它们专门针对某一类移动操作系统生成，被完整安装到设备的内置存储中。而另一类移动Web APP则可以看出是相对应的“假”APP。它们打开后基本利用设备上的浏览器(比如iPhone的Safari)来运行，而且不需要下载后安装，就能立即在手机界面中生成一个APP图标。由于二者的实现方式有着根本不同，因此制作的成本、难度也有天壤之别。前者必须针对每一种移动操作系统分别进行独立项目开发，每种平台都需使用不同的开发语言；Web APP的生成则简单得多，一个版本、一种开发语言就可以兼容所有移动平台。

鱼目混珠的供应商会把后者标上高价欺诈客户，但因二者在功能上有着巨大差别，专家指出分辨真假其实并不困难。首先，访问时原生APP一般在移动端有缓存，使用

GPRS模式进行访问时，无需耗费过多流量，运行快，性能高；而Web APP则没有缓存，需要消耗较多手机流量，运行缓慢。其次，在推广时，前者可以上架应用商店进行推广，包括打榜、排名、推荐等，而后者根本无法在应用商店上架。第三，在应用时原生APP可以应用移动硬件设备的底层功能，如位置服务、摄像头、重力加速器等，而Web APP只能使用移动浏览器的基本功能。最后二者在安全性、盈利能力等方面，都存在巨大差距。

另一方面，专家建议投资者认清企业APP和行业APP之间的差别。目前大多数移动互联网供应商都仅能为客户制作企业APP，其技术门槛远低于服务全行业多个企业及客户的行业APP。因此一些无良供应商在接到客户对行业APP的需求后，就以企

业APP产品添加单个功能或仅修改名称的方式欺诈骗用户。

绝大多数用户对二者的显著区别不甚明了，移动互联网方面专家给出的几条主要区别是：第一，二者呈现的主要内容不同。企业APP主要呈现本企业的新闻、动态、产品；行业APP则应以本行业的企业、产品、行业信息、展会等为主。第二，下载使用APP的用户群体不同。企业APP的使用人群主要是本企业客户；行业APP则应该可以被全行业所有用户下载、使用。第三，盈利方面，企业APP主要解决企业的形象展示、客户沟通、产品宣传等作用，不可能用来盈利；而行业APP则可以供投资者在移动互联网创业，可以通过行业咨询、供求信息、电子商务等功能吸引大量用户，从而赢得广告商或其他合作伙伴青睐并获取盈利。