互联时代

## 网贷平台亟待“阳光化”

谭 辛

一提到互联网金融，“宝宝”们和移动支付俨然是舞台上的“主角”。然而，P2P网贷平台的安全问题也不可忽视。

就在3月份，成立3年的P2P网贷平台中宝投资宣布歇业，深圳网贷平台元一创投跑路，平台老板卷款30余万元。近年来，网贷平台风险不绝于耳。另一方面，这些风险却难以阻止人们的高涨热情。据网贷之家监测数据统计，今年3月同比去年，网贷平台的投资者数量增加了300%。相比技术水平高、资金实力强的第三方支付和“宝类”公司，网贷平台资金实力弱、技术水平低、信用体系不完善等短板依然存在。

如何破解制约发展的“瓶颈”问题，实现阳光化发展，业内人士疾呼加强行业自律。但笔者认为，还需要在加强监管、提高准入门槛以及加强教育和建立法治环境等方面入手。

首先，网贷平台亟须明确监管主体，完善监管体系。目前国内P2P网贷平台普遍在第三方支付平台开设中间资金账户，实现中间的转账结算。而资金托管方的普遍态度是允许开户，但不承诺监管。监管部门或许可以考虑指定托管机构对中间资金账户进行专营专管，使平台本身只能查看账户明细，而不能随意调用资金。

其次，要提高网贷平台的准入门槛。网贷平台不同于金融机构，注册资本少，资金实力不强是普遍的特点。近期网贷平台频繁遭到黑客攻击，也凸显出技术实力弱的特点。由此看来，提高网贷平台的准入门槛必须从资金、技术两方面入手。

再次，加强对参与者的教育。对于网贷投资，很多人都缺乏金融知识和风险意识，仅仅冲着网贷高收益而去，这使得一些不法企图者有了可乘之机。同时，一些网贷平台缺乏专业的风险控制体系和团队，也使得网贷风险加大。建议加强对网民的金融普及教育，提高安全意识。

最后，对互联网金融发展，还需要加大立法力度。不仅要加快金融方面的立法工作，同时还要针对互联网金融的特点，加快互联网安全领域的立法。

外国游客（左）在咨询如何用手机完成支付。 本版照片为亦不凡摄

1号店拓展业务渠道，快递单不断增长。图为1号店快递员在送货途中。

# 互联网金融：“第二梯队”各有各的玩法

本报记者 陈 静

“宝宝”类互联网货币基金产品、二维码支付、虚拟信用卡……一系列时髦名词将互联网金融市场带起一个又一个高潮，但主导这些的始终是BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）互联网三巨头。而在波涛汹涌之下，“第二梯队”的电商平台与支付企业的“暗流”，也在不断汇入互联网金融的大潮之中。

统计显示，2013年我国电子商务交易总额超过10万亿元，其中网络零售交易额大约1.85万亿元，巨大的资金流与信息流的交融，成为多个平台拓展互联网金融业务的基础，而多个主体的进入，也让互联网金融这张大网越织越密。

## 多方向“开疆辟土”

4月2日，外贸电商平台敦煌网联合招商银行推出的联名借记卡敦煌网生意一卡通在线贷款服务正式开通。敦煌网方面表示，在线贷款服务是纯信用无抵押贷款，为敦煌网卖家专属服务。贷款额度以敦煌网交易记录为依据，卖家可以通过自己的后台实时了解可贷款额度，并实现每月更新。闪电申请、闪电到账是该服务的最大特色。

无独有偶，1号店也将目光瞄准了供应链金融。其与中国邮政储蓄银行联合开发的供应链金融产品，计划在4月下旬推出，产品涵盖“小微贷”、“信用贷”和“金融团”等多个金融品种，融资服务主要针对供应商及商家。

1号店董事长于刚透露，1号店的供应链金融产品年内将面向上万个1号店合作商提供小微贷款及综合金融服务，总体融资额度超过40亿元。

和它们相比，体量更大的京东商城，其推出的互联网金融服务则更加丰富。在其金融平台上，不仅有面对消费者的由八大基金公司同步联合推出的几十款不同理财产品，还包括“宝宝类”货基产品“京东小金库”，以及供应链金融产品京保贝，个人消费贷款产品京白条等等……目前京东已形成了包括供应链金融、消费金融、网银在线、平台业务四大板块。

大量互联网电商平台作为“第二梯队”，正在互联网金融领域尝试“开疆辟土”。B2B领域中除敦煌网外，马可波罗、金银岛、生意宝等都开始有所动作。而在B2C平台上，唯品会、凡客、聚美优品等也传出风声，正在与金融机构密切接触。

## 挖掘数据与流量“金矿”

正如市场研究机构易观国际高级分析师张萌所言，对于电商平台来讲，互联网金融有助提升它们的收入，创造新的业务模式。一方面，针对供应链上的合作企业，围绕电商平台生态圈布局金融业务，对提升整个平台的用户黏性能起到积极作用；另一方面，通过针对消费者的互联网金融产品开发，可以使电商平台品类进一步扩展，从实物品类拓展至毛利率更高的金融品类，增加保险理财业务，向着金融超市模式发展。

企业与个人产品“两步走”的过程，其实也是电商平台借以将数据与流量资源变现的过程。而从具体进程来看，无论是支付宝还是京东以及新“入行”的敦煌网和1号店，最先试水的都是面对供应链上下游企业的供应链金融服务。这是因为，企业的订单数量、交易信息等核心数据掌握在电商平台手中，以此为依据为企业提供融资。企业通过电子技术手段，交换整合各种数据资源，从而把产品带入流通领域，相对风险更小，也更易于控制。

而对和电商平台合作开发产品的银行来说，银行的难点正在于难以掌握中小企业的实时核心数据，缺乏授信的依据。电商平台可以更准确地对中小企业的交易数据、口碑评价等作出风险评估，灵活确定放贷额度和利率。目前包括平安银行、民生银行、华夏银行、招商银行等都在尝试与不同的电商平台建立合作关系。

而在消费者端，流量也是电商平台可供挖掘的“金矿”。于刚坦言：“未来，1号店的金融平台将结合1号店的开放物流平台、大数据平台、商家管理体系、顾客管理体系等优势，继续向商家端及消费者端延伸，打造全面金融服务。”一方面，“第二梯队”的电商平台本身具有巨大的流量，可以作为渠道为金融机构导流。如京东在其招股说明书中表示，截至2013年9月底，京东共有3580万活跃用户。另一方面，随着电商环境的成熟，垂直电商平台逐渐细分，金融机构也可以根据不同电商平台的特色及用户定位，推出更有针对性的金融创新产品。

3年投入4亿元

物联网企业增60%

# 浙江大规模开展物联网应用

**本报讯** 记者黄平、实习生杨柳报道：全国首个电商物联网产业服务基地——储仓快杰电商园区，在杭州市滨江区高新技术产业开发区启动。这个电商园区所在的杭州（滨江）高新区是我国第一批设立的国家级高新区，也是浙江省物联网产业发展的核心区。

近年来，浙江省围绕物联网技术创新和产业链集成做文章，成为国内物联网技术研发和应用研究的先行区。近3年，浙江安排财政扶持资金4亿元，设立物联网相关领域省级重点企业研究院33家，省级重大攻关项目48个，使物联网企业得到长足发展。杭州（滨江）高新区自2010年底启动建设物联网产业园以来，集聚了华三通信、浙大中控、阿里巴巴等千余家物联网特色优势企业，覆盖了从研发、装备制造到网络服务的整个网络产业链条。

数据显示，到2013年，浙江省拥有物联网相关企业2500多家，比2010年增长60%。

在物联网技术应用方面，浙江省开展了智慧交通、医疗等20个智慧城市建设示范点，并将大数据发展、云计算技术与业务内容一体化融合、服务民生、企业购买服务等情况，作为智慧城市建设的重点任务进行考核。

去年，浙江省明确把电梯物联网建设纳入“智慧城市”建设内容。目前，杭州地铁1号线的50台垂直电梯安装了物联网系统，万一发生困人等事故，可自动报警。

物联网技术的应用推动了浙江传统产业转型升级。小家电、机床设备等行业通过与物联网进行有效融合，提高了产品附加值和技术含量。

## 国内首次出台OLED电视产品规范

**本报讯** 记者艾芳报道：中国电子商会联合LG、创维、长虹、康佳等彩电企业发布《OLED（有机电激光显示）新一代显示技术规范》。《规范》从显示可视角度、色彩饱和度、对比度、响应速度、机身厚度及重量、曲面设计等六个方面对OLED电视进行了全面界定。这是国内彩电业首次对OLED电视作出明确界定。专家认为，相比传统液晶电视，OLED电视具备独特的自发光技术特点，在画质、外观设计方面具有优势。目前OLED电视技术条件已日臻成熟，并在逐渐实现面板量产和尺寸多元化。

## “白细胞”网络安全平台上线

**本报讯** 4月3日，中国电子旗下中电长城网际和北京可信华泰信息技术有限公司正式发布“白细胞”操作系统免疫平台。据介绍，该平台与传统杀毒软件“黑名单”不同，它通过“白名单”为计算机系统建立自免疫系统，实现主动防御的目标，以扭转计算机系统只能依靠“杀毒、打补丁”等技术进行被动防御的局面。该平台已经服务于多个企业级专业信息系统用户，目前推出轻量级服务可供互联网用户免费下载使用。中国工程院院士沈昌祥表示，“白细胞”平台发布标志着我国自主的可信计算技术实现了产业化。 （谭 辛）

## 中航四维发布新版本航摄相机

**本报讯** 作为微软摄影测量技术中国区总代理、中航四维(北京)航空遥感技术有限公司日前与微软公司在全球同步发布了一款微软UCO（鱼鹰）倾斜数字航摄相机的更新版本UCO v2相机。这款UCO v2相机由8个镜头组成（包括4个正摄镜头和4个倾斜镜头），一次飞行便可同时获取全色、彩色、近红外及倾斜影像数据。中航四维董事长曹天景表示，其不仅能满足城市三维建模、地理国情监测等智慧城市建设需要，而且还可应用于传统的专业影像地图生产。 （吴 琼）

## 国产杀毒软件占领企业市场

**本报讯** 记者陈静报道：市场研究机构赛迪顾问发布《中国企业杀毒软件产品市场调研报告》，报告显示，越来越多的企业选择国产杀毒软件。其中，360企业杀毒软件的占比最大，达到42%；瑞星占比13.5%；两大品牌就占据了国内55.5%的企业杀毒软件市场。专家分析，国产杀毒软件技术能力不断增强，尤其在本土化应用、创新服务上更符合国内企业需求。目前，仅有金融行业更加信赖“舶来品”，McAfee产品以55%的绝对优势稳坐金融业第一。而在政府、制造、能源、医疗卫生等行业，国产杀毒软件占比已超过“半壁江山”。

# 地理信息：跨界融合 寻求突破

亦不凡

国务院办公厅今年发布的《关于促进地理信息产业发展的意见》，明确了地理信息是国家重要的基础性、战略性信息资源，关系到国家主权、安全和利益。

今年3月由地理信息系统产业技术创新战略联盟主办的GIS（地理信息）产业发展高端对话在京举行。与会专家表示，地理信息产业进入了发展新时代。构建新一代地理信息服务业态和产业生态，亟待用大视野、大平台、大整合来开拓创新。

### 动态地理信息更具价值

早上醒来，许多人第一时间会关心今天所在城市天气状况如何？驾车外出会使用导航选择出行路线，上网购物、手机支付同样需要位置信息。

地理信息应用已深入到各行各业，跨界信息的集成会产生许多新的应用，而这些应用的生命力在于地理信息数据的新鲜程度。动态的地理信息数据更是宝贝，其可堪比石油等能源资源。北京大学教授邬伦介绍说，以往的地理信息偏重于静态，主要是基于几何空间、几何坐标，由点线面组成的，现在新的地理信息更看重动态的。分分秒秒产生的地理信息数据，对于区域城市管理、分析决策、交通规划等各个方面更具有价值。

比如正在开展的智慧城市建设，城市里不光有相对固定的楼房、桥梁、道路，还要有动态数据，如资金流动、人口流动、物质流动、交通流动等。只有将静态数据与动态数据相结合，智慧城市才更有生命力。

### 固有商业模式亟待突破

近年来，我国地理信息产业以25%的年均增长速度实现了快速发展。据预测分析，到2020年，地理信息产业市场规模将达11000亿元。然而，万亿元的“蛋糕”也吸引来了“业外”互联网企业的介入。

2013年开始，BAT3大互联网巨头围绕地理信息基础数据，加大了产业布局，包括社交、位置服务、移动互联网和O2O（线上到线下）。比如，阿里巴巴集团以2.94亿美元战略投资高德；百度收购地理信息企业瑞图万方，来提升百度在地址、交通信息查询、位置导航等服务的用户体验；腾讯收购了科菱航睿公司，而腾讯“街景”地图数据采集也正在进行中。

互联网公司大手笔地介入地理信息产业，使原本“挣着卖白菜钱”的传统测绘看到新希望。在创新商业模式上，双方可以采取第三方承接服务模式，各自利用自身掌握的技术，实现优势互补，共同分享万亿元的市场蛋糕。

### 打造地理信息生态系统

“地理信息会成为将来互联网盈利的入口，而眼下要紧的是应以大视野思维来打造产业生态系统。”业内专家表示，过去30年中，我国在地理信息系统上走的是引进消化吸收再创新的道路，而且这条路现在已基本走完，进入到一个瓶颈期，亟待突破。

中地数码集团总裁刘永表示，要以更加宽广的视野和格局来看待产业的变革和成长，从而推动产业大发展，互联网思维能够重构GIS企业。中科院地理所院士周成虎表示，未来会形成“数据+技术+服务”一体化地理信息系统，整合数据获取、处理、分析、应用、服务，完整的产业生态系统将是未来产业发展的方向。

邬伦认为：“要把地理信息大数据与移动互联的地理信息整合起来，绝对不是几家传统的企业、传统的投资规模就能推动的。这需要建立整个产业生态，需要像IT巨头这样的企业参与。”

地理信息业界应有更广阔的视野，突破企业在运营上的一些固化思路，实现跨界融合。

本版编辑 徐 红