

互联网金融潮起 创新融合成关键

郭 涛

刚刚过去的2013年,互联网金融蓬勃发展。除了各类互联网金融产品纷纷横空出世,“双十一”“双十二”这两个纯粹被电商催出来的“节日”,在去年最后两个月的时间里也让人再次领略到互联网金融的“来势汹汹”。淘宝网上,“双十一”支付宝手机支付用户超过1亿,当天手机支付金额超过113亿元;一个月后,参与淘宝网“双十二”促销的商品总量高达3400万……毋庸置疑,互联网金融已经成为未来金融的一大趋势。

然而,与此同时,我们也看到,和众多新生事物一样,互联网金融发展的初期同样存在着野蛮式生长的问题,在互联网金融持续走热的当下,哪些环节需要“降温”?尤其是随着新一年的到来,互联网金融该如何健康发展?传统经济如何应对互联网金融的挑战?业界人士各有看法。

互联网金融极具生命力

“如果把金属货币替代贝壳货币看做第一次金融革命,把纸币替代金属货币看做第二次金融革命,那么互联网金融就是第三次金融革命。”中关村创新创业学院副院长张国庆用“革命性”为互联网金融定性。张国庆说,第一次金融革命使融资成为可能,人们可以借贷,可以收取利息;第二次金融革命使金融产品变得丰富,基金、债券、股权成为主流金融产品,信用体系成为金融业的根基;第三次金融革命则使依靠信息不对称获取利润的金融产品难以维系,

互联网金融使信息交互瞬息万变,大数据告诉人们信息背后的规律,传统金融和传统产业将面临革命性变革。

“在实体经济出现下滑时,互联网金融模式所拥有的明显的‘鲶鱼效应’将会为经济发展带来新的机遇与希望。”中央财经大学民生经济研究中心主任李永壮说,互联网金融的模式创新可以解决一定的市场需求,弥补金融市场存在的空缺。

“中国有望超过美国成为世界上最大的电子商务市场。”瑞士银行前财务总监安东尼奥认为,日渐兴起的电子商务通过互联网金融创新,使第三方支付、小微金融和对等的在线贷款成为可能。这不仅在贷款和支付领域里使传统银行的日子不好过,而且使中小投资者在互联网金融和互联网基金里找到全新的高收益投资渠道。

香港皇家黄金国际投资公司董事总经理贾国城也认为,互联网金融正成为股权投资基金关注的焦点,可以为消费者提供更多的投资选择,并且改善小微企业的资本运作空间。

传统金融应对挑战需变革

“互联网金融的确对传统银行业提供的支付、结算等服务形成了市场挤压。”中国人民银行金融研究所综合政策研究室主任雷曜表示,传统金融与非传统金融的冲突在新技术、新商业模式下被放大,传统金融机构在互联网金融方面的劣势恰恰在于对非传统客户的服务覆盖方面缺乏主动性。

“新形势下银行的发展之路应该朝着更加智慧、泛在和跨界的方向发展。”中国建设银行电子银行部网上银行处处长李彬认为,“智慧”表现在银行对用户进行细分,根据每一位用户的需求提供个性化营销及服务;“泛在”包含“走出去”与“引进来”两重含义,即可以“走出去”把产品及服务部署到客户身边,也可以“引进来”,实现随时随地、任何设备的接入和实现第三方服务在银行的部署;“跨界”是提倡银行提供整合的金融与服务信息,让商家获取更多订单,让消费者更加省心、省钱,让产业链各方获得完善的金融服务。

“互联网金融热潮迫使中国的金融家们重新思考其发展计划,更多关注中小企业。同时,加强信用体系,革新产品和服务。”安东尼奥表示,传统金融机构要应对这种挑战,首先要有战略眼光。他说,互联网只是销售渠道,金融机构在制定整体策略时,可以嵌入互联网,但不要让互联网成为发展策略。

体制创新与监管缺一不可

李永壮认为,互联网金融模式将逐渐从“大而全”演化为“小而美”,从过去由产品功能定位细分客户到开始注重价值观察集度,把不同价值观的客户细分成不同的群体;把过去的“规模优势”演变为“范围优势”,将组织模式的重点放在“金融部落划分、金融产品预售和金融客户定制”上。

“客户体验非常重要,希望互联网

金融企业能够遵循产业规律,以客户体验为首来设计产品。”国家标准化委员会人机会互分委会委员袁小伟认为,在网络时代,传统线下银行的缺点和不足越来越明显,必须创新渠道,开发电子、网络环境下的“人机互动”模式。

“随时随地享受金融服务,快捷方便地管理银行账户,这已成为人们在移动支付过程中最普遍的诉求。”钱袋网董事、北京神州付科技有限公司首席执行官孙江涛总结了移动支付将出现的3种模式:多功能支付模式可以增强与用户的互动,还可以有效缓解来自其他移动支付产品的直接竞争,变竞争为互相促进;多种身份识别支付模式可利用面部识别、瞳孔识别等,最大程度实现移动支付的便捷性;移动支付工具将朝着“支付+消费”的平台模式发展,通过发展大量个人用户和商户,最终构建移动支付生态系统。

“新兴互联网金融业务正处于起步发展阶段,无论哪一类互联网金融模式,都适用对存款人利益保护这一行之有效的制度。”雷曜表示,当前,一些通过创造具有较高流动性和现金替代性的电子货币,具有类似商业银行的货币创造能力,在一定程度上改变了传统金融市场的运行及传导机制。同时,也对传统金融管理体制提出了创新要求,利率管制、数量型调控工具使用、准入限制等管理体制正面临新的挑战,政府部门将研究制定切实可行的新政策来应对。



春节将至,为给外来务工人员返乡购票提供方便,北京市西城区文化产业协会组织辖区内互联网上网服务场所在1月1日至20日期间,为外来务工人员提供免费上网订票服务,外来务工人员持本人身份证并填写活动登记表,即可在相应的上网服务场所享受免费上网订票服务。同时,各上网服务企业还配备了专门的工作人员,协助不熟悉网络订票流程的外来务工人员完成购票。

自去年以来,中国互联网上网服务行业协会就向全国互联网上网服务场所发出了倡议,希望各地上网服务场所能发挥自身优势,在春运期间为各地的外来务工人员返乡提供免费购票专区和网络购票指导,帮助各地外来务工人员顺利回家过年。据了解,目前,除了北京市,上海市的部分上网服务企业也都为此积极行动起来,上海渔网咖和上海东方网咖旗下的几百家上网服务门店均积极参与其中。

图为北京千龙网咖的员工在帮助外来务工人员网上购票。

本报记者 周志军 报道 辛波 摄

网络视频业,自制内容成今年新看点

高少华

视频网站近期接连上演巨资抢购视频版权热潮,争相为2014年储备优质内容。为缓解内容成本压力,各大视频网站还集体发力自制内容,希望通过自制内容增强“造血”能力。自制内容也由此成为今年网络视频行业的新看点。

视频业再现天价抢剧热

近期一些热门内容被各大视频网站拼抢,价格也持续攀高。如腾讯视频以2.5亿元价格拿下今年《中国好声音》的网络版权;爱奇艺以2亿元打包价格拿下热播节目《爸爸去哪儿》与湖南卫视另外四档节目;PPTV聚力以约2亿元获得包括《非诚勿扰》等在内的江苏卫视旗下所有节目两年独播权;乐视网以过亿元价格买下今年《我是歌手》第二季独家版权……

当前视频市场一些热门内容受到企业追捧,这些内容的价格势必走高。对同质化现象严重的视频网站而言,斥巨资抢购独播内容在很大程度上显示出视频网站竞争激烈,如果没有这些独家内容,将很难留住用户。

艾瑞咨询认为,广告目前是在线视频企业最主要的营收来源,在线视频行业想要维持广告营收的持续快速增长,必须以优质且迎合大众口味的内容作

为保证。

搜狐集团董事局主席兼搜狐视频CEO张朝阳表示,搜狐视频不久前刚以数千万元的价格签下两部电视剧。“这是市场告诉我们的价格,没有什么不合理的,也不是恶性竞争。对现在的视频网络行业来说,最主要的还是要购买优质节目。”

在高价抢剧的同时,和以往版权联合采购模式不同,各大视频网站今年更倾向于独家买断和独播策略,坚持独家播出、不分销、不换剧、不赠送等。

借自制内容突围

为应对视频行业持续攀升的版权价格,一些视频网站开始尝试“两条腿”走路,一边高价购买版权内容,一边开始投入资金大力拓展自制内容,希望通过向独家买断和独播策略,坚持独家播出、不分销、不换剧、不赠送等。

搜狐视频近期宣布,今年针对自制内容的投入预计是2013年的两倍;自制内容将超越综艺,成为搜视频布局中仅次于电视剧的品类;自制内容也将成为搜狐视频首个实现盈利的内容产品线。“网络自制2014年将开启比肩甚至超越卫视节目的时代。”张朝阳表示,今年自制内容无论在投资、阵容、品质、播

放、营收、影响上,都将在网络平台赶超卫视,自制内容预期将“大规模放量,高品质提升,强收视变现”。

人人公司旗下视频网站56网创始人兼CEO周娟日前同样表示,独播、自制将成今年视频行业竞争的焦点,据她介绍,今年56网自制内容的投入将占整体内容成本的50%以上。“随着SNS社交网络的发展,中国网民特别是年轻用户越来越喜欢在网上分享内容;另外,随着4G牌照的发放,也将化解移动视频领域所面临的带宽瓶颈。因此可以预见,原创自制视频内容将很快迎来爆发期。”周娟称。

市场研究机构易观国际认为,相比综艺等节目,自制剧的投入相对少,但回报比较高,同时能够形成用户黏性,对于品牌推广和差异化竞争,都比较有利。

打击盗版为盈利创造条件

目前市场上有200家获得视听牌照

的网站,1万多家个人小网站,数百个APP,以及各种各样的电视机盒子。而在网络视听产业高速发展过程中,同时也存在着低俗节目仍然存在、运营和内容成本过高、版权还不规范等问题。

其中,网络盗版被看做制约视频行业健康发展的一大毒瘤。上海冠勇科技创始人兼CEO吴冠勇表示,一些盗版行为已从PC端转移到移动端,以及基于安卓系统、广电播控平台的智能电视、IPTV上来。对版权而言,要做到面面俱到十分困难,维权难度增大。

如何保护自身版权成为每家视频网站重视的问题。去年11月中旬,优酷土豆集团、搜狐视频等联合中国电影著作权协会等版权机构启动针对百度和快播的反盗版联合行动,索赔由此带来的损失3亿元。

“视频网站现在大多还不盈利,我们现在要联合起来把盗版打掉,否则有1/3的流量去了盗版网站。”张朝阳表示,正版网站内容成本巨大,盗版会影响视频网站的盈利,打掉盗版以后可以让更多的人网站更早进入盈利期。

专家表示,目前网络视频的竞争焦点已经移至版权上,此次多家网站和机构的联合维权,对我国版权保护意义重大,今后盗版视频网站将更加难以生存。

网络音频

不必对网络成语如临大敌

雷钟哲

面对一些网络成语,为什么有人表示反对、表示担忧呢?一是因为不易理解,比如“喜大普奔”,如果没人告诉你这是“喜闻乐见、大快人心、普天同庆、奔走相告”的意思,恐怕是不知其然一头雾水。二是因为缺乏美感,认为它是“快餐文化”,毫无美感可言。比如“十动然拒”,就不是“十分感动,然后拒绝了”这句句的缩写,没有任何文学加工,谈不上美感和文学性。因此,当同学们对新成语接受和使用程度不断飙升,对传统成语冷漠甚至拒绝的时候,就引起语文老师的忧虑。

一个不争的事实是,尽管没人推广、没人号召、没人要求,新成语却在这种生态中异军突起,成为一种流行的元素。借用仓央嘉措的话说——“你见,或者不见,我就在那里,不悲不喜。”如今在某些场合,你要再说“目瞪口呆”,别人就认为你过时了。因为更新、更潮的“我伙呆”(我和小伙伴们都惊呆了),占据了“时尚”的位置。

没必要对新成语心怀偏见,更无须如临大敌。语言文字,本来就源于生活、服务生活,并在生活中砥砺沉淀,最终成就大众公认流传久远的精华。每个时代,都有每个时代的时尚的东西。100年前,读书就不是现在的读法,吟诵是那时读书的常态。现在再要大家摇头晃脑拖腔拉调,恐怕很难实行。同样的道理,网络技术出现以前,或者思想专制时期,上述那些时尚鲜活、很新很潮的成语,也不会应运而生,成为新时期交流沟通表情达意的工具。不能因为不易理解,就否认成语存在的价值。古代流传下来的成语,如果不借助《成语词典》一类工具用书,不也同样晦涩难懂吗?就像“尺璧非宝”“驻景挥戈”“沧浪决髓”等。正是因为难懂,才有了一探究竟的引力。

至于有没有文学性和审美价值,也不用过于担心。因为不具有流传价值的词汇,迟早会被淘汰掉。语词是沟通交流的工具,只要能表达情感、传递心声也就够了。加之新词语生动有趣,带有时代特色;说的人清楚,听的人神会,何不让其自生自灭呢?没准儿它还会成为经典词汇的沃土。

(来源:人民网)

网络文学不能只有商业没有文学

韩浩月

目前国内网络文学产业内的几大竞争者,在发展业务时多注重网络文学的商业化效应,考虑最多是如何能创造更多收入,如何上市,如何提升流量,却不怎么在乎网络文学怎么能得到持续的、健康的发展,不怎么考虑如何为网络文学作家提供劳动保障,帮助作家们拓展发表渠道。

网络小说创作的模式化、内容的雷同性,已经成为限制网络文学继续前行的阻力。中国作协虽然吸收了不少网络作家入会,每年也都有各类网络作家培训班举办,而且还开设了网络大学。但这些举措,多停留于形式,甚至只是是一些文学网站的炒作噱头,扩大网站知名度,对于提升海量网络文学作家的创作水平并无实质帮助。

商业力量推动网络文学进入了中国人的精神生活层面,但网络文学的商品化也在快速消耗网络文学的想象力和鲜活性。疲于创作的网络文学作家,难以为这个产业提供源源不断的发展动力,自我重复和过度逐利让网络文学前景堪忧。网络文学不能只有商业没有文学,也不能指望那几位年收入过千万元、登上富豪榜的领军人物来拯救。要想让网络文学成为真正的主流文学,就需要成千上万的写作者都来关注作品的文学性,让大量文学因子涌入网络文学的血管里,从而延续眼下已经开始走下坡路的网络文学的生命。

(来源:《新京报》)

信息时代,必要的媒介素养教育不可或缺

任大刚

传统媒体时代,可以通过流程控制,很好地杜绝假新闻舆论引导。在新媒体时代,专业新闻机构只是众多信息发布者的一部分,还有相当多的政府部门、商业机构、个人都在网络上发布信息,很多信息未经专业新闻机构核实,真假难辨,混在一起,新闻与广告不分,对一般受众造成很大困扰。尤其以微博、微信的崛起为代表,预示着今后“用户生成内容”很可能成为内容生产和接受的主流方式之一。在这一背景下,鉴别信息内容的真假,就成为一个现代人必备的基本生活技巧,而很多普通人是缺乏这一技巧的。比如,在微博或微信朋友圈发布的大量信息中,有的人对一些虚假信息一眼就能分辨出来,但有的人却未必。培养这种分辨能力,民间性质的互帮互助固然可以解决一些问题,但是组织化的教育更为重要。据了解,目前诸如英国、加拿大、澳大利亚、日本、韩国等国家都已经把媒介素养教育列入国民教育体系,在中小学设计了相关的教育课程和训练环节。我国的香港和台湾地区也已经制定媒介素养教育的相关政策,推进媒介素养教育的实施。在一个人人都可以进行公共发言的时代,必要的媒介素养教育更加不可或缺。

从公民权利的保护角度来说,由于理论上每个人都掌握着属于自己的发布平台,监督权的行使更为方便,同时也更为随意,那么,它有没有边界?边界在哪里?这是每一个手持智能手机的公民都需要知道的事情。

(来源:《中国青年报》)

(木岩整理)

“艺米范”网站启动上线

本报讯 1月4日,“艺米范”网站正式启动上线。

据艺米范网负责人裴昱人介绍,艺米范网创办初衷是办成一个让普通文艺青年也玩得起艺术的网站,网站希望通过开发更多更好玩的艺术项目,带着文艺青年们真正走进艺术、玩转艺术。在当天网站启动仪式上,裴昱人也带青年藏家们首次“尝鲜”艺米范网,为大家介绍了最新上线的艺术项目及活动,其中包括“张沐辰的装置艺术,寻找十万个赞助人的支持”,该项目将以新的艺术筹资形式,为青年艺术家的艺术项目给予支持与宣传;“根基·讲述每一只艺术灵魂的去、当下与将来”,该项目主要以文献展的方式募集艺术家参展,为我国艺术作“走出去”建立更便利的渠道;“WABC无障碍艺术——发现中国的梵·高”既是一个让社会认识自闭症群体艺术天才的项目,也是一个帮助自闭症群体走出隔离、走向独立的项目,让艺术者在追求艺术世界的同时,也能参与一些慈善活动。另外,艺米范网站的首个艺术衍生品项目“法锋钝——毛笔、禅学还是艺术品”也于当日同步上线。(周志军)

英特尔启动全球性“可穿戴创想挑战赛”

据新华社消息(记者郭爽)英特尔公司首席执行官科再奇1月6日在美国拉斯韦加斯国际消费电子展发表主题演讲时宣布,启动全球性的“可穿戴创想挑战赛”。

这一挑战赛旨在鼓励可穿戴技术的研发,促进“杀手级”应用的出现,使可穿戴设备更具个性和互联性。挑战赛的优胜奖金总额将超过130万美元,比赛将在参赛者与业界权威之间架设沟通桥梁,帮助新兴公司和个人将这一技术领域绝妙的想法变为现实。

挑战赛将从今年夏季开始,参赛者可以通过互联网提交关于全新可穿戴产品的各种创新想法。根据规定,参赛作品必须是适用于在人体上依附、嵌入或穿戴的传感器或计算设备。参赛项目涉及时尚、健康、社交、教育、环境、安全和医疗等众多领域。英特尔公司希望利用最新技术加速该领域的创意和创新,借助挑战赛鼓励全球参赛者创造可穿戴设备和普通计算的丰富形态,在实际用途、美学、电池续航能力、安全性和隐私保护等方面大胆探索。