

电子卡已签发2亿张

## 社保卡按下“电子化”加速键

本报记者 李嘉宝

打开电子社保卡“二维码”，扫一扫即可完成医保购药支付；在政务门户网站或手机程序中，使用电子社保卡实现快速登录……快速进入“电子化”时代的社保卡，正活跃在移动支付、身份认证、民生服务各个领域，给人们生活带来更多便利。

## 多场景大显身手

今年9月，北京市正式开通电子社保卡申领。持电子社保卡，人们可享受就业创业服务、查询社保、人事人才服务、待遇认证、查询证书、扫码亮证等30多项全国“一网通办”的人社服务。

电子社保卡是社保卡线上应用的有效电子凭证，由全国社保卡服务平台统一签发，人社部统一管理，与实体卡一一对应，实现全国通用。

社保卡“电子化”并非新鲜事。2018年4月，人社部发放全国第一张标准电子社保卡，为群众提供手机中的社保卡服务。经过两年的发展，电子社保卡已在全部地市开通，接入363个手机APP（应用程序）、小程序。据人力资源和社会保障部发布的最新统计数据，截至今年6月29日，中国电子社保卡签发已经突破2亿张。每7位社保卡持卡人中，就有1位同时申领电子社保卡。

电子社保卡在诸多领域大显身手，用于支持各类民生服务。据人社部相关负责人介绍，电子社保卡作为线上身份认证凭证，可以代替实体社保卡在互联网上实现身份认证。电子社保卡可通过生物特征识别技术，实现持卡人的线上待



朱慧卿作（新华社发）

遇资格认证，参保人不用再跑腿做认证。电子社保卡还可用于政务门户网站的快速注册和登录。

一些地区还充分发挥电子社保卡身份凭证功能，拓展用于其它公共服务和智慧城市。比如将电子社保卡与交通出行、公用事业、小额支付等场景结合，推进在入园、入馆、出行等方面的应用；实现相关民生缴费和待遇发放，探索社保卡银行账户线上应用、银行账户身份核验、信用服务等方面的合作等。

## 服务更高效快捷

人力资源社会保障部2019年印发的《关于全面开展电子社保卡应用工作的通知》提出，2020年，不低于25%持卡人领取电子社保卡，计划用2至3年时间逐步实现电子社保卡的广泛应用。

今年3月，国务院办公厅电子政务办

公室、人力资源社会保障部办公厅印发《关于依托全国一体化在线政务服务平台做好社会保障卡应用推广工作的通知》，要求加快推进社保卡依托全国一体化在线政务服务平台跨地区、跨部门应用。

近年来，中国各地纷纷发力，增加电子社保卡新功能，满足持卡人的多元需求。湖北电子社保卡实现全新改版升级，新增“就业创业”“人才人事”“劳动关系”3大功能板块，新增9项服务。今年6月，海南电子社保卡还新增毕业生报到功能。毕业生可通过23个官方渠道的电子社保卡界面，在线上轻松办理毕业生报到及未就业实名登记业务。今年7月，通过石家庄电子社保卡，持卡人可以查询专业技术人员考试成绩，最早可查询到2014年。

“社保卡‘电子化’在提高社会管理效率的同时，也给人们的生活带来更多便利。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受本报

者采访时指出，电子社保卡一卡多用、全国通用、终生保障，集移动支付、信息查询、在线服务等多种功能于一体，改变了过去拿实体卡“跑腿办、现场办、窗口办”的传统模式，使得社保体系运转效率大大提升，使持卡人体验到科技带来的更高效快捷的便民服务。

## 人情味不可缺失

随着社保卡加快步入“电子化”时代，其功能也逐步从医保、养老领域向就业、技能培训等社会公共服务领域拓展。依靠一部智能手机，就可享受电子社保卡带来的便捷服务。那么，如何增加电子社保卡的安全性和普惠性，使其更具有人情味？

据悉，电子社保卡由全国社保卡服务平台统一签发和验证，安全可靠。同时，电子社保卡采用金融账户支付模式，实时生成支付码，每分钟都会自动更新，并且也有点击立即刷新的选项，能够防止二维码被调换。且在使用时，扫码后要经过安全认证方可完成支付。对于不会使用智能手机的老人和儿童，可以开通电子社保卡“亲情服务”，让家人代办。一个用户的电子社保卡最多可以绑定8位亲人的电子社保卡。

有观点认为，社保卡应用范围的拓展，给政府各相关职能部门的工作协同与配合提出了更高的要求。对此，盘和林认为，要统筹规划好同一类民生服务卡的各项制度和服务管理模式，避免重复建设。要明确政府各个部门在各类民生服务卡建设方面的责任及相应职能，做到统一管理，加强落实。对于功能相近或重复的民生服务卡，及时整合取消，避免资源浪费。

业内人士建议，应推动建立以社会保障卡为载体的“一卡通”服务管理模式，并通过各种渠道和形式，提高社会公众对社会保障卡的认知度和使用率，提升居民生活的安全感和幸福感。

“优惠倒计时”“折扣活动中”“限量优惠券”……每逢“双11”“6·18”等购物节，垃圾短信便如潮水一般涌来，令用户不堪其扰。更有人时不时打来电话“关心”你的生活，从保险业务到培训课程一一安排妥当，生怕你“错失良机”。如此骚扰，是时候“根治”了。

近日，工信部发布《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》向社会公开征求意见，规定“任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话”。此次征求意见稿的发布，意在为根治垃圾短信和骚扰电话上“硬招”，让这些扰民的垃圾讯息从“屡禁不止”到“无处遁形”。

垃圾讯息成为现代人“无法拒绝的苦恼”，且有愈演愈烈之势。相关统计显示，2019年，37.2%的网民平均2到4天就会接到一个骚扰电话，8.5%的网民甚至每天都会接到5个以上骚扰电话。近年来，依托相关部门的重拳整治，通过手机号码直接发送的垃圾短信近乎销声匿迹。但与此同时，发送垃圾短信的不法分子手段更加隐蔽，且不断拓展“战场”。运用短信群发平台、垃圾短信车等一系列智能手段，形成完整的产业链条，越过法律监管，让手机用户难以招架、无处躲藏。

屡禁不止的根源是巨大的商业利益。对于商家来说，群发短信是推广商品或服务的优质选择：门槛低，短信可以简化流程、跳过拦截，直达目标用户手机；成本低，群发越多、价格越低。成本低于1角的短信能换来一个客户，无论怎么算，短信营销都是一笔划算的买卖。

面对猖獗的垃圾短信，工信部应时而动、再度出击，整治措施全面升级。其一，治理手段从消费者“事后投诉”升级为“事前授权”，对消费者拒接、拒收信息和电话的权力有了明确规定和界定，用户未明确同意的，同样视为拒绝；其二，“不得擅自变更、隐藏、冒用电信网号码”等规定聚焦号码资源等源头端，加大发送端口检查力度；其三，工信部将建立全国统一的“谢绝来电”平台，引导相关组织或个人尊重用户意愿规范拨打商业性电话。

“花样翻新”的垃圾短信需要强而有效的法规监管，规定出台后，相关部门应进一步细化落实，斩断非法链条的每一根触角，还公众一份安宁。

## 跟垃圾短信说「再见」

赵壹晨

## 互联网大咖秀



## 纳林·佩雷拉：技术是主导市场的关键

海外网 吴倩

Mobitel（莫比特）是斯里兰卡的国家移动网络运营商，也是斯里兰卡第二大移动网络运营商，拥有超过数千万用户。纳林·佩雷拉（Nalin Perera）是该公司的首席执行官。

纳林·佩雷拉拥有市场营销研究生文凭，并在科伦坡大学取得商学硕士学位，之前还曾是一名橄榄球运动员。在2001年加入Mobitel时，他已经在电信行业工作了十多年。早在1989年，纳林·佩雷拉就注意到斯里兰卡的电信服务收入正在增长，作为一名年轻的推销员和先驱者，他决定加入这个行业。在最初几年里，营销一直是他的专长，并且在多家公司担任过市场主管等职务。

2001年，已经具备丰富业内经验的纳林·佩雷拉开始在Mobitel担任市场营销总经理，之后晋升为市场营销高级总经理和联络中心运营高级总经理。他还担任过首席营销官一职，并于2015年接任Mobitel首席运营官的职责。作为斯里兰卡移动通信行业的资深人士，纳林·佩雷拉不断引领公司迈向快速发展阶段。

纳林·佩雷拉还将预付费概念引入斯里兰卡，这一理念彻底改变了移动行业，他也成为斯里兰卡移动行业快速增长的主要贡献者。在推出预付费服务后，他还开创了增值服务和企业业务解决方案等几项革命性的产品和服务，并于2017年被任命为Mobitel的首席执行官，此后带领公司在移动服务行业以外的多个领域取得了良好的发展，并将公司业务扩展到数字医疗、企业业务解决方案、移动货币、数字服务等领域。

纳林认为，技术是突破创新和主导市场的关键。为使员工掌握最新技术，他安排公司定期举办培训课程，使员工具备最佳的知识技能，从而更好地提升自己、发挥潜力。

对于在电子商务行业奋斗的新兴企业家，格林建议：“在未来3到5年内，你要有一个坚定的目标。相信你的目标，并努力朝着实现目标的方向发展。要不断发展和学习创造价值，并且欢迎建设性的批评，不管是积极的、消极的还是中性的，不同的意见能使你成为生活和工作中更好的人。”

图片来源于网络

每5.4秒就有一场直播 年线上销售额超300亿

## 线上宠物经济崛起

本报记者 叶子

“太可爱了！”“这只猫的眼睛像蓝宝石一样美”……如今，爱看宠物直播的人有不少。在蠢萌的宠物背后，隐藏着宠物经济的庞大市场。《2019年中国宠物行业白皮书》显示，2019年中国城镇宠物（犬猫）消费市场突破2000亿元，整体规模达到2024亿元，同比增长18.5%。宠物经济崛起，尤其是线上，宠物消费异常火爆，商业模式更加多元。

## “云吸宠”流行 隔着屏幕撸猫撸狗

在北京工作的小陈表示，如今生活节奏快、压力大、陪伴少，“云吸宠”（在网上观看别人拍摄的宠物视频）能让人放松心情、打发时间。“看蠢萌的柴犬啃零食在主人的哪只手里，或者是看精力充沛的喵星人和自动发球机大战几十个来回，都能缓解压力。”

快手大数据研究院日前发布《2020快手宠物生态报告》。报告显示，快手宠物短视频的单日最高播放量达7亿。截至2020年5月，快手上每5.4秒就有一场宠物直播，场均直播时长1小时，日均直播时长1.6万小时。宠物观众数量超1亿，活跃宠物作者数量也达7.5万，“80后”“90后”宠物作者占比达80%。早在今年3月，淘宝发布的《淘宝经济暖报》也显示，2月份淘宝上宠物直播的场次同比增长375%，每天有100万人在淘宝直播上看宠物。

其实，不只是作为“国民萌宠”的狗和猫，鸽子、观赏鱼、仓鼠、羊驼、爬虫、乌龟等宠物同样备受关注。在快手平台上，羊驼短视频日均播放量超120万，变色龙短视频日均播放量超60万。

除了卖萌搞笑，宠物的带货能力不容小觑。今年“6·18”促销期间，抖音宠物主播“汪小隐严选”与宠物垂直电商E宠合作，直播带货金额达208万元，累计观看总人次近百万。

## 为爱宠下单 电商宠物品类火爆

天津的杨先生有20多年的养狗经验，他告诉记者，现在宠物经济越来越发达，产品和服务越来越细致。早先宠物可能吃剩菜剩饭，如今有狗粮猫粮，还有各种补充营养的食品；以前养狗早晚遛遛就行，现在还得买玩具逗它开心。如果要让宠物过上“精致”生活，必不可少的是金钱投入。

据《2019年中国宠物行业白皮书》显示，宠物食品是宠物产业链中的重要一环。2019年人均单只宠物犬年消费达6082元，人均单只宠物猫年消费金额为4755元，同比增长10.3%。如今，这些消费很大部分转移到线上。无论是日常网购消费还是电商节日大促，为宠物下单、囤货成为新的消费热点。

今年8月举办的第23届亚洲宠物展上，阿里妈妈联合亚宠展、天猫宠物行业发布宠物经济系列报告，过去一年宠物行业线上销售额超过300亿，天猫淘宝占比超过七成，天猫平台上宠物品牌数量的增速同比超过60%。

除了宠物食品，健康、玩乐、打扮、社交活动相关的宠物消费需求呈上升态势。在宠物出行相关消费的搜索中，宠物车载帐篷增长了三倍，宠物太空舱增长超过200%。疫情后智能养宠兴起，自动猫砂盆增长879%，自动饮水机增长120%。

宠物外卖也迎来爆发。饿了么发布

的《2020宠物外卖报告》显示，过去一年，饿了么宠物外卖订单增长135%，用户平均一单消费125元。目前，饿了么上宠物商品、服务超过3000种。猫粮、狗粮、猫砂、罐头、零食等商品的销售增长都超过100%。

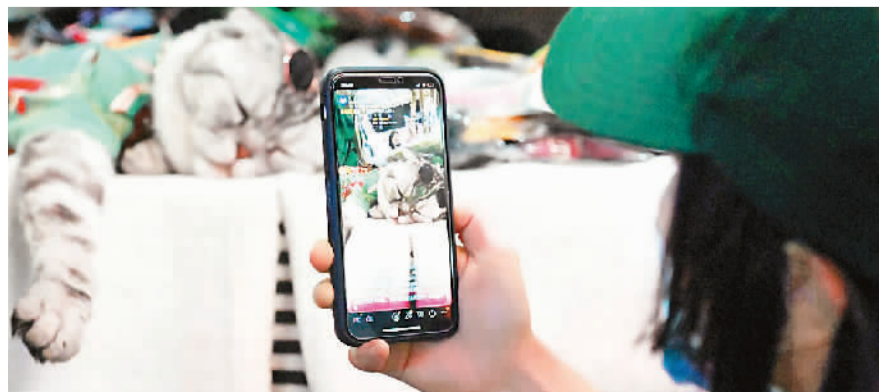
## “它”经济崛起 产业链条日益完善

以宠物为核心的“它”经济正在崛起，业内人士表示，从养宠人群的年龄段来看，“80后”“90后”成为中国养宠“主力军”，消费群体的年轻化，推动线上宠物经济走向繁荣。除了宠物买卖，宠物食品、托管、服饰、美容、摄影、医疗、殡葬、保险等细分赛道的商业模式不断推陈出新，且与产业链条紧密结合。

例如，层出不穷的线上宠物课程，

单价从1元到数千元不等，内容涵盖宠物的日常饲养、美容造型、医疗护理，帮助用户了解宠物生活习性、读懂宠物心理、训练宠物技能；许多宠物博主通过线上的知识分享为线下的宠物美容、宠物医院、宠物寄养等服务引流宣传；也有萌宠博主将宠物打造成IP进行变现，如推出玩偶、钥匙链、手机壳等周边产品来盈利。

华创证券分析，近年来，在国内一二线城市，宠物正远离曾经看家护院的功能，向纯粹的情感寄托功能演变，宠物市场发展潜力巨大。当前全国家庭宠物保有率仅4.4%，最高的上海也仅为19.8%，而美国的宠物保有率达68%；就宠物平均消费金额看，中国也仅为美国的1/3，日本的1/5。预计未来五年，中国宠物行业能够保持年均15%以上的增速。



在河南郑州的“夜猫市集”上，一名女孩在直播宠物猫。

新华社记者 张浩然摄