

网上中国

中国建成全球规模最大的信息通信网络

“云上”经济有了“硬”支撑

本报记者 高乔

工信部相关负责人近日表示，中国建成全球规模最大的信息通信网络，固定宽带和移动网络端到端用户体验速率较5年前增长约7倍。中国5G发展取得领先优势，已累计建成5G基站超81.9万个，5G手机终端连接数达3.1亿户。专家表示，信息通信网络的跨越式发展，为数字经济发展提供“硬”支撑，为中国经济转型增添“云”动能。

高速网络让生活更便利

在电商直播中“秒杀”爆款单品；通过手机地图导航精准定位、智能规划路线；用视频会议软件轻松线上办公……近年来，越来越多细致便利的线上服务融入人们日常生活。在这些点点滴滴的“小便利”背后，是信息通信技术支撑的“大网络”。

近年来，中国网络能力显著提升，用户速率大幅跃升。根据国际测速机构数据，中国移动网络速率在全球排

名第4位，固定宽带速率在全球排名第16位。网络变快了，连接更便利了，人们的线上联系更实时同步了，随着高速便利、万物互联的宽带网络迅速发展，由此催生的新应用、新产业、新业务，正在改变每个人的生活。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林接受本报记者采访时说，新一代高速通信网络将提供更低延迟、更大设备容量和更高带宽的网络，并提升网络运行的稳定性，这将促进数字产业中新兴应用的普及。虚拟现实（VR）、无人驾驶等新兴数字产业的发展成熟在高速网络时代成为可能。

信息通信网络的强大支撑，为各行各业数字化转型提供新思路和新方法。“数字产业化是数字经济发展的根基和动力源泉。”中国信息通信研究院副院长王志勤表示，新一代信息通信技术与生产制造体系等深度融合，是加速各产业数字化、网络化、智能化发展的关键支撑。

5G助力数字化转型

新冠肺炎疫情发生后，“云会议”“云课堂”“云问诊”等“云上”活动火了。5G高清视频功能有力支撑了实时直播、远程医疗、网上办公、在线教育、红外测温、健康码等防疫应用。

目前，全国超过2300家企业开展5G创新应用项目4200余个，在港口、媒体、医疗等多个领域展开积极探索。5G技术的发展正为推动生产效率提升和经济增长模式转变提供新动能。

工信部数据显示，中国已累计建成5G基站超81.9万个，覆盖全国所有地级以上城市，建成全球规模最大的5G独立组网网络。中国信息通信研究院预计，到2025年，5G将带动1.2万亿元左右的网络建设投资，拉动8万亿元相关的信息消费，直接带动经济增加值2.93万亿元。

“目前我国在5G技术标准、设备、网络、应用等方面拥有优势。加快部署5G网络，探索5G应用发展，将有助于把我国领先的技术优势转化为市场优势，为我国经济社会向数字化转型筑牢基石。”王志勤认为，作为新一轮科技和产业革命的关键技术之一，5G将与物联网、大数据、云计算、人工智能等技术融合，形成一系列新业态新模式，赋能经济社会各个领域，建设5G网络能更好拓宽经济增长空间。

“5G技术可以促进传统产业加速网联化和智能化，帮助传统产业更加广泛地收集数据，优化产业生产和运营过程。物流、安防、智能家居和智能穿戴行业受5G技术影响较大。”盘和林认为，未来，中国数字产业的发展，将借助提质增效来推进5G的普及，围绕场景需求来推进5G应用的商业化，为互联网经济的发展提供新的可能性。



▲在安徽省合肥市蜀山区大别山路与鸡鸣山路交口附近，塔工在铁塔高处安装5G信号设备。 陈三虎摄（人民图片）

▲工作人员在海口美兰国际机场二期航站楼内将检测后的5G网络设备归位。 新华社记者 蒲晓旭摄

“提速不提价”更好用

取消手机国内长途漫游费、流量漫游费，推出“流量当月不清零”“提速不提价”；面向中小企业连续推进宽带和专线降费……在搭建信息通信网络基础设施的同时，一系列网络提速降费的举措，为人们提供更多用得上、用得起、用得好的信息服务。

据悉，在“用得上”方面，农村和城市“同网同速”，城乡“数字鸿沟”明显缩小；“用得起”方面，2020年下半年以来，随着5G建设发展进程加快，移动网络单位流量平均资费又下降了10%。据全球移动通信协会监测，中国移动通信用户月均支出是5.94美元，低于全

球11.36美元的平均水平；“用得好”方面，移动App超过350万款，丰富了人们的生产生活。

中国对以5G网络、千兆光网为代表的信息通信网络建设不断加大投入。近期，工信部发布《“双千兆”网络协同发展行动计划（2021-2023年）》，将推动工作重心从网络“覆盖普及”向“提速提质”转变，从“普惠降费”向“精准降费”转变，加快形成“双千兆”互补互促的发展格局，更好地赋能千行百业。

工信部相关负责人表示，将持续推进5G快速健康发展，持续提升产业基础能力和产业链现代化水平，着力打造融合应用生态。同时，稳中有进推动6G发展，深入开展6G应用场景研究，着力推动关键技术突破，积极促进国际交流合作。

是送福利还是挖陷阱？

当心那些“能赚钱的App”

本报记者 袁子涵

收到过好友发来的推广链接，如点击下载一些软件。不少App在吸引用户点击下载后，又会以诸如“成功推荐亲朋好友得奖励”之类的诱惑，吸引用户向身边亲友介绍“拉新”，加速了此类App的“跨圈”传播。

赚钱背后“套路”多

在赚钱类App上获得收益，真的毫不费力吗？一次偶然的机会，家住北京的张女士经同事介绍，下载了一款号称“刷刷新闻就能赚钱”的资讯App。但她在用后发现，要想真正在这款App上赚到钱，“那是比登天还难”。

张女士告诉记者，在该App中阅读新闻、分享资讯、推荐好友注册、每日签到等都可以获得金币，金币可以换取为奖励金并提现。这个赚钱模式看似十分合理，可实际上却有着层层“套路”。

首先，按照规则，要想赚取1元的奖励金，用户需要在App中浏览500分钟左右的信息。“花大量时间耗在App上赚这1块钱，很不值。”其次，想赚到了钱就马上提现也不可能。App规定，用户累计攒够30元奖励金，才能选择提现。而在累积奖励金的过程中，“赚钱”的门槛会越来越高，任务难度和体量会成倍增长。面对越来越繁琐的任务，张女士最终选择“卸载”了。

更让人气愤的是，忙活半天没把钱提出来，还可能把自己个人信息给“卖”了。大学生小萱曾经是一款游戏类赚钱App的用户，后因任务的不合理没两天就选择了放弃。但在下载App之后一两个月，小萱开始频繁接到骚扰电话，内容大多与网贷或“刷

单”相关。回忆起最近的经历，赚钱类App成了最后锁定的问题来源。“在注册用户时，我填了真实姓名、手机号、身份证号和个人地址通过实名认证，明显是这个App泄露了我的个人信息。”

社会呼吁行业监管

App赚钱真的没有那么简单。从注册使用到提现，整个过程圈套重重，一不留神，不仅白费功夫，还可能被“坑”。

有律师表示，赚钱类App目前还处于法律真空之下，没有资质保证，游走于监管的灰色地带。如果不通过立法去规范这类行为，可能会由此引发违法犯罪行为。

其中，有部分赚钱类App存在

鼓励发展“下线”，使老用户、新用户之间构成上下层级的现象。而参加者本人则直接以间接发展的“下线”人数为依据计算和给予报酬，形成了“金钱链”。这些披着“赚钱”外衣的奖励模式与传销的构成要件相似，容易使用户不知不觉中被卷入传销的漩涡。

同时，在赚钱类App中还存在虚假广告宣传的问题。专家表示，赚钱类软件如果以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者，已违反广告法的相关规定。

面对赚钱类App产业中存在的乱象，业内人士指出，公安、市场监管及网信等有关部门应积极行动，合力整顿，同时建立规范和专业的监管体系，加强此类App的准入审查、用户信息管理和资金监管，促进行业健康发展。



传销陷阱

徐俊作（新华社发）

互联网大咖秀



彼得简·范德皮特：

非接触式交付让服务更安全

海外网 陈菲扬

外卖超人（Delivery Hero）是欧洲跨国在线送餐服务公司，总部位于德国柏林，公司始终致力于为广大用户提供最优质的在线外卖送餐服务。彼得简·范德皮特（Pieter-Jan Vandepitte）是该公司首席运营官。

范德皮特毕业于比利时鲁汶大学应用工程专业。在加入外卖超人之前，他曾是全球顶级管理咨询公司麦肯锡（McKinsey & Company）的管理顾问，还担任过团购网站Groupon的国际副总裁。多年来，他在销售、零售、客户服务等领域积累了丰富的经验。

2015年8月，范德皮特加入外卖超人公司，担任其首席运营官，负责公司国际市场。作为首席运营官，他用专业知识为公司管理委员会带来了巨大价值，使外卖超人扩大其全球足迹，并推动公司业务的进一步发展。今年5月，他被任命为公司管理委员会成员。

外卖超人是德国外卖订餐平台、欧洲最大的创业公司之一，服务遍及亚洲、欧洲、拉丁美洲

等。公司经营着广泛的本地品牌，提供令人惊叹的体验——快速、轻松和上门。

据悉，该公司追求的策略是专注赢得新客户，同时为现有客户优化使用体验。如今，公司开拓快速商业服务Q-commerce，以应对不断变化的客户行为。范德皮特说：“凭借我们的物流专业知识和能力，公司正处于一个绝佳的位置，能够将Q-commerce确立为行业新标准。我们可以为客户提供广泛的选择和超快的交货，这正是客户所期待的。”

此外，外卖超人还加强了对当地餐馆和配送生态系统的的支持。为保护消费者、乘客和餐厅的健康安全，公司提供无现金和非接触式送货服务，将免费送货选项扩展到大多数用户。范德皮特表示，公司积极协助杂货店和餐厅合作伙伴开展营销活动，并帮助许多新的供应商加入平台，使其能进行在线交付。“我们希望提供良好的用户体验，公司推出了非接触式交付，使我们的服务更加安全。”

图片来源：外卖超人官网

看视频赚钱、玩游戏赚钱、读新闻赚钱，甚至走路睡觉也能赚钱……面对这样的宣传，你心动了吗？近年来，一批打着“躺赚”“走赚”“玩赚”旗号的赚钱类App频频出现，凭借听起来毫不费力的收益方式，吸引大批用户下载安装。那么，使用者真的能从中赚到钱吗？

广告推广无孔不入

在玩游戏、刷微博、看短视频时，不少用户都曾看到过植入的赚钱类App广告。这些广告的宣传语无不强调，只要利用零散时间在赚钱类App上进行简单操作，就可以获取相当丰厚的收益。低投入高回报的诱惑，吸引不少用户点击广告链接下载软件。

同时，网上随处可见的“赚钱经验贴”，也为赚钱类App带来不少流量。“给大家介绍一个通过阅读赚钱的App”“真的可以赚钱的App”“我是怎么用某App赚钱的”，这些遍布于网络平台的“经验贴”，看似是一篇篇个人的经历记录，而实际大多是在打着分享经验的幌子，为App做推广。

除去铺天盖地的植入广告和“软”推广，人与人之间的实际关系网也成为赚钱类App借助传播的工具。在社交软件上，不少手机用户都