编辑部的故事

澄清事实 以正视听

——本报谈人民币汇率文章引网友热议

本报记者　罗　兰

今年以来，人民币汇率一改升值惯性开启了贬值之旅，这引起国内外广泛关注。美国近日也发出声音，表示若近期的人民币贬值暗示中国将背离向市场汇率机制转变，将引发“严重关切”，言外之意是中国政府有意干预了最近的汇率走势。事实上，有涨有跌是人民币汇率市场化改革的必然体现。美国的言论歪曲事实，混淆视听，为此，《人民日报海外版》记者及时采访专家进行解读，以还事实真相。

《美指责人民币汇率又唱老戏本》一文发表在4月9日财经版头条位置。文章见报后引起很大反响，截至当天上午10时多已有80多家网站在首要位置进行转载。网友评论说，“美国一再干预别国汇率，党报批得好！”还有的读者表示：“人民币升值让中国外贸企业承受了多少痛，而美国稍不如他的意就跳脚指责别人，岂有此理。”

市场走势稍不如意　跳起脚来怪罪他人

美指责人民币汇率又唱老戏本

文章开门见山戳穿了美国一再干预人民币汇率做法的意图：升值对自己有利，美国便施压人民币升值，要求人民币市场化，绝口不提自己干预汇率的行为；贬值对自己不利，美国就蛮横指责中国干预汇率。

专家指出，人民币汇率自2005年以来不断攀升，而与此同时，中国经济则承受了诸多损失：外贸企业出口竞争力受挫；大量热钱涌入，资产价格大幅上扬。

对于美国的指责，文章请专家进行了分析，指出：最近人民币贬值主要与大家对中国经济下行的担忧，以及美联储消减QE（量化宽松政策）以及加息预期使美元走强有关。在国内外经济发展起伏不定的背景下，逐渐走向市场化的人民币汇率必然涨跌互现，不可能只升不降。

“只许州官放火，不许百姓点灯”，专家指出，汇率干预本身是很正常的，根据国际货币基金组织的条令，中国是可以实施对外汇市场的干预的。美国政府有很强的外汇市场的干预手段，甚至可以联合日本和欧洲的政府实施汇率干预。

文章再次强调，美方之所以指责中国，关键是人民币贬值的态势出现了，他们认为这种情况会削弱自己的竞争力。使自己的利益最大化，别人的利益最小化，这就是美国货币政策的初衷。

人民币是否就此跌入贬值通道？文章最后分析了汇率走势，认为良好的经济基本面和较大的利差，决定了人民币汇率不会单向跌入贬值通道。未来有升有贬的双向浮动将成为常态。

360新闻　一周新闻热搜词　http://sh.qihoo.com

全国景区游客爆棚	深圳零首付购二手房
马航客机失联满月	马伊俐哺乳照曝光
微软XP正式退休	丁俊晖斯诺克夺冠
丽江束河古镇火灾	网曝李代沫囚服照
刘强东承认恋奶茶妹妹	中介助推“死不起”

新闻客户端：何方突围？

彭　佳　吴　杨

在“4G时代”的背景下，智能手机、平板电脑因其便携性、交互性和人性化的使用体验而成为引领潮流的主流媒介终端，也丰富了人们获取信息的方式。从最早的纸质媒介阅读，到后来PC端上的各种新闻网站，再到目前种类繁多的移动新闻客户端，人们的阅读习惯正在慢慢改变。

当“PC端”遇上“移动端”

根据数据研究机构速途研究院的报告，2014年第一季度手机新闻客户端用户规模达到3.78亿，环比增长6.78%，同比增长47.66%。新闻客户端已成为网民获得新闻资讯的重要工具，其用户渗透率逐步提高，市场规模不断增大，通过客户端获取信息的方式已经悄无声息地渗透到手机用户的点滴生活。

数据显示：近七成用户习惯在睡前浏览客户端新闻；其次为上下班途中、午休时间以及无聊时分；另有部分用户习惯晨起时关注最新事件。也许要不了多久，PC端的新闻网站就将被移动端的新闻客户端全面超越。

读者在向移动客户端转移，市场竞争不仅来自于各大门户网站，也有新崛起者前来分一杯羹。综合多个应用平台下载数据，2014年第一季度中腾讯、搜狐新闻客户端的下载量突破一亿次，网易新闻9389万次位列第三；美誉度方面，今日头条以9.3高分稳居第一，凤凰新闻位列第二，ZAKER、百度新闻紧随其后，腾讯、央视、人民新闻以及鲜果客户端评分皆在7分以上。

移动品牌各有千秋

纵观脱颖而出的移动新闻客户端，海量的信息、强烈的互动性和原创性是其共性。以今年两会报道为例，腾讯新闻客户端独辟两会频道，入口明显，信息集中；网易新闻“革弊出新”聚焦近些年的改革主题，梳理历史；搜狐新闻客户端则主打互动牌，开辟调查专区，调动了读者的参与热情。

值得一提的是，刚上线不久的海外网新闻客户端在重大新闻突发事件中表现突出，结合官方媒体的权威性，展露了一流媒体的专业素养。譬如在“马航失联”的系列报道中，紧盯各项发布会的实时直播，利用国际化的人才队伍和外语能力，现场翻译，在报道速度上与CNN等国际主流媒体争抢先机，做到了快于PC端媒体及传统媒体。

如此火热的竞争局面是否只会是昙花一现？知名客户端品牌ZAKER的CEO 李森和认为，移动阅读适应了刚性需求，只要门户业务不放弃，就不会放弃移动端。

安全与智能是两大突围法宝

面对竞争不断加剧的市场，新闻客户端今后的路该怎么走？用户在面对海量的新闻客户端时又该如何选择？对于设计者和运营者来说，安全和智能也许是今后发展的两大“法宝”。

人民网副总编辑许丹丹表示，客户端可随时读取用户通讯录，对于用户的隐私保护较差，同时相较其他应用，更容易带来病毒。只有客户端安全技术得以提高，用户利益才能不受侵犯。

同时，还要提升智能化水准。“今日头条”客户端不需要用户做任何操作，就能够自动为用户推荐个性化的、用户自己真正感兴趣的信息，并且使用次数越多信息推荐就越准确。由于产品的易用性以及用户的满意度较高，这款应用获得了360颁发的年度黑马奖。由此可见，智能化体验是客户端未来争取用户的一把利器。

在开发过程中，“平台偏见”是不可取的，产品支持多平台、提升兼容性才能把控住中低端各档消费人群。工信部的专家称，2015年智能终端占比将达到50%，低端手机是主流。手机客户端的开发与升级，若是不考虑低端手机用户的市场，将丧失巨大盈利潜力，也有违大众传播的本性。

毫无疑问，新闻传播将因移动客户端而更加迅捷，阅读体验将因移动客户端而更加便利，用户生活将因移动客户端而更加丰富多彩。移动客户端是数字时代一朵偶然与必然共生、科技与生活交织的奇花。

新媒体的“挣钱经”

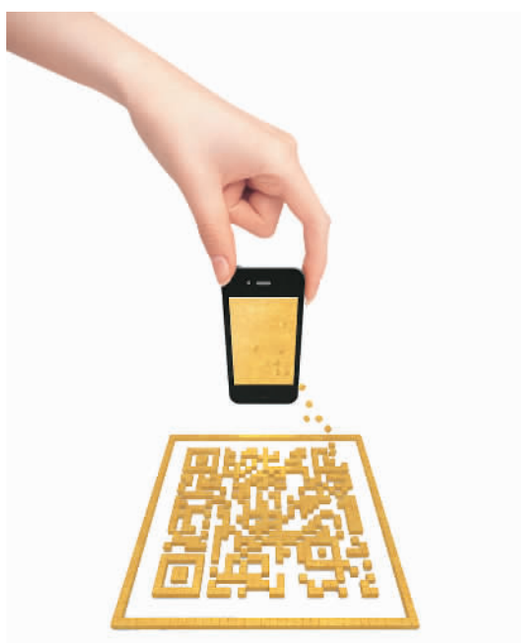
蔡亦楠

如果你的手机里有一款叫作“纸指天下”的软件，并恰巧在杭州的路边看到了它的终端机——那么恭喜！你可以通过扫描二维码的方式从中获得一包免费纸巾。

这些免费纸巾的奥秘就藏在每张纸巾上印的广告中。通过广告收入，“纸指天下”的开发者既可以获得盈利，又可以为用户提供免费纸巾，一举两得。在信息时代，新媒体形式层出不穷，许多企业也将眼光投向了寻常物件：纸巾、扇子、纸笔……都成为广告的投放媒介。

新媒体平台如何让钱“到碗里来”

媒体作为信息传播的载体、人际沟通的平台，看似十分“公益”、无营销目的，但实际上，微博、微信、QQ等平台在为用户提供沟通便利的同时，也通过广告、增值服务等方式盈利。



人们常常将微博和微信相提并论，实则二者的属性和定位有所不同，盈利方式上也稍有差异。微博带有较强的媒体特征，因而广告也就成为主要收入；而微信的社交性更强，沿袭了腾讯产品的盈利模式，主要依赖增值服务及游戏收入。

根据新浪2013年第四季度的财务简报，新浪微博在此季度的广告营收为5600万美元，同比增长163%；微博非广告业务营收1540万美元，同比增长114%。可以看出，广告收入仍是微博的主要盈利方式；而在微博的非广告业务营收中，有很大一部分是增值服务。

微信则因其社交性而不那么适宜推送广告。因此，微信将主要收益点放在了增值服务、游戏、商业平台（公共账号）上，发展路线也遵循了腾讯产品“用户模型—两年—收入模型”的思路。

基于互联网的新媒体平台能够增加用户网络使用流量，因而可以根据流量从网络运营商处拿到合理分成。

部分新媒体产品不想赚“快钱”

除了平台本身，新媒体所带来的衍生品也让用户尝到了甜头。打车软件便是一个例子。每单乘客10元、司机15元的补贴让嘀嘀打车和快的打车在春节期间着实“火”了一把。阿里巴巴、腾讯两大企业为何要积极为打车补贴买单？

在过去的77天内，腾讯共为嘀嘀打车投入14亿补贴资金，阿里的投入也与之不分伯仲。二者如此“较劲”，只有一个目的：争夺用户群，抢占第三方支付市场。

阿里和腾讯对打车软件的投资则并非着眼于短期利益，而是为长远利益铺路。说起持续近三个月的“打车大战”，艾媒咨询CEO张毅表示，这实际上是阿里、腾讯两大互联网巨头的移动入口之争，最终目的是增加支付宝或微信的银行卡绑定数、培养用户的移动支付习惯，从而抢夺移动支付用户。何况，腾讯14亿元的投资换来的是1亿的用户群。这样算来，获得一个用户的平均成本不到20元，非常划算。

打车软件虽然在短期内无法获得收益、反而需要投资补贴，但在长远上却有利于企业发展。这是另一种意义上的“双赢”。

新媒体金融中的“小鱼钓大鱼”

互联网金融也是新媒体平台带来的重要衍生品。自2013年6月起，各类互联网金融产品便成了热门。在习惯银行百分之零点几的活期存款利率后，余额宝高于活期存款10倍的收益让人大呼获利。但这也不禁让用户好奇：与阿里巴巴合作推出余额宝的天弘基金获得收益理所当然，而马云又如何通过此产品盈利？

同快的打车类似，目前盈利尚未成为余额宝的首要目的，阿里的用意在于打开互联网金融的新局面，换取更大的市场——余额宝让支付宝具备了吸储功能，此后阿里便有机会通过常规金融获利模式盈利。这是典型的“小鱼钓大鱼”游戏。

当然，作为平台和“中介”性质的余额宝也有自己的收益模式：获取技术服务费。天弘基金按照占余额宝规模（目前已超过2500亿元）0.3%的指标收取管理费，然后，再按照销售服务费率支付给阿里技术服务费。

与之类似，微信同华夏基金“财富宝”合作的“微信理财通”也凭技术服务费盈利。不过，相比“余额宝”，今年1月才上线的“理财通”势力较弱，因而其首要目的也并非盈利，而是在互联网金融市场被余额宝抢先占据的情况下尽量争取用户，在此市场中分得一杯羹。

习近平魅力访欧都说了什么？

4月4日海外版　05版

摘要：“我这次欧洲之行，就是希望同欧洲朋友一道，在亚欧大陆架起一座友谊和合作之桥。”4月1日，在比利时布鲁日欧洲学院，习近平主席用这样的话，为访欧之旅作结。11天的时间，习近平主席到访4个国家，参加了84场活动。在这些会见、讲话、署名文章中，习近平主席都讲了什么内容？本报从8个方面为您呈现。

凤凰网网友“凤凰首”：习总重基层，关民生；致力于和平外交，广交世界各国朋友。相信祖国在习总的努力下，将会更繁荣昌盛。

凤凰网网友“春姑娘来了”：得人心者得天下，习总书记的各项举措，老百姓支持，相信中国明天会更好！

网易网友“帅气都教授”：习总书记日理万机为老百姓从双边关系中谋福利，真的很辛苦！

网易网友“路上风起云涌”：经过这几天的访问，不管在哪国都收获颇丰，希望将来有更好的机会好好深入发展贸易伙伴关系。

网易网友“单反摄影迷”：习总出马，国际大单接踵而来，各国争相与中国经济往来，真好！

安倍“强军梦”，仅是一个“梦”！

4月5日海外版　03版

摘要：日本日前召开内阁会议，通过了取代“武器出口三原则”的“防卫装备转移三原则”。为掩人耳目，博取舆论理解，安倍特意将“武器”改为“防卫装备”，将“出口”变为“转移”，故伎重演。随着“防卫装备转移三原则”的通过，安倍在愚人节这一天向世界各国开了一个冠冕堂皇的玩笑。对此，安倍已经步步为营，准备良久。

腾讯微博网友“苍鹰”：应坚决打掉安倍的狂妄！经济上围堵是上策，没钱什么他都做不了。

环球网北京市网友：应该清醒地看到，安倍的强军梦，不是空想，而是在一步步落实中。“武器出口三原则”放弃了，行使集体自卫权得到了美国的支持等不都是硬邦邦的事实吗！中国对此绝不能掉以轻心，失去警惕是要吃大亏的。

环球网安徽省合肥市网友：别管人家的梦是真是假，首先脚踏实地地实现中国的强军梦才是真的。

新浪微博网友“少玄1230”：日本整体右转，军国主义抬头，潜移默化长期洗脑已经没有罪恶感，谎言重复千遍就变成了真理，这就是日本真实的写照。中国政府应该警惕，提高自己的军事实力，不要幻想美国的制约。