携手推动全球互联网新进程

——鲁炜在二〇一六年新春招待会上的致辞

图为国家网信办主任鲁炜发表致辞。

本报北京电 国家网信办1月27日在京举行2016年新春招待会。来自63个国家的123位驻华使节，近百位互联网企业和机构、媒体代表及有关部门负责人共400余人相聚钓鱼台国宾馆，共迎新春。国家网信办主任鲁炜发表致辞。

鲁炜表示：即将过去的羊年，是中国互联网喜气洋洋、繁荣发展的一年，也是中国与世界各国深化网络合作、实现互利共赢的一年。

这一年，我们大力推动网络和信息化事业的发展，中国网民规模达6.88亿，手机网民6.2亿，网站423万家，中国国家顶级域名“.cn”注册保有量全球第一，电子商务交易额预计突破20万亿元，网络经济以30%以上的速度递增，互联网日益成为创新驱动发展的先导力量。

这一年，我们积极开展网络空间国际交流合作，成功举办了中美互联网论坛、中英互联网圆桌会议、中新互联网论坛等活动，围绕“一带一路”举办了首届中阿网上丝绸之路论坛、“中国—东盟信息港”论坛，中国在全球网络空间的朋友圈越来越大，赢得的点赞越来越多，合作成果越来越丰硕。

这一年，我们积极搭建网络空间“互联互通、共享共治”的高端国际平台，成功举办了第二届世界互联网大会，中国国家主席习近平出席大会并发表主旨演讲，从全人类共同福祉出发，提出推进全球互联网治理体系变革“四项原则”、构建网络空间命运共同体“五点主张”，赢得了各方高度赞誉，开启了全球互联网发展治理的新进程。

鲁炜说：新的一年，我们将进一步推动全球互联网治理体系变革，积极倡导国际社会在相互尊重、相互信任的基础上，共同解决互联网领域发展不平衡、规则不健全、秩序不合理等问题，合力应对网络攻击、网络犯罪、网络恐怖主义等严峻挑战，推动制定全世界都能够接受的、代表最广大国家利益的网络空间国际规则，让互联网成为既追求自由，又强调秩序的美好新家园。

新的一年，我们将进一步推动构建网络空间命运共同体，加强与欧洲、美洲等国家的合作，加快推进与亚洲、拉美、非洲等广大发展中国家的合作，加快推进与香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的合作，让互联网给人们带来更多实惠。

新的一年，我们将进一步加强与“一带一路”沿线国家的合作，通过网络的互联、信息的互通，率先打通“一带一路”的血脉经络，让“一带一路”真正成为共享的一带、共赢的一路。

新的一年，我们将坚定不移地实施对外开放的基本国策，中国互联网开放的大门永远不会关上。只要遵守中国的法律法规，不损害中国国家利益和消费者利益，我们热忱欢迎外国互联网企业和机构来华发展。

金台论坛：

监管元年之后 互联网金融当兴

海外网 孟 珂

自被称作“互联网金融元年”的2013年至今，中国互联网金融的发展已走过3个年头。在经历初期的“野蛮生长”之后，互联网金融在2015年经历了监管收紧的洗礼，这一年因而被称为“监管元年”。《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》及相关配套文件的出台使得行业发展有据可依，大数据征信的起步也使得该行业所处环境更加透明。

但伴随第三方支付、P2P网络借贷、股权众筹融资、互联网保险等多种业态的发展，违法违规现象层出不穷，互联网金融的负面影响正日益凸显。

如今，互联网金融已被纳入国家“十三五”规划建议中。而作为新兴行业的互联网金融尚有许多基础问题需要厘清。在此时点，海外网“金台论坛”于1月下旬以“‘正确打开’互联网金融”为主题，邀请十余位来自业界、学界的人士做客海外网，通过主题演讲、圆桌讨论的方式，为行业发展献计献策。

内涵之惑：并非互联网与金融的简单叠加

在互联网金融各种业态如火如荼发展的同时，互联网金融的概念却仍然存在争议。《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》中将互联网金融定义为“传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式”。多位专家在论坛上表示，对于其内涵还需做进一步的思考和探讨，但一致认为其本质即在于金融。

中国社会科学院金融研究所所长助理杨涛强调，厘清互联网金融变革发展背后的线索至关重要。“只有认清它背后的发展线索，你才能对自己所从事的事业、研究的对象有一个清晰的判断。比如，它是来源于技术还是来源于制度的推动？这些技术或制度所驱动的金融创新，究竟是短期过渡性的，还是中长期的重大变革？”

英凡研究院副院长杜艳认为，互联网金融的关键在于，是否具备借助互联网获取资产端和客户端的能力，是否具备借助互联网对数据的获取和对一个信用主体进行全生命周期的管理的能力。

与会专家充分肯定了作为技术和渠道的互联网对金融服务发展的推动作用。金城银行行长吴小平认为，互联网在金融服务上的运用使普惠金融成为可能，使资金流动和运营更有效率，并使我国和全球其他经济体的联系更加紧密。

风险管控：首先要了解网络的另一端是谁

风险管控作为金融的根本特质和要素，也成为互联网金融创新的关键。

现实情况不容乐观，以增长速度极快的P2P网贷为例，截至2015年12月底，在3858家P2P网贷平台中，问题平台数量接近三成。无论是经营不善，还是以e租宝为代表的非法吸储问题，都成为悬顶于行业之上的达摩克利斯之剑。

“金融通过互联网低成本甚至无成本地进行迅速扩张的过程中，前端的营销机会被迅速放大，但后端风险管理的漏洞也会因为海量数据的涌入而被同时放大。”苏黎世中国董事会秘书陈力骁说。另有专家表示，目前互联网技术的风控模型不完善、大数据使用中的隐私问题等都成为其区别于传统金融的风险所在。

新型的风险呼唤新型的风险管控。考拉征信高级副总裁徐彦之表示，这是他们成立互联网征信公司的初衷。“我们要解决的第一个问题就是在你对面的人是谁。互联网征信做的是互联网金融秩序的维序者和标度尺，从风险角度对企业做出评判。”

中国社会科学院金融研究所所长助理杨涛认为，风险管控是综合性问题。除监管层做出更多努力、行业内部不断地“良币驱逐劣币”之外，投资者教育与自我保护也是重要一环，不能单纯等待行业本身走向健全。

吴小平强调，互联网金融企业必须明白自己是在经营风险，

互联网金融金台论坛现场

因此需要具备先进的风险理念、技术和制度体系，具备强大的风险管理团队。徐彦之认为，风险管理首先需要注意用专业的人做专业的事，同时她建议大家使用互联网征信手段，创造绿色金融环境。

向何处去：规范发展才有更远大的未来

在经历“野蛮生长”和“监管元年”之后，互联网金融具备怎样的发展前景？江苏互联网金融协会秘书长陆岷峰表示，2016年注定是互联网金融规范发展的一年。规范并非限制创新，而是更有利于行业的健康与持续发展。

在P2P监管细则（征求意见稿）出台后，多地暂停P2P企业注册的消息受到关注。乐钱创始人兼CEO王炜表示，这一措施将给企业留下更多时间来思考其业务模式是否符合行业发展方向，行业也只有规范发展才有更远大的未来。

过去一年频频出现“老板跑路”现象的P2P前景如何？众信金融COO谭阳解释说，大量跑路的P2P企业并非行业主流，很多只是变相的民间借贷，只是将互联网作为分销渠道，并未创造任何价值。陆岷峰建议，P2P在2016年仍将是互联网金融各业态中发展最快的板块，但面对日益严重的资产荒，P2P必须更加关注优质资产。

挖财副总裁王志峰表示，2016年将是挖财寻求转型的年份，在更好地满足监管要求的同时，拓展资产品类，更好地满足客户多元化金融产品需求，成为公司着重的方向。

网贷之家北京总经理白洋表示，公司将坚守公开透明，客观公正的原则，为社会持续提供有价值的第三方指导意见。

“有人说互联网金融是一个非常好的中国故事，但也有人说它只是一个美丽童话。”在英凡研究院副院长杜艳看来，互联网金融因为与场景的结合而具备极佳的发展前景。由于触网，金融不再是一个孤岛，其服务能够随时随地发生。

陆岷峰表示，互联网金融的持续生命力有赖于和国家战略、实体经济的发展相结合，尤其需要与解决我国当前经济发展中的热点与难点相结合，当前，要更加注重供给侧结构性改革中互联网金融的定位和对策。

主流媒体 莫被谣言抢走“麦克风”

卢泽华

谣言猛于虎，花样几番新。最近有两则谣言搅动了公众神经。一是某男子将《阳江日报》政协会议开幕报道的标题篡改为“开放二妻政策”，并制成图片在社交媒体上传播。另一个是某主流媒体通过微信公号及客户端发布“北京邮电大学等多所北京高校即将搬离北京，迁往北戴河”的消息，被许多其他媒体转发，最后被北京市教委辟谣。

这两条谣言看似不同，却存在一个潜在的共同点——利用了主流媒体的权威性进行传播。前者直接伪造报纸版面，以假乱真，并通过新媒体渠道扩散。后者则是主流媒体的网络平台发布了未经深入核实的消息，进而引发大规模转载，三人成虎，真假难辨。

这些谣言反映出一个值得重视的新问题，即谣言开始以各种方式“寄生”在主流媒体上进行传播。过去，谣言的源头大都是自媒体，如今随着官方机构和主流媒体的辟谣工作扎实推行，公众媒介素养大幅提高，多数谣言已经可以不攻自破。但由于诸多内外部因素，许多谣言开始搭着主流媒体的顺风车向外传播。这包括两种方式：一是直接伪造信源，谎称是某主流媒体发出的消息，这种方式“简单粗暴”，杀伤力大，但较易破解。另一种是主流媒体的新媒体平台在过度求新求快的竞争环境中忽略了专业规范，一不小心就发布了虚假消息。这种谣言往往传播快，影响大，而且极大地伤害了主流媒体的公信力，负面效果明显。

新媒体时代，人人都有麦克风，任何声音都有可能被放大。而主流媒体的新媒体平台更是网络世界里的正规军、主力军。如果谣言用上了主流媒体这个“超级麦克风”，就无异于舆论界失去了正本清源的“定海神针”，此时的谣言传播速度之快、范围之广、危害之大就可想而知了。

既然谣言已经用上了“步枪火炮”，那主流媒体就不能再扛“大刀长矛”。这就要求主流媒体在发展新媒体时注意好两个方面。一是“看”好自己手中的麦克风。一方面，如今社交网络上信息良莠不齐，不乏有一些伪造信源的情况，主流媒体需要时时当心，不为谣言传播者“背黑锅”。另一方面，面临网络转载中出现的不实解读、篡改标题等行为，也要及时制止，必要的时候要采取一定的维权措施，防止自己的原创内容被误解误读。二是“用”好新媒体这个麦克风。在资讯发达、新媒体丛生的时代，新媒体产品的生产方式和传播特点决定了其严谨程度不如传统媒体，此时，主流媒体的新媒体平台就成为了网络信息的权威之源，定海神针，承担着设议程、正视听的责任。而在不断为不实消息辟谣的过程中，主流媒体自身也要加大自查力度，从而防止自己也陷入新媒体运营的“陷阱”，成为谣言的源头。

欲除杂草，必先种上庄稼，在网络舆场里，主流媒体就是可以去除杂草的庄稼。当谣言也玩起“无间道”，试图寄生于主流媒体进行传播时，主流媒体自己也该醒醒神儿，在使用新媒体的过程中，看好自己的麦克风，用好自己的麦克风，只有这样，才能让风“止”于青萍之末，让谣言消失于无形。

海外互联网大咖秀

拉里·佩奇：谷歌的筑梦人

刘 嶢

“一天晚上，我做了一个梦，醒来后我想：我们能不能把整个互联网上的内容都下载下来，然后只保留链接呢？我找了一支笔，把细节信息写下来，先看看这个构想到底有没有实现的可能。”

谷歌公司CEO拉里·佩奇曾不只一次地谈起过这个灵光一现的故事。整合全球互联网信息，使人人都可访问和使用——如今不可或缺的“搜索”，10多年前还被视为荒谬和大胆。

一个梦或许真的加速了整个互联网的发展进程。

梦醒后的第二年，拉里·佩奇开始了他的筑梦之旅。1998年，在取得斯坦福大学博士学位后，25岁的拉里·佩奇与好友谢尔盖·布林创立了Google（谷歌），地点在一间郊区车库中。公司的全部资产包括4台电脑和东拼西凑的100万美元。

在此后十几年的时间里，拉里·佩奇、谢尔盖·布林以及后来出任CEO的埃里克·施密特率领谷歌公司推陈出新，先后推出了谷歌新闻、谷歌地图、Gmail邮件、Chrome浏览器等改变互联网生态的产品。

“如果说历史可以照见未来，那么今天看似最冒险的赌注放在几年之后看也就不会显得那么疯狂了。”拉里·佩奇说。

2007年，谷歌向外界展示了免费开源的安卓手机操作系统，由此开启了智能手机时代苹果与安卓两分天下的格局。此前，正是拉里·佩奇促成谷歌收购安卓公司，凭借自己的远见影响了行业发展。

2011年，拉里·佩奇重归谷歌CEO岗位。这一次，他的“白日梦”更加离奇。在他的主导下，谷歌旗下的“登月”计划脑洞大开，从无人驾驶、机器人、可穿戴设备到热气球互联网计划、全自动家居、抗衰老科技，谷歌正在搭建起一座奇幻的未来工厂。直到去年，拉里·佩奇干脆重新调整业务架构，创建了新的母公司Alphabet。

《财富》杂志评价拉里·佩奇“是全球最有胆识的CEO，‘登月’项目中的任何

图为谷歌公司CEO拉里·佩奇

一项都可以改变数十亿人的生活。在这样一个只有偏执狂才能生存的时代，拉里·佩奇重新定义了偏执狂的无限野心。”

在微信朋友圈，一篇名为《拉里·佩奇23条箴言帮你渡过创业低谷》的文章很火爆。其中一句“箴言”说道：“我认为设立一个光芒万丈的梦想会让实现目标变得更容易。因为没人会这么疯狂，这样你才没有竞争对手。”

（作者为本报编辑）

微博成为政民互动首选平台

本报北京电（肖列） 1月20日，由人民日报、微博和新浪网联合主办的“倾听·对话·服务——2016政务V影响力峰会”在广州举行。来自中央网信办、人民日报、微博的领导和嘉宾，与百余位各地政务微博代表齐聚一堂，共同探讨政务新媒体的发展方向。

会上发布了《2015年政务指数微博影响力报告》。截至2015年底，微博平台认证的政务微博达到152390个，保持稳定增长。微博也成为最大的政务信息发布新媒体平台。2015年政务微博发博量达到2.5亿，阅读量达到1117亿。政务微博在社会管理创新、政府信息公开、网络舆论引导、倾听民众呼声、树立政府形象、群众政治参与等方面起到了积极作用，成为首个打通社会治理微循环的平台。

在民生关切的热点事件中，政务微博的联动性也进一步增强。2015年政务、民生、社会热点相关大事件的微博阅读量超过2000亿。在东方之星沉船事故、天津港爆炸、“9·3”阅兵等社会热点事件中，政务微博不仅跨行业、跨区域联动，而且和媒体微博也充分联动。报告指出，微博仍有强势的舆论场聚集效应，同时微博上舆论自净、自律趋势更加明显。微博上正能量扩展必然会反哺线下社会，进而改善社会舆论生态。

2015年政务微博共收到网友私信3.3亿条，回复评论1642万条。这表明网友已经习惯于通过微博与政府部门进行沟通。

广告处 电话 65369288 传真：(8610) 65003109 总编室 65369316 经营部门 65369405 发行部 65369319 零售周一至周四1元/份 周五1.5元/份 周六1元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066 广告许可证：京朝工商广字0153号