网上中国

移动支付用户达8.9亿 季度交易额首破40万亿

互联网金融须扎紧“安全带”

本报记者 卢泽华

打着“互联网金融”旗号的案件近年来频发。 徐 骏作 新华社发

繁荣背后有乱象

近日，据媒体报道，北京市民李女士在某理财手机应用上投资了5万余元，钱已经到账却迟迟没有回款。在联系客服未果的情况下，李女士去该公司索要说法。不想，公司注册地早已人去楼空。据了解，李女士只是该理财应用的众多受害者之一，目前，用户已经到当地刑侦大队报案。李女士的遭遇，是近年来发生的多起互联网金融案件的其中之一。

调研机构益普索发布的《2018上半年第三方移动支付用户研究报告》显示，目前中国移动支付用户规模约为8.9亿，第三方移动支付在网民中的渗透率超92%。据了解，2018年一季度中国第三方移动支付市场交易额首次突破40万亿大关。而随着中国互联网金融行业一路“野蛮生长”，该领域的诸多乱象也层出不穷。比如，支付过程中，用户身份信息、银行卡信息、密码信息等泄露严重；“恶意二维码”横行，许多人因“条件反射式”扫码不自觉中招，让许多网民损失严重。

同时，不少互联网金融平台游走于合法和非法之间，涉嫌虚假宣传和非法吸收公众存款，严重损害社会诚信和公众利益。比如，一些互联网金融平台在官网和手机应用程序的显著位置，用非常醒目的字体标注“稳健高收益”“国资控股”等内容，收益率动辄15%甚至20%以上；有的平台宣称“消费金融创新，消费全返”；等等。投资者投入毕生积蓄，一旦平台出事，拿回血汗钱遥遥无期。

来自国家互联网金融风险分析技术平台的监测显示，今年以来，含有虚假宣传信息的互联网金融网站数量有增加之势，到5月份已达到3377个。

重拳治理见成效

事实上，互联网金融诸多风险源自于目前的行业生态。

一方面，中国网络安全形势堪忧，目前网络安全专业从业人员只有3万人，面临70万到140万的巨大缺口，远远不足以应对如今严峻的网络安全问题；另一方面，信息技术作为金融业务的载体和手段之一，并没有让金融行业脱离其本身的风险属性，甚至增加了金融风险产生的可能。

如今，网络支付风险呈现蔓延速度快、隐蔽性强、潜伏期长、外溢效应明显的特点，支付行业在敏感信息保护、客户资金安全、业务连续性等方面面临较大压力。同时，互联网金融平台管理方不断将流入的资金投资到高回报的高风险领域，一旦投资失败，出现用户挤兑，银行系统将面临系统风险。

正因如此，近年来，政府加大了对互联网金融领域的整治力度。2016年，国务院办公厅印发《互联网金融风险专项整治工作实施方案》，按照《方案》中的部署，2016年7月底前完成开展摸底排查；2016年11月底前完成清理整顿、督查和评估；2017年3月底前完成验收和总结。

自专项整治工作开展以来，各地公安机关共立案1390起，对非法金融活动形成了有效震慑。数据显示，截至今年5月末，各地尚在运营的互联网金融从业机构2902家，专项整治以来共有5074家从业机构退出，不合规业务规模压降4265亿元。对于互联网金融新冒头的违规业务、新领域乱象，监管部门也果断出击、及时管控。据了解，目前国内88家虚拟货币交易平台和85家代币融资（ICO）平台全部实现无风险退出，在国际上引领了虚拟货币监管取向。大量涉嫌非法从事外汇交易的平台被清理取缔。

“专项整治开展两年来，各部门相互配合，中央和地方相互协调，互联网金融领域无序发展的势头得到扭转，总体风险水平大幅下降。”中国人民银行副行长潘功胜表示。

“强监管”是大趋势

虽然专项整治取得了巨大成效，但就目前来看，互联网金融领域风险防范化解任务仍然艰巨，适应互联网金融特点的监管体制机制有待进一步完善。

近日，中国人民银行会同互联网金融风险专项整治工作领导小组有关成员单位，召开互联网金融风险专项整治下一阶段工作部署动员会。会上，潘功胜指出，按照打好防范化解重大风险攻坚战总体安排，再用1到2年时间完成互联网金融风险专项整治，化解存量风险，消除风险隐患，同时初步建立适应互联网金融特点的监管制度体系。

其中，P2P（互联网金融点对点网络借贷平台）网络借贷仍是下一阶段互联网金融整治所确定的重点业态之一。根据工作方案，P2P网络借贷和网络小贷领域清理整顿完成时间，延长至2019年6月，其他各领域重点机构应于2018年6月底前，将存量的违规业务化解至零。

央行表示，下一阶段整治工作极为关键，各地要完善整治方式，强化整治力度，引导机构无风险退出，开展行政处罚和刑事打击，稳妥有序加速存量违法违规机构和业务活动退出。要加强监测预警，遏制增量风险，广泛开展投资者宣传教育。同步推进互联网金融监管长效机制建设，发挥互联网技术在提高金融资源配置效率和金融服务普惠性等方面的积极作用。

“当前整改期的一系列政策组合拳非但不会退出，未来还可能进一步强化。”苏宁金融研究院互联网金融中心主任薛洪言说。

云中漫笔

新技术高效更要好用

王 萌

如今，互联网影响着社会的方方面面，作为共享经济的代表，外卖行业经过几年高速发展，以每天几十万骑手、配送超过千万份订单的规模，成为服务业中重要的一环。数据显示，2017年，中国在线外卖市场规模突破2000亿元，在线订餐用户接近3亿人，超过400万名注册送货员。

看上去是劳动密集型的外卖行业，实际上蕴藏着大数据、云计算、物联网、人工智能等高新技术，正是这些新技术，使部分外卖平台在激烈竞争中脱颖而出，越做越强。

如何让用户感受到最快的到达速度和最优质的服务体验？商家借助科技创新，从最初简单辅助人工派单到现在智能物流调度系统派发，为送货员打造了“超级大脑”，让外卖配送效率越来越高。

目前，美团、饿了么、百度外卖均已研发出自己的智能调度系统，通过分析送餐数据，规划配送路径，极大缩短了外卖配送时间。当骑手遇到暴雨、下雪等极端天气时，系统还会分配给骑手更多送餐时间，确保骑手不会因为担心送餐迟到而超速，降低骑手产生交通安全事故的概率。数据显示，美团外卖平均配送时间缩至28分钟以内，饿了么智能调度系统已覆盖全国2000座市县，百度外卖70%以上订单都通过系统并单来完成。

此外，无人驾驶也成为外卖平台探索未来的重要技术方向之一。据行业数据统计，外卖骑手平均一天可以处理30单外卖配送订单，而未来3到5年，无人配送车的效率能够和骑手一样高。美团点评首席执行官王兴曾表示，美团正探索机器人补充配送技术，在无人车和无人机领域申请了超过60项技术专利，并计划于2019年实现无人配送规模化运营。

不断升级的需求倒逼技术加速转型升级，而技术转型升级如何深入市场应用，成为关键问题。

观察外卖市场，虽然通过智能调度系统可以为送货员更高效地分派任务，但其智能化程度仍需提高。许多送货员吐槽称，更换智能调度系统后反而接不到单，使用不惯。再比如，许多公司推出“无人驾驶外卖”的概念，但如何满足多变的市场应用场景，值得探讨。

新技术高效更要好用。既要满足外卖的配送效率需求，更要符合实际的应用需求，让好的技术更好适应市场环境，更好服务行业发展。

视讯行业的春天来了吗？

立 风

随着决赛对手的产生，俄罗斯世界杯只剩下最后的悬念。盘点本届世界杯赛场，除了冷门迭出的比赛之外，最抢眼的莫过于视频助理裁判（VAR）系统的亮相。首次服务于世界杯的VAR，在关键判罚上频频发挥作用，甚至决定比赛走向，成为球场上的“第五裁判”。风头正劲的VAR让人领略了视频技术的神奇，也彰显了视讯行业的光明前景。

俄罗斯世界杯上的VAR系统。新华社记者 陈益宸摄

视讯技术大显神通

俄罗斯世界杯的VAR系统并非位于球场内，而是设置在莫斯科国际广播中心。世界杯的12个赛场内安装的摄像头会通过光纤系统，把即时比赛画面传到国际广播中心的操作间。从比赛转播镜头中可以看到，VAR裁判组成员面前有多台监视器。VAR裁判有权限调取球场内的33台摄像机（其中包括8台慢速摄像机和4台超慢速摄像机以及2台越位判定摄像机），多角度、全方位回看争议场景。

与球场上的4人裁判组一样，VAR系统同样由4名裁判组成，负责系统运转和监测。VAR的“主裁判”是视频助理裁判，其职责是监控位于监控器上方的主摄像头传回的比赛画面。一旦比赛中出现需要监控录像协助的场面，VAR需要分析相关录像画面，与场上裁判保持沟通。

除了“主裁判”外，VAR还有3名“助理裁判”——1号裁判负责监控主摄像头传回的画面，如果需要分析比赛中个别场面的录像，1号裁判负责即时报告比赛情况；2号裁判则专门负责监控越位判罚，对球场上可能出现的越位做出预判，并协助快速处理涉嫌越位、场上裁判难以裁决的场面；3号裁判负责监控比赛电视直播画面，协助评估比赛中出现的争议场面，并确保视频裁判之间沟通顺畅。

比赛期间，场上裁判会通过对讲系统与VAR小组保持沟通。当然，作出最终判罚的并非视频助理裁判，而是球场上的主裁判。值得一提的是，现场的球迷和球员也能够通过球场内的大屏幕看到回放视频以及裁判最终的判决。可以说，VAR的判罚是公开透明的。

技术瓶颈亟须破解

专家指出，视频裁判助理实际上是人工智能与视讯技术的融合产品，其基本原理是根据运动场上各种视频信号所反映和捕捉到的各种动作，采用相应的算法和机器学习功能，从而作出判罚。虽然目前视频助理裁判只能做出辅助判罚，但随着技术和算法的成熟，将来有可以取代主裁判，让比赛更加公平公正。

大放异彩的视频助理裁判，从一个侧面折射出视讯技术的高速成长。随着基于人工智能、云计算、大数据等新兴技术的发展，人脸识别、行为分析、远程视频等相关应用都已经趋于成熟，一个完整的视讯行业生态圈已经形成。

尽管风生水起，视讯行业仍有不少瓶颈亟待突破。其一是通用性。除了在足球等体育赛场发挥作用之外，如今的视讯技术已经广泛应用于教育、医疗、社会管理等诸多领域。但不同的应用场景对视讯技术的需求有所不同，针对各种场景逐个突破又面临高成本、低效率的困境——要想做好专业领域的视讯，就要把场景和业务系统相结合。因此，如何研制出适应不同专业领域的差异性诉求、提供通用性的视讯技术是一大挑战。

其二是创新性。随着5G技术的发展，制约视讯业的网速和带宽等问题将得到解决，视频与直播行业都将因此受益。但有专家指出，5G技术虽然可破解带宽瓶颈，但中国视讯行业引领创新的能力仍有不足。

据报道，在短线思维的驱动下，很多视讯企业聚焦于基础性的视频整合加工制作，以快速获得利润，导致产品同质化严重、竞争力有限、利润空间很小。专家介绍，由于不掌握底层算法、操作系统等基础技术，很多国内视讯企业偏向于使用已有的模块或者部分产品，在此基础上形成新的产品，使得整个产业陷入“低端制造”的困境。此外，在虚拟现实和增强现实等领域，中国企业虽然取得了多项突破，但在关键技术和高端产品的供给和服务上，面临着创新支撑体系不健全、应用生态不完善等问题。

业内人士指出，在视讯行业的新风口上，中国企业应提前布局，加强基础和关键技术研究，提高创新力，才能在国际竞争中走在前列。

卫岗乳业：

全产业链布局助力乳业发展

卫岗乳业董事长白元龙在第九届中国奶业大会期间接受采访

卫岗乳业是江苏省最大的乳品企业之一，有着近百年的历史。近年来，卫岗乳业积极推行国际化战略，伴随着中国乳业的全面振兴，努力走向国际市场。

为适应当前的消费升级，卫岗乳业以消费者为导向，以新鲜奶源为基础，战略性重塑自身的业态结构与生态圈，以供应链管理技术水平的提升保障乳品品质。

随着《“健康中国2030”规划纲要》的发布，牛奶行业已经上升为国家战略产业。卫岗乳业作为“中华老字号”，为响应国家战略、发展健康产业，提出了“百年新鲜 健康中国”战略。卫岗乳业结合信息化时代特征和内外部条件因素，对全产业链提出新高度和新标准，建立起从牧场到工厂再到市场的全产业链、全过程可追溯体系，并实现整个产业链信息数据的贯穿，凭借对新鲜品质的有力保障，助力乳品行业健康发展。

卫岗乳业董事长白元龙表示，要将“百年新鲜 健康中国”战略转化成为行业竞争力，而竞争力的核心在于全产业链布局。因此，卫岗乳业从奶源入手，建设完成21家生态科技牧场，确保新鲜奶源在身边，并通过自动化生产管理系统实现产能规划，做到刚性生产和柔性生产的有机结合。在同一条生产线上，通过调配不同设备完成不同品种的批量生产任务，既满足对品种的多样化要求，又增强生产灵活性和应变能力，缩短产品生产周期，提高设备利用率和员工劳动生产率。此外，卫岗乳业依托全国冷链百强的供应体系，送奶入户，解决“最后一公里”的问题。

在品牌战略方面，卫岗乳业积极推进品牌年轻化建设。2018年恰逢卫岗乳业创立90周年，卫岗乳业升级品牌形象，推出“卫岗牛小淳”IP，更好地进行品牌内容传播，为卫岗乳业品牌注入了新鲜活力。此外，今年卫岗乳业还成立奶业产业研究院，深化产学研一体化，以消费者的真正需求量化生产，实现牧业大数据的共享，助力乡村振兴战略和奶业振兴战略的实施。

·广告·