上海：改革不停顿 开放不止步

海外网 庞 晟 郭妍汐

黄曙俊，1978年出生于上海浦东，现住在浦东陆家嘴。他用“今非昔比”形容陆家嘴的高楼栉比和灯火辉煌。因为，童年的记忆中，浦东只有东昌路一条比较像样的马路。40年来，改革开放的磅礴力量，让上海有了翻天覆地的发展变化，让国人有了前所未有的自信自豪。

应开放而生

2018年，改革开放已经踏入第40个年头。面对“开放还是封闭，前进还是后退”的时代之问，中国的回答铿锵有力：中国开放的大门不会关闭，只会越开越大！

上海日前推出进一步扩大开放100条举措。上海市委书记李强强调，上海应开放而生、因开放而兴。进入新时代，上海要承担起新使命，扩大开放是必由之路。深化自贸试验区建设、办好中国国际进口博览会、推进金融机构集聚和金融市场开放、扩大现代服务业和先进制造业开放、做优开放平台和载体、加强知识产权保护、推动对内对外开放联动、建设国际一流的营商环境。上海作为改革开放的排头兵，在新一轮改革开放大潮中任务紧迫。

肯取势者可为人先，能谋势者必有所成。1992年，浦东新区正式设立，陆家嘴便是改革开放这支大手笔在浦东新区绘制的最舒展的画卷。从千顷农田，到现代化城区，浦东发展成为中国改革开放经济发展的“样本”与“奇迹”。改革开放，仍是中国和世界的主旋律。4月10日，习近平总书记在博鳌论坛开幕上宣布扩大开放重大举措，并要求“尽快使之落地，宜早不宜迟，宜快不宜慢”。开放，是上海最大的优势。2018，是上海的改革开放再出发之年，上海仍然保持着敢为天下先的态度。

因开放而兴

俗语，是时代的缩影。在上海，上世纪80年代的俗语有“宁要浦西一张床，不要浦东一间房”。到了90年代，俗语变为“八十年代看深圳，九十年代看浦东”。在知乎网上，有网友问，上海最能体现改革开放变化的地方是哪里？答案是陆家嘴。

位于陆家嘴的上海证券交易所，是改革开放的见证。上交所1990年成立，28年来，从无到有，从小到大，逐渐成为国际资本市场舞台的重要力量。到2018年6月底，上交所股票市场总市值达到30.0万亿元，股票交易额23.8万亿元，股票筹资总额3241亿元。根据世界交易所联合会的排名，上交所股票市场总市值、交易额、筹资额分别位列全球第4、第4和第2位。对于国内金融市场而言，正在推进的“沪伦通”（上海证交所和伦敦股票交易市场的互联互通）会架起一座全新的跨境投资桥梁，外资机构进入也将带动市场生态的演进。

自贸区是上海改革开放的又一个亮点。2013年9月29日，中国首个自由贸易试验区在上海浦东诞生。以1/50的面积创造了上海40%的贸易总额，实现了浦东新区3/4以上的生产总值和50%的工业总产值。“大胆试、大胆闯、自主改”成为上海自贸试验区当仁不让的座右铭，而浦东的改革之路也正式与自贸试验区“风雨同路”。

陆家嘴高楼栉比。 王 网摄（人民图片）

永远在路上

永远在路上的上海有了新目标——加快推进国际经济、金融、贸易、航运、科技创新“五个中心”建设，努力把上海建设成为卓越的全球城市和社会主义现代化国际大都市。

金融、贸易是上海城市的标签，金融中心建设是上海“五个中心”建设的核心。到2020年把上海基本建成与中国经济实力以及人民币国际地位相适应的国际金融中心，迈入全球金融中心前列。上海还顺应科技和产业革命发展趋势，推动互联网、物联网、云计算、大数据等新技术在贸易领域的广泛应用，为国际贸易中心建设增添了新的动力和活力。早在2012年“互联网+”热潮的萌芽阶段，上汽集团结合互联网发展趋势，前瞻性地提出了“依托互联网工具整合上汽汽车销售与服务资源”的创新思路，与上汽集团“从单一的汽车制造和销售企业向汽车服务综合供应商转型”发展战略相契合，率先探索国内首个汽车集团背景的创新O2O（线上到线下）商业模式。中国国际进口博览会11月将在上海举行，这是中国本年度四大“主场外交”的压轴戏，也是上海重要的历史机遇。上海将以整个进口博览会为契机，着力打造全球新品首发地、高端品牌首选地、原创品牌集聚地，建设高端知名品牌“引进来”和本土知名品牌“走出去”的桥头堡，实现“买全球、卖全球”。

从浦东开发开放，到自贸试验区经验制度复制推广，再到出台提升城市能级和核心竞争力的战略，上海改革不停顿、开放不止步。

发现中国

全媒报道 精彩中国

云中漫笔

智能银行，要有趣也要安心

海外网 庞 晟

在智能时代，银行的许多业务办理都带着满满的科技感。智能机器人化身银行大堂经理与你直接对话，在智能柜台直接刷脸就可以开通手机银行或者取款……这一系列的“黑科技”让人们感到有趣和便捷。然而，新鲜感过后，对于智慧银行，人们心底里最关心的还是安全问题。

近年来，银行业加大推广智能自助设备的力度，以智能柜台为例，它融合了现代金融业与互联网技术，大大优化了银行办理业务的质量。一方面，智能柜台让客户改变了被动等待的状况，有效解决了窗口少、排队长、手续繁等问题；另一方面，银行的工作效率得以提高，将以前比较单一的操作型工作全部交由机器来完成，从而可以解放更多的人力。

在互联网融入生活的今天，如何保护个人隐私、防范风险，是摆在所有人面前的命题。智慧银行的安全防护，更是重中之重。近年来，银行卡被非法复制，个人信息遭泄露导致资金失窃等现象不胜枚举。从技术层面来讲，智慧银行当然要用黑科技护航。首先，充分应用前沿技术，推出指纹、虹膜、人脸等生物识别验证服务，采用最新技术的加密算法，不断提升用户在开户办卡等场景下的安全系数。其次，建设一个企业级的反欺诈交易监测防控系统。线上线下各渠道的交易都能检测到，对于风险交易会采取人工核实、实时阻断。最后，在流程上，对于比较重要的业务，比如发卡和大额存款这类交易，必须人工授权、审核后，通过智能机具录入指纹，才能继续。

从某种意义上来讲，智慧银行和智慧医院、智慧社区、智慧超市等一系列概念都类似，更多的是给予人们一种全新的体验。这种体验包括便捷、新鲜、愉悦、有趣等等。然而，它们的本质职能并未发生变化：银行还是“人们办理金融业务”的银行，医院也还是“人们看病治疗”的医院。归根到底，人工智能的出现就是为了服务人类活动。

笔者认为，人工智能科技未来在金融领域将会发挥更巨大作用，在智慧银行遍地开花的同时，还应重点关注其安全性能的防护，以确保消费者的权益和资金安全。期待有趣的服务，更期待安心的服务。

知识付费，用户需要更优质的内容

本报记者 卢泽华

近年来，随着移动互联网和手机支付普及，知识经济呈现井喷式发展，为知识“买单”已成风潮。资本市场也广泛布局，助推知识付费“黄金时代”的诞生。虽处于“黄金时代”，但知识侵权、虚假课程、违规营销等一系列乱象，为知识付费产业长远发展埋下隐忧。当前知识付费市场呈现哪些特点？未来将展现何种趋势？

优质的付费知识大受欢迎。 徐 骏作 新华社发

知识消费不断升级

音频付费产品“知乎·读书会”正式上线；“罗辑思维”上线知识付费产品“少年得到”；教育服务提供商尚德机构推出“柠檬听书”……知识付费领域多个项目近期纷纷上马。

与此相呼应的，是资本市场在知识付费领域的广泛介入。比如，曾将《西游记》《三国演义》《声律启蒙》等国学经典搬上内容付费平台的“凯叔讲故事”，今年宣布获得1.56亿元融资；女性内容付费平台“简知”宣布完成1600万元融资；提供“知识付费”型考试服务的“录趣科技”也获得1500万融资。

各大平台的不断加码、创业者的不断涌现、资本市场的不断入局，大幅助推了知识付费市场的“野蛮生长”。据艾瑞咨询发布的《2018年中国在线知识付费市场研究报告》显示，2017年中国知识付费产业规模约49亿元，同比增长近3倍。另一份报告《中国新媒体发展报告（2018）》则显示，到2017年底，知识付费用户达到1.88亿人。

知识付费为何在近两年异军突起？实际上，知识付费现象不仅因为技术进步和传播形态改变，更是当前社会知识需求的爆发。随着社会发展节奏加快、竞争更加激烈，知识变得越来越重要，由此形成了广大潜在的知识消费群体。在广泛的需求与繁忙的工作之间，通过新媒体在碎片化时间里获得知识成为必然选择，知识付费也因此风生水起。

同时，在新中产崛起和消费升级的大背景下，大众的知识消费实际上也在升级。如是金融研究院首席经济学家管清友表示，中国的知识付费行业已经迎来最好的时代。

风口背后暗藏隐忧

虽然处于发展的“最好时代”，但作为一种新兴产业，知识付费也隐忧频现。

在消费者看来，目前知识付费和在线教育领域最大的问题是产品质量良莠不齐。由于付费内容质量不能预判，购买后也很难短期内判断付费产品质量，这就给劣质产品打开了营销空间。比如，过度包装、依靠名人或者网红大肆宣传等，将知识付费变成一种诱导性消费，产品本身却缺乏质量保障。而且不同于线下培训需要资质，线上知识分享和技能培训使人人都可成为老师，无从监管。

“上个月，我在网上购买了一套减肥饮食课程。老师讲得很不错，但我对课程效果存疑。”北京的王女士购买的课程是每日一期，时长两周，老师会对日常饮食进行指导，但是课程效果究竟怎样成了“未知数”。

比产品质量难以评价更让人诟病的，是知识付费的营销方式。在付费产品足够多且同质化比较严重的情况下，利用社交关系链进行分销则成为另辟蹊径的新营销手段。比如，今年初，新媒体平台“新世相”推出的“新世相营销课”销售链接在朋友圈被大量转发。课程以“拉人头返利”为营销手段，用户分享二维码吸引好友购买课程后便可获得相应佣金。这种营销手段因涉嫌传销而饱受热议，不久被封禁。

优质细分将成趋势

有互联网研究机构预计，2018年“知识付费”用户规模将达到2.92亿人。到2020年，整体产业规模将达到235亿元。可以预见，知识付费“风口期”还将持续。在诸多乱象面前，如何保障知识付费健康发展？

专家认为，法制建设是市场有机运行的基础，完善知识产权制度建设是知识付费产业良性发展的根本保障。在规范化的市场环境下，热衷于“蹭热点”的企业将被淘汰。而细分化、优质化内容提供商将成为知识付费产业的未来赢家。

暨南大学新闻与传播学院传播大数据实验室发布的《2018年知识付费研究报告》指出，未来，单一付费模式很难支撑平台的长期发展，多种付费模式相结合的方式已成为大多数平台选择。而在内容维度方面，综合型、规模化的知识付费平台将减少，面向特定领域、场景、用户群的“小而美”垂直知识付费平台仍有较大发展空间。

“2018年会有更大范围的内容尝试付费，与此同时，知识付费会逐渐走向成熟，会有一些泡沫破裂，但是更优质的形式会沉淀下来。”中国政法大学网络与新媒体研究所所长王佳航说。

互联网大咖秀

亚当·诺依曼：领跑联合办公

海外网 陈 琴

维沃珂（WeWork）是全球最大的联合办公企业，企业为创业者和自由职业者提供办公空间，在联合创始人与首席执行官亚当·诺依曼的运营下，很早就实现盈利，并成为共享领域估值200多亿美元的“独角兽”。

诺依曼今年39岁，出生于以色列的一个单亲家庭。青少年时期，母亲曾带他加入以色列当地一种带有共产主义性质的集体社区，那里人们共享一切财产，邻里关系和谐。这段经历对诺依曼影响颇深，让他非常注重人与人之间的联系。

那时的诺依曼因为经常要随做医生的母亲到不同地方，又患有读写困难症，学习成绩并不好，高中毕业后艰难地考进军校，后在海军服役5年。退役后他移居纽约，想要创造自己的财富。初到纽约，他惊讶地发现，同住一栋楼的人彼此间很冷漠，邻居间既不认识，也不在电梯间交流。正是针对这一现象，在第一次创业失败后，诺依曼提出了建立社区结构的房地产计划，虽然这个计划在他当时所就读学校的商业竞赛中失败，但他对房地产的缺点有了比较清晰的认识。

转折发生在28岁那年。当时还在为自己的婴儿服装企业挣扎的诺依曼，偶遇未来的妻子丽贝卡·帕特洛，后者对他一见钟情。丽贝卡是美国明星格温妮丝·帕特洛的堂妹，出生名门，毕业于康奈尔大学，美貌、才华与资源都不缺。当然，诺依曼外形也不差，长着一张明星脸，长发齐肩，身高1.95米，宛如超模。

两人建立关系后，丽贝卡不仅帮诺伊曼戒掉了不少坏习惯，还帮他扩展生活圈和眼界。她对诺伊曼说：“不要只谈钱，让我们聊聊健康、幸福、满足，如果钱注定要来的话，它自然会来。”这成为维沃珂使命的基础。

在丽贝卡和另一位联合创始人米格尔·麦克维的支持下，诺伊曼的兴趣与他敏锐的思维、对创新的执着结合地相当顺利，他的房地产社区观正在颠覆传统的职业观与办公观念。