

网上中国

云中漫笔

移动支付平均使用率达43%

手机玩转旅行和消费

本报记者 王萌



中国游客在意大利悉尼的一家运动品牌店内通过手机支付方式购买商品。 许康平摄(人民图片)

“前两年去日本时，购物还得用信用卡，今年国庆去日本旅游，大部分商家都可以刷支付宝了，特别方便，还有不少优惠活动。”来自陕西西安的何苗感慨，出境游越来越方便了，真是“手机在手，天下我有”。

如今，许多人已经习惯在手机端完成出境游的完整过程——选择地点、浏览信息、规划行程、预定酒店、游玩消费，都可通过相应的手机App（应用程序）完成。为吸引中国游客，国外各大购物商场也纷纷推出移动支付服务。

“电子钱包”走出国门

近日，一段欧洲服务员学中文的视频在YouTube（优兔，一个国外视频网站）上走红——为了更好地向中国游客提供服务，该餐厅的服务员早晨6点就起床学习中文。视频中，一位经理教员工学习中文，每个词都用英文类似发音标注，比如“支付宝”被念成“Cheerful Ball”，“没有发票”是“May You Far

Pill”……对此，支付宝在官方微博发布了一套《商务中文50句》，并命名为“蓝宝书”，并表示接下来还将准备推出法文版、日文版、德文版、泰文版和韩文版，全球免费配送。

日常中文交流、使用中国移动支付，已成为许多外国商家的必备技能。如今，可用支付宝、微信支付的国家越来越多。据了解，日韩、东南亚是最早开始尝试中国移动支付的地方，个别商圈甚至已经实现70%以上店铺都支持移动

支付付款。

“咱们国家的‘电子钱包’真的走出国门了。”一位网友感慨。便捷多样的移动支付也在影响着国人的旅行方式，尤其是为出境游带去了极大便利。

刚刚过去的“十一”黄金周，出境游人数就高达700万人次。有机构根据国人境外消费数据，发布了全球十大“不带钱包网红目的地”。其中，英国比斯特购物村的移动支付笔数同比增长了90倍，日本大阪道顿堀商圈增长70倍，澳大利亚悉尼机场增长55倍。此外，法国巴黎奥斯曼大街、泰国曼谷素万那普机场、加拿大多伦多唐人街、美国纽约法拉盛、韩国首尔明洞商圈等均榜上有名。

移动端消费成主流趋势

在全球范围内，移动支付消费已成为主流。日前，苹果公司互联网服务副总裁詹妮弗·贝利（Jennifer Bailey）谈到了苹果公司对Apple Pay系统的野心。苹果公司预计，到今年年底，约有60%的美国零售店将支持其Apple Pay支付系统。

在中国，移动支付正如同一条“中国锦鲤”，让国人“全球玩、全球付”更为方便。根据麦肯锡发布的《中国出境游市场深度观察》报告，2017年，中国出境旅游人次超过1.31亿，且单次行程的消费额全球第一。同时，中国游客更愿意通过数字渠道而非使用现金来完成消费与支付，移动支付已成为45岁以下游客的常规付款方式，平均使用率为43%。

今年国庆前夕，全球移动支付十大机场、十大商圈、十大中国城、十大奥特莱斯联合宣布旗下热门商户超九成支持支付宝付款，中国游客来了，可以不带钱包。更贴心的是，这些目的地还为中国游客额外推出支付宝价与中文服务，且全球已有80个机场支持支付宝实时退税，扫完码钱直接退回支付宝。

移动支付不仅改变了国人的旅游方式，还影响着中国游客的旅游偏好、行

为和消费模式。

如今，各类旅游App及移动支付不断普及，营销花样升级，移动端旅游消费已成主流趋势。以酒店预订为例，2017年自由游客通过移动端预订酒店的占比达79%。中国电子商务研究中心调查显示，有60%的智能手机用户希望在商务及旅游过程中，可以随时随地通过手机在线预订机票、酒店、餐饮、景点门票并进行支付，而不仅仅只是看到信息显示与查询功能。

第三方支付加速“出海”

从亚洲、欧洲到大洋洲处处都伴随着中国游客数量的增加，改变着当地商家的销售和收款习惯，也让中国的移动支付企业不断地在海外发展，以适应更多的需求，无论是支付宝、微信，还是其他的支付方式，都在不断地被应用。

近年来，第三方支付加速“出海”。比如，微信支付接入的国家和地区已增至40个、支持13种币种（包括人民币）直接结算，并已取得了马来西亚的支付牌照。另据银联国际消息，银联国际近日与Uzcard及其成员银行Aloqabank签署合作协议。到2021年底前，Uzcard将把1000万张Uzcard卡换发为银联-Uzcard芯片卡，这将是乌兹别克斯坦首次发行银联-Uzcard芯片卡的银行。

然而，要想让老外爱上中国移动支付还有一段路要走。目前中国移动支付走向海外，主要还是围着中国游客转。

中国移动支付如何更好走出去？中国人民大学重阳金融研究院客座研究员董希淼认为，将中国移动支付产业标准更好地进行国际化尤为重要。“中国移动支付产业在具体细分领域上拼得很厉害，但是对标准输出和国际话语权的争夺，还不够重视，其实这个才是真正影响自身走出去的核心。”董希淼认为，中国移动支付企业，要从支付形态的输出，上升到标准的输出。

日前，有调查报告称，现在在将近六成的青少年在日常交流中经常使用网络语言，甚至在一些青少年的作文中也出现了大量网络词汇，比如用“普紫”替代“这样子”，用“神马”替代“什么”，用“886”替代“拜拜了”，用“尬聊”替代“尴尬的聊天”等。有很多青少年在接受调查时表示，网络语言既幽默好玩又方便沟通。

众所周知，随着我国互联网技术的飞速发展与日益普及，网络门槛越来越低，如今越来越多的青少年通过智能手机、电脑等设备频繁地进行社交、娱乐等，大量网络词语也随之被新一代们创造出来。很多家长表示，孩子们的聊天中充斥着大量莫名其妙的缩写、生造词等，“看不懂，也不知道孩子们为什么乐在其中。”

实际上，青少年喜欢使用网络语言的原因很简单，主要有“身边的人都在用，沟通方便”“有趣好玩”和“随口可以说出来，不用去记忆”等原因。对此，有专家表示，青少年选择使用网络语言并不一定有思考过程，起因不过是“别人都这么说”。而由于缺乏理性的分辨以及合理的引导，很多孩子甚至滥用网络语言。比如近年来，在网络上常常能看见“吓呆了”“哭晕在厕所”等恶俗词语，网民们用粗暴的语气，故意语出惊人，制造浮夸效果，却被青少年不加辨别地使用。

由于网络语言对青少年来说是无差别使用的，一旦错用，极易造成沟通误会。若想规范青少年对网络语言的使用，首先要加以科学引导，让孩子能学会在合适的场合使用合适的语言。其次，广大青少年的家长要积极、主动地降低“手机依赖症”，多与孩子进行沟通，了解孩子们的需求。现在有一种不好的现象是，每到吃饭时间，家长和孩子往往一人抱着一个手机，各看各的，缺乏交流，有的家长更是美其名曰“陪孩子写作业”，却捧着手机玩游戏、看视频。家长尚且不能抵御虚拟世界的诱惑，又如何给孩子树立良好的榜样？

语言是一种生活方式，我们使用一种语言，就是选择了一种生活方式。对于网络语言，一方面我们要饱含宽容之心，拥抱它、理解它，另一方面我们也要正视恶俗词语对语言文化的伤害，取其精华、去其糟粕，莫让交流变“尬聊”。

莫让交流变「尬聊」

栾雨石

网售食品，要让每一顿饭吃得放心

本报记者 张鹏禹

在我们这个时代，如果说哪项技术对社会发展和产业变革产生了颠覆性的影响，那恐怕非互联网技术莫属了。民以食为天，在互联网技术的引领下，家庭主妇们减少了去菜市场的频率，转而研究起网购平台的满减优惠；上班族深夜回家不再用一桶泡面填饱肚子，而是打开外卖软件，点上一份可口的菜肴；老年人不再发愁拎着全家的食材蹒跚而行；年轻女孩津津乐道于各种零食店铺花样翻新的小吃。网购食品的流行，已经改变了我们传统的购物习惯。

网购食品花样多

今年57岁的田女士是一名退休教师，她从网上购买食材已经好几年了。“我家小区附近没有菜市场，离超市也比较远，买生鲜食品很不方便。后来看到小区业主群里有人用‘京东到家’买菜，可以把几公里外超市里的商品在1小时以内送到家里，也不贵，就开始从网上买了。”除了便捷以外，网购食品也是一些人的无奈之举。28岁的小高是一名程序员，他几乎每天都是晚上10时多才到家，“我在北京一个人租房住，下班回家已经精疲力尽了，根本懒得做饭，而且一个人的饭也很难做。外卖虽然贵一点，好歹是现做的，比那些方便食品健康点。”

网购食品大致可以分成几类，最常见的就是从网购平台购买正规厂家生产的产品，除了渠道不同外，这些食品在超市、商场中也能买到。消费者选择从网上购买，或为了追求低价，或图个方便。其次就是从网购平台购买生鲜食材类商品，有些是快递员从正规超市采购的，有些则是平台或第三方生产、制作的。还有一类就是我们常见的外卖。

近年来，还出现了一些新花样。微信圈中，一些自制食品走红，它们标榜的“纯天然”“手作”“私房”“家的味道”十分诱人。除此之外，一些网购食品还与扶贫结合起来，大打感情牌。有网友爆料，很多扶贫食品的宣传图片是用图像处理软件做出来的，同一个农民伯伯，不仅家里种的苹果受灾，栗子、

桃子、香蕉、橘子也都受灾了。有网友感叹，大爷家怎么可能一下子种这么多农作物？

安全问题需警惕

网购消费模式具有滞后性，消费者无法像在餐厅或超市一样对商家的卫生和食品安全情况有直观的了解，因此也给一些不法分子提供了钻空子的机会。2016年，央视“3·15晚会”接连曝光“饿了么”平台上某些黑店触目惊心的卫生情况，引起轩然大波，再一次敲响了食品安全的警钟。当年，国家食药监总局公布《网络食品安全违法行为查处办法》，明确规定，网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行为制止及报告等制度。随着执法力度的加大和行业自律的加强，外卖食品的安全问题逐渐得到好转。

然而除了“正规军”外，一些游走于微信等社交软件中的网销食品“游击队”成为监管的盲区。一些烘焙爱好者将自家的厨房作为车间，通过朋友介绍、微信群等打开销售渠道，在没有相关经营许可和卫生许可的情况下从事食品销售。一旦出现安全问题，大可以删掉好友了事，存在极大隐患。一些用户量不大的家属类手机软件，集社交与经营内容于一身，打着分享美食的旗号从事非法食品销售。消费者网购食品只有抱着撞大运的态度，不出问题则已，出了问题将面临无人担责的尴尬境地。



一些自制食品披上“家庭作坊”“妈妈味道”的“外衣”，通过网上购物平台，渗入普通人的生活。

监管自律都需要

除了国家行为外，一些电商平台也积极落实主体责任，通过行业自律为消费者吃上安全的食品保驾护航。阿里巴巴、京东、苏宁易购等9家电商平台9月30日联合启动了食品保健食品反欺诈反虚假宣传联盟，并发布《食品保健食品反欺诈反虚假宣传公约》，承诺严格审核入网食品经营者资质，禁止无证无照商家入驻；严格食品广告宣传内容的审查与发布，广告不得含有虚假或者引人误解的内容等。

实施食品安全战略，让人民吃得放心，说到底就是要让老百姓踏实地吃每一顿饭。网售食品“正规军”和“游击队”的经营正越来越多地纳入到国家监管体系中，终有一天消费者的每一顿饭都能吃得放心。

罗布·米：带领公司走向聚光灯下

海外网 吴正丹

对于一般人而言，毕威拓（Pivotal）公司或许有点陌生。人们在日常生活中大多不会接触到毕威拓的前沿开源技术，不过却会因为毕威拓的关系享受到不少切实的福利。比如它提供的分布式缓存技术，帮助铁路12306平台解决了尖峰高流量并发的问题。

毕威拓的现任首席执行官是罗布·米，公司的前身、咨询公司毕威拓实验室就是由他参与创立的。罗布·米曾坦言：“我不是天生的领导者，也不是天生的企业家。”罗布·米在公司初创阶段并没有什么过人之处，平时就是帮助客户搭建软件系统。直到上个世纪90年代后期，他才因为敏捷开发方法而成为业界冉冉升起的新星，毕威拓也演变成如今的样子。

毕威拓的成功与时代息息相关，伴随着个人电脑成为办公场所必备的工具，软件编程行业走进了主流视野，具备了很好的盈利前景。但与此同时，一些耗资巨大的软件项目却因缺乏团队协作而不断遭受挫败。“当时，人们尚未形成软件开发的方法论。”罗布·米回忆道。在互联网初现繁荣的时候，毕威拓被引入到一些年轻的科技公司中，比如在易贝，毕威拓传授了有效编程的方法。其他风险投资公司也带着自己投资的科技公司闻风效法，毕威拓由此产生了很好的口碑。

近年来，毕威拓公司不断壮大，并赢得了包括推特在内的知名企业的高度赞赏。2015年，罗布·米上任毕威拓首席执行官，接替科技界传奇人物保罗·马瑞兹管理公司。对于罗布·米的接任，美国商业内幕网站形容这仿佛是一场“曾经的霸主与未来的国王”交接的一幕。

在带领公司实现首次公开募股之前，罗布·米一直很在意毕威拓的知名度问题。他说：“多年来我们一直默默无闻，是时候走向聚光灯下了。”

互联网大咖秀



罗布·米：带领公司走向聚光灯下

海外网 吴正丹

对于一般人而言，毕威拓（Pivotal）公司或许有点陌生。人们在日常生活中大多不会接触到毕威拓的前沿开源技术，不过却会因为毕威拓的关系享受到不少切实的福利。比如它提供的分布式缓存技术，帮助铁路12306平台解决了尖峰高流量并发的问题。

毕威拓的现任首席执行官是罗布·米，公司的前身、咨询公司毕威拓实验室就是由他参与创立的。罗布·米曾坦言：“我不是天生的领导者，也不是天生的企业家。”罗布·米在公司初创阶段并没有什么过人之处，平时就是帮助客户搭建软件系统。直到上个世纪90年代后期，他才因为敏捷开发方法而成为业界冉冉升起的新星，毕威拓也演变成如今的样子。

毕威拓的成功与时代息息相关，伴随着个人电脑成为办公场所必备的工具，软件编程行业走进了主流视野，具备了很好的盈利前景。但与此同时，一些耗资巨大的软件项目却因缺乏团队协作而不断遭受挫败。“当时，人们尚未形成软件开发的方法论。”罗布·米回忆道。在互联网初现繁荣的时候，毕威拓被引入到一些年轻的科技公司中，比如在易贝，毕威拓传授了有效编程的方法。其他风险投资公司也带着自己投资的科技公司闻风效法，毕威拓由此产生了很好的口碑。

近年来，毕威拓公司不断壮大，并赢得了包括推特在内的知名企业的高度赞赏。2015年，罗布·米上任毕威拓首席执行官，接替科技界传奇人物保罗·马瑞兹管理公司。对于罗布·米的接任，美国商业内幕网站形容这仿佛是一场“曾经的霸主与未来的国王”交接的一幕。

在带领公司实现首次公开募股之前，罗布·米一直很在意毕威拓的知名度问题。他说：“多年来我们一直默默无闻，是时候走向聚光灯下了。”