网上中国

只有想不到 没有租不到

“租生活”正流行

本报记者 **王 萌**

大到短租住房、分时租赁汽车、租用办公室，小到共享充电宝、服装租用，可谓是“只有想不到，没有租不到”——租，作为一种生活方式渐成流行。

近年来，随着共享经济的发展，以租代买的生活方式已被越来越多人所接受。有数据显示，2017年中国参与共享经济活动的人数超7亿。“租”不仅是一种新的生活方式，也造就了产业新生态，构建起新的行业标准和秩序。

“租生活”有高品质

约上几个好友，租车去郊区游玩，是北京白领张岩周末的娱乐方式。在他看来，租车出行随用随开，既满足了出行需求，又不用为平日到处找停车场而烦恼，非常方便。“对于不常开车的人来说，租车比买车更划算。”张岩下载了多个租赁平台，越来越享受“租车生活”了。

租赁市场早已有之，如今，租赁已突破传统领域，延伸到生活的方方面面。从房屋、汽车、家电等生活必需品，到手机、相机、无人机等电子数码产品，再到高档衣物、首饰、鞋、包等个性化用品，甚至玩具、绘本、绿植、艺术品等，都可以通过“租”的方式来获得。越来越多的人开始拥有并喜欢上了“租客”的身份。

除了使用频率较高、市场需求量较大的商品可以租用，一些使用频率低、应用场景少的商品，也在发展出租赁生意，为顾客提供更多选择，让“租生活”也有高品质。

在芝麻信用首页，每天18元可以租到专业运动相机，每天20元可以租名牌手包，每月469元可租苹果最新款手机……一方面，这类产品用户以租代买，更省钱；另一方面，对于商家来说，增加了产品的使用频次，提高了产品使用价值。

据北京大学光华管理学院副院长张影分析，随着经济的发展，供给侧的变化让以租代买这种形式成为可能，为人们的消费提供了更多选择的可能性，再加上消费者偏好的变化，让更多生活化的物品进入到了租赁的视野中，也进一步促进了租赁市场的发展。

单车、雨伞、玩具，越来越多的共享模式出现在人们身边。 资料图片

信用需要“守门人”

“万物可租”时代，仿佛离人们越来越近了。一项调查显示，70.9%的受访青年体验过以租代买的消费方式，57.4%的受访青年认为物品更新换代快，租用可以随时体验最新潮流。

租房、租车、租珠宝、租名品箱包……租赁平台发展日新月异。租赁行业的运营非常重要的一点就是提高物品的使用效率，让物品发挥更大的价值。闲置商品、资源的所有者，通过互联网平台，以信用机制做担保，有偿转让使用权。它的本质就是整合社会闲置资源，共同拥有但不占有，共同分享共同获利。

因此，类似于芝麻信用这类信用安全守门人，便成为了租赁经济最重要的角色之一。以共享单车为例，蚂蚁金服数据显示，两年多来，蚂蚁金服累计为近50个城市4800万用户减免押金超过98亿元。

专家认为，信用商业的培养是个长期过程，要通过完善和推广大数据信用体系，加快政府部门服务信用体系、企业经营诚信体系、个人信用使用和管理体系融合，加速信用意识和环境形成。

租赁经济蓬勃发展的同时，也暴露出风险和隐患，安全是其中之一。专家认为，应建立与之相适应的安全保障体系，加强关键信息基础设施、个人信息等安全保护，增强数据安全预警和溯源能力。

“只有真正做到发展共同推进、安全共同维护、治理共同参与、标准共同遵守，人们才能畅享共享红利。”360公司董事长周鸿祎曾说。

造就产业新生态

租，看似小事却做成了大产业。来自第三方的创业市场统计报告显示，2017年在商品共享或租赁领域的创业项目获得融资总额达231亿元，这在2015年仅为5.98亿元，三年时间暴增近40倍。

“租”不仅是一种新的生活方式，也造就了产业新生态，推动共享平台与工厂、供应商协同合作，构建起新的行业标准和秩序。

基于共享模式，短租民宿有效盘活了闲置住房资源。以房屋短租为例，数据显示，途家网今年上半年其全球房源突破120万，其中国内房源超过80万。而围绕房屋短租，也延伸出新的市场空间。房屋租赁涵盖设计、装潢、搬家、保洁等产业体系，房屋管家、房检专员等新职业随之产生。

“共享经济向制造业领域深入渗透、全面融合以及再次创新，将大幅提升制造业信息化、数字化水平和协同创新效率，推动中国制造转型升级。”工信部总工程师张峰认为，未来将有更多制造业龙头企业转向共享平台，开放自身优质资源并提供社会化服务。

如今，包括阿里巴巴、京东等互联网巨头都加大了对信用租赁业务的投入。然而，相比于欧美国家超30%的租赁渗透率，中国的租赁目前还处于初级阶段，渗透率仅有4%，一些细分领域仍是“无人区”状况。

DCCI（互联网数据中心）未来智库专家胡延平表示，信用租赁这个行业是需要时间成长的，租赁市场结合互联网手段、信息，需要一个过程，对信用租赁的成长不能操之过急。未来一定是多方协同的结果。“只有多方协同，才能有个更多的数据、更低的获客成本，以及更健全的信用体系。”胡延平说。

海客游

下吕温泉街景

沉醉深山温泉乡

海外网 王珊宁

日本，一个有着“温泉王国”之称的国家。在这里，有一个隐藏在深山里的人间胜地——下吕温泉。

下吕温泉是日本三大温泉乡之一，拥有千年历史。只因太过小众，游人鲜少踏足。我们拖着行李，在乘客稀稀落落的电车里忐忑地摇晃着，奔向下吕。

初秋，适宜的天气。走出小小的下吕站，出现在眼前的是个有着浓厚日式风情的小镇。灰色低矮、整齐精致的小楼，一座座错落在青山翠柏中。如此安宁的小镇风貌，让常年在大城市车水马龙中穿梭的我们，心情如这天气般，也温柔宁静了下来。

车站前有一块古朴的巨石，用方言印着下吕温泉的传说。大意是说，很久以前，大地忽然剧烈摇晃，使得原有的温泉不再冒水了。就在大家失望之时，一只白鹭飞来，在空中飞舞盘旋后，温泉水又重新汩汩流淌，从此这温泉水再也没有停歇过。

小镇上的旅馆都是日式温泉旅馆，房间大而干净，入乡随俗地在地上吃饭、看电视、打地铺睡觉，也是一番新奇而有趣的体验。我们穿戴好日式浴衣和木屐后，立刻迫不及待地出门，一览这美丽的温泉乡风光。

门外是一条沿河的小道，河名为飞弹川，对岸是满眼的青山翠柏和零星点缀的灰色和风小楼。小镇不大，坐落于南飞弹群山之中。走几步就有古香古色的日式温泉旅馆，街上还有公共的泡脚池，缭绕的温泉蒸汽，散发着让人轻松愉悦的气息。

日本有个可爱之处，就是各地都有自己的吉祥物。下吕的吉祥物是青蛙，我猜或许是“下吕”的日文发音和青蛙“呱呱”的叫声是同一个词的缘故。小镇里，路边的井盖、路灯、住户的门牌上处处皆青蛙。

不知不觉间，天色渐暗，华灯初上。入夜的小镇另有一番别样风情。一盏盏路灯沿河而立，鹅黄色的灯火暖暖地蔓延至远方。清涧潺潺，泛起温暖的鹅黄色倒影。远眺对岸，苍山从满眼的绿色变成深沉的幽暗，山中的小楼亮起灯光，星星点点。小镇如此温柔的气氛，让旅人沉醉到忘却世间纷扰，只剩眼前仿佛时间都放缓了的这条沿河小路。

晃悠着回到旅馆，等待我们的是一顿丰盛的日式晚餐和期待已久的露天温泉。温泉池建在旅馆顶层，宽敞静谧。我们泡在暖暖的温泉里，欣赏着漫天的星光和对岸点点华灯的山景。

以后每每提起温泉，我都会想起那片温暖的风景和那个深山里温温柔柔的和风小镇。

互联网大咖秀

亚当·布利策：

搭互联网高速列车

海外网 **魏雪巍**

如果说互联网颠覆了人们的生活，那么Salesforce（软件营销部队）就颠覆了公司和客户间的关系。Salesforce是一家创建于1999年的客户关系管理（CRM）软件服务提供商，总部设于美国旧金山，公司以提供个性化的服务而闻名于世。其王牌产品Sales-cloud（销售云）更是在各大公司中被普遍应用，而这款产品之所以能够成为佼佼者，副总裁亚当·布利策功不可没。

布利策起初在美国杜克大学就读，之后又去日本早稻田大学留学。他开过公司、做过顾问，还当过销售，职业生涯丰富多彩；同时他又善于发现，搭上了互联网这趟高速前进的列车，让自己的人生大放异彩。

从早稻田大学毕业后没多久，布利策就和合伙人创立了第一家公司，搭建了日本早期的社交网络平台，从这时起，布利策便和互联网结下了深深的缘分。但很快，自己经营的第一家公司就失去了对他的吸引力，布利策转而去了一家日本的广告公司，一呆就是4年。也是在这儿，他敏锐地观察到了广告营销中出现的快速变化，即人们开始频繁地接触和使用互联网和移动设备，在他的带动下，公司很快推出早期的数字营销工具，比如电子邮件营销。

但布利策依然不安于现状。他很快又发现虽然对于广告公司来说，实现数字化能够帮助他们获取消费者的需求，但对于销售对象是企业的公司来说，依旧很难在正确的时间向正确的客户传达正确的信息。于是，他想到了充分利用互联网实现营销自动化，2006年他再次和合伙人创立了另一家公司，致力于为客户提供创建和跟踪在线营销活动更好的办法。

在加入Salesforce之后，布利策担任过多个职位，现在则是Salescloud的副总裁。而Salescloud之所以能取得成功，布利策在其中起到了至关重要的作用。他善于观察，总是能找到产品的不足之处，还格外关注细节，力求把细节之处做到完美，甚至连电子邮件的签名都不放过。正是因为他能做到心有猛虎、细嗅蔷薇，同时又善于把握机会，Salescloud才能成为明星产品。现在，布利策又将目光投向了人工智能，一个全新的领域等着他去探索。

“蹭网”不可取

海外网 **刘思悦**

“蹭网”，简言之，指的是通过非正规途径，侵占并盗用他人上网资源的一种行为。随着“蹭网”一族出现，许多公共场所以及个人的网络都在被他人“蹭用”，从而导致了信息数据泄露的安全隐患。

“免费”上网的“秘密”

在这些标有诸如“一键连接，极速上网”、“十亿热点覆盖全球，随时随地一键联网”、“通过地理定位，自动搜索周边商家Wi-Fi（无线连接），已累计覆盖了全国超过1亿的Wi-Fi热点”等功能介绍的“蹭网”App中，我们其实不难发现实现“免费”上网的“秘密”。基于流量资费相对较贵的背景和共享、互帮互助的理想目标下，这类App在安装到用户的手机上后，会将用户手机中所记载的连接记录上传到App的服务器中，轻而易举地拿走不同用户上传至服务器的“共享”资源，并分享给其他用户，实现所谓的“免费”上网。

因此，在“免费”的诱惑下，“蹭网”成为一种流行。不过有手机用户表示，在初次接触这种App时，感觉既方便又神奇，就忍不住下载了，但使用过后心里总有些许担忧，不知道自己的密码会不会也被App自动获取了。

复旦大学网络空间治理研究中心主任沈逸在接受采访时表示，“蹭网”App研发的初衷无可厚非，但它的使用必须以法律为准绳，以事实为依据。也就是说，在认识“蹭网”App的过程中，人们应该首先观察“蹭网”行为有没有对他人造成损害，会不会对社会带来负面影响，以及如何规制这一行为。

“蹭网”扰乱网络生态

中国互联网用户的规模大约为7亿，可以说“蹭网”App存在巨大的潜在市场。沈逸表示，廉价的互联网接入在人群中有特定的需求。生活中，具有高速率、稳定性和合理收费标准的网络是大多数人追求的目标。北京邮电大学互联网治理与法律研究中心常务副主任谢永江则表示，除了网络免费服务的观念，“蹭网”App的流行还与部分未成年人规避家长对其上网时长的控制有关。有部分App技术开发商投其所好，研制出共享信息的手机软件，供用户下载使用。

以为“关掉自家Wi-Fi就好”的家长发现，各种破解Wi-Fi密码的“神器”让孩子畅玩无阻。 **商海春**作 **新华社**发

然而，在使用“蹭网”App后，众多手机用户却表示这类应用并不如想象中的便捷、有效，甚至面临丢失密码和泄露信息的安全隐患。谢永江认为，虽然包装在资源共享的美丽外壳下，但“蹭网”App至少在三个方面涉嫌违法：第一，如果“蹭网”App是由未成年人下载并向服务商分享上网密码，且是在未得到监护人同意的情况下进行的，这种通过分享方式得来的“蹭网”就是非法的；第二，“蹭网”App推崇的共享原则破坏了现有网络服务市场中基于家庭计费方式的正常秩序，是对正常财产权的损害；第三，分享密码和信息还可能会给部分非法分子提供窃取个人信息的机会，扰乱网络健康生态。

网络安全重在规范

近年来，相关部门对网络安全问题高度重视。2017年5月，最高人民检察院会同最高人民法院颁布了《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》，对涉及个人信息的刑事违法行为做出详细规定，为惩治侵犯个人信息的犯罪行为提供了具体、有力的法律武器。

针对网络系统中出现的“蹭网”类App，2018年4月，工业和信息化部做出专门通报，点名“Wi-Fi万能钥匙”和“Wi-Fi钥匙”移动App具有免费向用户提供使用他人Wi-Fi网络的功能，涉嫌入侵他人网络系统和盗取用户个人信息，随后工信部要求有关部门开展调查，依据《网络安全法》等法律法规处理相关行为。对此，谢永江称，总体来说，蹭网App弊大于利，建议做下架处理。

在沈逸看来，提供基础设施服务和制定网络管理规范是解决“蹭网”行为的两个必要手段。其中，促进“蹭网”App内部数据安全，规范“蹭网”App的使用是整治“蹭网”乱象的当务之急。目前关于网络使用，并没有一套标准规范。要解决网络规范使用的问题，就要明确划分可共享网络与不可共享网络的标准。此外，还要规定平台责任，即提供和维护App的人员如果由于维护不当而造成数据泄露或挪作他用，要承担相应的法律责任。最后，有必要对互联网接入费用进行相应调整，保证手机用户高效、安全地上网，享受改革的红利，减少“蹭网”行为。

沈逸表示，对于“蹭网”这一新的互联网现象，国家必须规范互联网的生态体系，避免无法可依的情况出现。技术发展和商业应用的想象力是没有界限的，治理能力和治理体系要能够跟得上技术发展的步伐，才能推动社会的更可持续发展。