

网上中国

截至今年10月下旬,数字人民币累计交易金额接近620亿元

进一步完善数字人民币生态体系

本报记者 朱金宜

数字人民币多地试点一年多来,应用场景持续创新,公众接受度不断提升。截至今年10月22日,数字人民币已开立个人钱包1.4亿个,企业钱包1000万个,累计交易1.5亿笔,交易额接近620亿元。专家表示,普及数字人民币应更广更深推进全场景试点,凸显数字人民币的普惠性优势,进一步完善数字人民币生态体系,实现便捷与安全的统一。

试点场景加速拓展

在北京,中国人民大学的学生雅琦用数字人民币在学校纪念品商店购置文具;在上海,王阿姨每天都能在镇宁菜市场用数字人民币买到新鲜果蔬;在成都,陈女士通过数字人民币为身在异地的母亲缴纳医保费;在西安,“复兴壹号”智慧党建平台已累计完成10万多笔数字人民币党费缴纳……从日常消费到缴费纳税,数字人民币已深入各类生活场景。

近日,在第六届香港金融科技周论坛活动中,中国人民银行数字货币研究所所长穆长春介绍称,目前已有155万商户支持数字人民币钱包,涵盖公共事务、餐饮服务、交通出行、购物消费和政务服务等领域。据悉,数字人民币试点场景数量在今年6月末已超过132万个,截至10月8日这一数字已超过350万个。

业内人士认为,今年下半年数字人民币试点场景加速拓展,主要得益于与企业尤其是互联网平台的互动联结。例如,京东是数字人民币参与电商大促场景的主要平台。数据显示,今年11月,超过10万人在京东APP使用数字人民币消费,累计订单数超过24万笔。网络促销活动具有高频、低额、瞬时支付峰值高等特点,有利于为未来普及推广数字人民币积累经验,使数字人民币成为更好用的“钱”。

中国人民银行行长易纲指出,数字人民币当前以满足国内零售支付需求为主。这意味着,数字人民币必须接入尽可能多的场景,接受稳定性和易用性的检验。“未

来央行将根据试点情况,有针对性地完善数字人民币设计和使用。”易纲说。

普惠优势更加显著

“拿着这张卡,在刷卡区贴一下就能付钱,真方便!”今年67岁的陆爷爷在第四届进博会的数字人民币试点区体验到“碰一碰”支付的快乐。陆爷爷手中的“卡”,并非用于POS机消费的传统银行卡,而是数字人民币可视芯片卡。据介绍,除了IC卡片式的数字钱包,形似红包的纸质芯片、可穿戴的支付手套等“硬钱包”形态也已研发完成,与数字人民币APP等“软钱包”互为补充,避免老年人、残障人士等群体被数字鸿沟隔绝于移动支付场景之外。

“数字人民币是人民银行国内零售支付市场提供的公共产品,其初心就是推动金融普惠的发展。所以我们在数字人民币的试点过程中,一直努力落实金融普惠的理念。”穆长春表示,数字人民币在设计上致力于增强支付服务的可获得性,不仅推出满足特定群体需求的硬件载体,还利用近场通讯(NFC)等技术开发离线支付功能,有利于实现随时随地的便捷支付,防范因通信网络中断造成的支付风险。

数字人民币的普惠性还在绿色低碳领域进一步延伸。今年9月,美团在北京、上海等9个数字人民币试点地区同步开展“低碳骑行季”活动,每位用户只要报名成功即可领取数字人民币低碳出行红包奖励,用于支付美团单车骑行费用。据介绍,美团接入数字人民币试点以来,



观众在冬奥数字人民币试点支付体验展上参观。

杜建坡摄(人民图片)

累计超过100万用户开立数字人民币个人钱包。

平衡便利与安全

“数字人民币用起来很方便,感觉和支付宝、微信支付差不多。”雅琦对数字人民币消费体验的评价,道出了大部分人的心声。然而,相似的用户体验并不能混淆数字人民币与支付工具之间的界限,“钱”与“钱包”存在本质区别。直观来看,通过数字人民币支付的资金直接进入商户账户,没有任何额外费用;而使用支付宝等工具进行提现时,需要为使用“钱包”交纳手续费。

业内人士指出,支付宝等第三方支付工具对培育人们的无现金交易习惯作出了极大贡献,围绕支付工具展开的生态体系已较为成熟,这为发展数字人民币打下

坚实基础。但在主流支付工具用户黏性强的背面,存在过度采集与贩卖客户信息、虚假交易等违法行为。

尽管使用数字人民币与第三方支付工具并不冲突,但客观上,数字人民币作为“更好用的现金”,其便利性并不亚于第三方支付工具,用户出于对手续费和隐私安全的考虑,可能会更倾向于选择数字人民币。据易纲介绍,央行下一步研发工作之一,就是要推动数字人民币与现有电子支付工具之间的交互,实现安全与便捷的统一。

“未来,数字人民币与第三方支付工具进一步聚合,既要在使用场景中考虑便利性,利用好现有工具及其生态,实现‘钱’与‘钱包’的互联互通;又要强化数字人民币的可控匿名属性,切实保护个人隐私数据,满足公众的信息安全需求。”专家表示,便利性和安全性之间存在一定的矛盾,需要结合试点经验,利用科技手段,实现二者的相对平衡。

云中漫笔

让网络空间更加清明

何冽

打开某个网页,却被突然弹出的广告打扰,内容毫无营养,想要关掉却困难重重,要么很难找到关闭按钮,要么点击关闭后又弹出另一个广告,类似的糟心事不少人都经历过。

针对此类乱象,市场监管总局近日发布《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》(以下简称《意见稿》),明确规定“以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭”,并对具体情形进行了罗列,对违法情形规定了相应的处罚措施。“关不掉”的广告得到监管,网络空间才会更加干净整洁。《意见稿》还涵盖许多受到广泛关注的问题。例如,网络“软文”真假难辨,读到最后才发现是广告;广告商用算法推荐广告,个人信息保护有风险……

民生之事无小事,这些互联网广告不仅仅是一种打扰和不便,更会污染营商环境,侵害消费者的合法权益。通过立法形式对这些问题进行规范,是提高广大网民幸福感的切实举措。

近年来,广告行业随着网络发展而焕发勃勃生机,《2020中国互联网广告数据报告》显示,2020年互联网广告全年收入4971.61亿元。如今,广告的内容形式、经营模式、投放方式等发生很大变化。《意见稿》将直播、跨境电商等新业态纳入监管;进一步强化对弹出广告“一键关闭”、插入广告等领域的制度规定;增加了对含有链接的广告、学前教育 and 中小学教育广告的专门规定……可以说,《意见稿》适应了网络技术快速发展下的新形势,完善了互联网广告监管制度,增强了互联网广告监管的科学性、有效性。

对于互联网广告行业来说,必须重视自身责任。一方面,企业必须依法依规办事,对于自己平台上的广告进行监管,对存在问题及时处置;另一方面,当下技术发展日新月异,企业应当真正重视消费者利益,自觉进行维护,而非抱着侥幸心理,利用漏洞牟取私利。

保护广大网民合法权益,维护互联网广告健康发展,需要多方合力实现。相信随着监管体系的日益成熟,那些“牛皮癣”一般的顽疾将得以铲除,网络空间将更加清明。

截至今年6月,中国农产品网络零售规模达2088.2亿元

电商助推乡村振兴“加速跑”

海外网 李雪钦



AI种植树莓 丰富冬奥餐桌

近年来,河北省张家口市万全区盘活全镇李杏庄村1300亩闲散耕地资源,引进树莓种植产业,通过上线“AI树莓大师”人工智能平台,实现了全年无歇、有效生产。目前,该区已与5家冬奥会指定食品供应商达成了树莓采购合同,成为冬奥会特许供应食品之一。图为工人在李杏庄村温室大棚采摘树莓。

武殿森摄(人民图片)

随着互联网技术的发展和普及,中国广袤农村享受到了数字化带来的便利和实惠。中国互联网络信息中心近日发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年6月,中国农产品网络零售规模达2088.2亿元,全国乡镇快递网点覆盖率达到98%,有效打通了农产品上行和农村消费升级的末梢循环。专家表示,以电商为代表的数字化服务向乡村下沉,带来城乡双向消费交流互动,为乡村振兴、农村经济注入新动力。

让农产品销售更旺

“80后”大学生张靖在陕西西安工作两年后,返乡回到内蒙古巴彦淖尔五原县,与朋友一起成立商贸公司销售瓜子。今年,张靖被选为五原县银定图镇胜利村

的党支部书记,这让他觉得身上的担子更重了。据悉,五原县是全国知名的向日葵种植大县,年产量超过5亿斤。村民种植的向日葵大丰收,如何让村民种得好也卖得好,带领村民依靠产业增收致富,成为张靖经常思考的问题。今年,张靖的电商团队正式入驻五原县电商产业园,并在拼多多平台开店铺,主营当地生产的葵花子、南瓜子。

“电商的信息更透明,缩减瓜子流通的中间环节,拓展了五原瓜子的新销路。”张靖说,“政府对电商的扶持力度很大,连电商产业园的仓库都是免费提供。”据介绍,在当地政府的支持下,五原县的电商产业近年快速发展。过去一年,在整个电商产业园中,仅拼多多的商家就新增了40多家。

五原瓜子在线上焕发新活力是电商助力乡村振兴的一个典型。近年来,在供给侧,政府、企业等多方参与农村市场数字化基础设施建设,优化传统的农产品供应链模式,助力农产品向外地销售。各大电商平台将供应链、物流等“新基建”不断向下延伸,通过技术输出、品牌赋能、渠道拓展等措施,有效促进农产品上行。

激发农民的消费热情

商务部、中央网信办、国家发改委近日发布的《“十四五”电子商务发展规划》提出,加快弥合城乡之间数字鸿沟,强化产销对接、城乡互促,促进共同富裕,让人民群众从电子商务快速发展中更好受益。

在需求侧,有关方面通过改善农村的

消费环境带动农村消费,促进工业品下行。据悉,全国建制村已经全部实现了直接通邮,乡镇快递网点覆盖率达到98%,解决了农村居民网络购物过程中的物流配送难题。网络零售城乡流通体系逐步打通,农村市场消费潜力得到有效释放,农村市场成为扩大内需的重要增长点。数据显示,2021年上半年,全国农村网络零售额同比增长21.6%。

“电子商务在推动乡村振兴方面发挥很大作用。”业内人士指出,要推动数字技术和农业结合,加快中国农业转型升级,并将农业和电商物流体系对接,打造更完备的农村农业供应链体系;还要通过就业带动农民增收,激发农民的消费热情。

“要提高农村物流的配送水平,进一步实现低成本、高效率的配送,满足农民的生产、销售及消费需求。还要提升农产品标准化、多元化、品牌化水平,让广大农民通过基础设施、信息化机制、数字化建设获益,进而提高生活品质。”清华大学互联网产业研究院副院长刘大成接受本报采访时表示,可以加快物联网、人工智能在农业生产经营管理中的运用,完善农产品安全追溯监管体系;提升农产品物流配送、分拣加工等电商基础设施的数字化、网络化、智能化水平,畅通农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”;培育农产品网络品牌,支持农村特色产业品质化、品牌化发展模式等。



在甘肃省陇南市成县电商孵化园内某公司的扶贫车间,创业青年和土陶罐传承人边雕刻边直播推荐精美的土陶罐手工艺品。李旭春摄(人民图片)