

## 盘点2014年ICT业重磅十二大政策

□ 陈志刚

新闻热线:010-58884107  
E-mail:angela@vip.sina.com

■主编 刘燕 副主编 李国敏 责编 陈杰

## ■一周快评

## 央行开启个人征信市场

1月5日,央行在官网上发布了《关于做好个人征信业务准备工作的通知》,要求8家机构做好个人征信业务的准备工作,准备时间为6个月。名单上的机构股东背景多元,既有阿里、腾讯等互联网巨头,亦有大型金控中国平安、鹏元、中诚信等老牌征信公司亦在列。

值得一提的是,在央行公布的8家机构中,除传统的征信机构外,还有蚂蚁金服旗下芝麻信用等从事互联网征信业务探索的机构。这或许会给中国的个人征信市场在起步阶段就带来一些与众不同的东西。作为蚂蚁金服旗下子公司的芝麻信用,有着非常广泛的信用数据来源,日数据处理量在30PB以上,相当于5000个国家图书馆的数据总量,其中包含了用户网购、还款、转账以及个人信息等方面数据。再加上蚂蚁金服多年来积累的数据处理能力,为其从事征信业务打下了非常好的基础。蚂蚁金服首席信用数据科学家俞昊杰说:“互联网发展给个人征信行业带来了跳跃式的发展。随着互联网的发展,人的行为变成24小时可记录。因此跟传统征信业的数据相比,互联网征信的数据涉及范围更广,种类更多。”

此举意味着国内的个人征信市场化的闸门正式开启,八家机构有望喝得“头啖汤”。

## 工信部严打“黑卡”

1月5日,工信部、公安部、国家工商总局联合印发“电话‘黑卡’治理专项行动工作方案”,自2015年1月1日起,在全国范围联合开展为期一年的电话“黑卡”治理专项行动。

工信部要求从2015年2月1日起,在为用户办理电话入网手续时,应核验用户身份信息,实现系统自动录入用户身份信息,停止人工录入方式。2015年9月1日起,电信企业各类实体营销渠道要全面配备二代身份证识别设备,并通过系统自动录入用户身份信息。2013年9月1日前入网的未实名老用户,基础电信企业要在为其办理新业务、更换电话卡时依法要求其进行补登记。电信企业要对以同一身份证件在一个省份内登记了5张以上移动电话卡等用户为重点,通过核验登记信息、回访等措施,验证用户身份信息的准确性。同时,工信部将根据《电信和互联网用户个人信息保护规定》,按照“谁委托,谁管理,谁负责”的原则,防止个人信息泄露、毁损或者丢失。对违反这些规定的,由电信管理机构责令其限期改正,予以警告,并处以1万元以上3万元以下的罚款,向社会公告;对构成犯罪的,依法追究刑事责任。

所谓电话“黑卡”是指未进行实名登记并被不法分子利用进行传播淫秽色情信息、实施通讯信息诈骗、组织实施恐怖活动等违法犯罪活动的移动电话卡(含无线上网卡)。

## 全国近半省市加入“未来医院”

1月5日,中山大学附属第六医院宣布与东软集团、支付宝钱包达成合作,正式加入支付宝“未来医院”计划,并在移动就诊服务基础上,首次开通缴住院金功能。至此,全国已有14个省份(含直辖市)加入支付宝钱包“未来医院”计划,覆盖37家医院。市场预计,2015年会有超过100家医院加入“未来医院”计划,中国卫生医疗服务将迈入“未来医院”时代。

据介绍,新进驻“未来医院”的中山大学附属第六医院,实现了包括移动挂号、诊间缴费、查收报告、科室导航、服务评价、医保实时结算以及住院缴费等,是迄今功能最全面的一家“未来医院”。用户在中山大学附属第六医院就医,从门诊挂号、缴费、查取报告,到住院金清单查询、缴费,全流程都可以用支付宝钱包完成,而且还支持医保实时报销。其中,住院金缴费是全国范围首次上线。这是支付宝推出“未来医院”以来,首次实现住院患者人群的服务覆盖,标志着“未来医院”对医疗服务流程的优化,已经从门诊延伸到住院部门。

2014年5月,支付宝钱包首次推出“未来医院”计划,利用互联网技术和手段,帮助医疗机构优化医疗资源配置,改善患者的就诊体验。中山大学附属第六医院是广州第三家加入支付宝“未来医院”的三甲医院,也是支付宝和东软集团合作在华南推进的首家“未来医院”。

经过半年预热,“未来医院”建设开始全面提速了。

总结2014年,ICT行业的产业政策是一个不断尝试如何把市场交给市场的试错和试对的过程,很多政策还需要时间来观察。

**点评:**除了提了一堆要求和验收标准,以及要求地方政府做好规划之外,谈钱真心伤感情,所以最好不提,当然,办法里也真的没提。

**虚拟运营商牌照持续发放**  
**雷声大雨点小**

赶在2013年的岁尾,移动转售业务许可证第一批牌照发放,到2014年,已经连续发了6个批次。上个月,工信部终于说了,已经停止申请。目前的数量是42家。有关官员曾经预测在2015年虚拟运营商用户将超过3000万。嗯,的确令人期待。不过一会儿互联网思维,一会儿吵吵批零倒挂,一会儿闹着要建立季度动态批发价格调整机制,一会儿又是免费,这玩法,真是让看官们迷了双眼。

**点评:**虚拟运营商一周岁了,送上我的祝福,2015年,很快就会结束的哦。  
**信息消费扩大内需的若干意见出台**  
**从此以后只有数字生活服务**

国务院印发了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》,《意见》说到2015年,使信息消费规模超过3.2万亿元,年均增长20%以上,带动相关行业新增产出超过1.2万亿元;基于互联网的新型信息消费规模达到2.4万亿元,年均增长30%以上。

其在这个意见中,有一句极为重要,那就是:建立健全基础电信运营企业与互

联网企业、广电企业、信息内容供应商等合作和公平竞争机制,加强资费监管,鼓励和支持民间资本进入电信业。

**点评:**信息消费是个筐,今后一切都要以促进信息消费为指引。  
**国务院取消电信业务资费标准审批**  
**说好的涨价去哪儿了**

过去十多年为数不多的持续下降的唯有电信资费。电信行业一直是上限管理,就是发改委只管涨价,不管降价。但是每次降价,按照之前的管理流程,那也要向管理部门报备审批的。5月份,工业和信息化部、国家发展改革委联合发布了《关于电信业务资费实行市场调节价的通告》,放开所有电信业务资费。这显然在互联网时代不太符合“快”的互联网思维。于是国务院给取消了个文件:《国家计委 信息产业部关于印发〈电信资费审批备案程序规定(试行)〉的通知》(计价格[2002]1489号)。

但过去一年,取消资费审批,运营商既没有涨价,也没领降价风潮。  
**点评:**对市场竞争现状的否认而已,象征意义大于实质意义。  
**加快我国手机行业品牌建设的指导意见**  
**山寨已死,国货自强**

关于这个政策,出台的背景是:目前我

国手机行业品牌影响力不强、附加值不高等问题制约着我手机企业的进一步发展,加快提升产品品牌形象和价值正在成为行业的新追求。

回顾过去的2014年,这个意见真的很有必要。  
**点评:**顺势出台的政策。

**国家新型城镇化规划发布**  
**智慧城市建设成为重头戏**

在这个规划中,明确要求:推进智慧城市建设,统筹城市发展的物质资源、信息资源和智力资源利用,推动物联网、云计算、大数据等新一代信息技术创新应用,实现与城市经济社会发展深度融合。

据此,住建部、工信部等部门陆续出台了《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》,系列智慧城市国家标准包括《智慧城市SOA标准应用指南》《智慧城市技术参考模型》《智慧城市评价模型及基础评价指标体系》等6项陆续立项。

当然,最大的成绩是,各部委发布的不同类型智慧城市试点总计超过400个。

**点评:**智慧城市是信息消费这个大框的小框,但是比信息消费更实在的框。  
**电信、联通获发FDD试验牌照**  
**不能阻挡移动一骑绝尘**

2014年6月27日,工信部发放FDD LTE试验牌照,只有中国电信和中国联通获发此牌照,与中国移动无关。

随后多次工信部不断扩大试验网的城市规模,并在12月批准了中国电信在原来的频段上,改变制式,进行FDD试验网的试点。

传说中FDD始终闻声不见人,不过有关部门说了,在2015年会推动发放。

**点评:**FDD牌照已经无足轻重。  
**关闭互联网电视违规视频下载**  
**互联网电视看上去还美吗?**

此事闹得沸沸扬扬。按照《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》(181号文)的规定,今后,在开办主体上,只有经过国家新闻出版广电总局批准的广播电视台机构,才能开展互联网电视内容平台。

一时间,互联网视频网站频频中枪,在当时引发了不小的波澜。后来新广总局还发布了关于大力开展智能电视操作系统TVOS1.0规模应用试验和推动广播电视终端标准化智能化的通知,大力推广自有产

权的安全操作系统。

**点评:**在市场与非市场之间,怎么平衡?真不是一句话能回答的。  
**网信办发布即时通信工具管理办法**  
**微信你懂的**

要点是:①服务提供者从事公众信息服务需取得资质 ②强调保护隐私 ③实名认证,遵守“七条底线” ④公众号需审核备案 ⑤时政新闻发布受限 ⑥明确违规如何处罚。

此后,腾讯公司在2014年8月25日的时候,就共暂停更新公众账号311个、永久关闭公众账号46个。

**点评:**微信任重道远,不过有规矩有方圆,总是好的。  
**加强电信和互联网行业网络安全工作指导**  
**再见斯诺登**

如果你还记得得斯诺登,如果你还记得德国总理被美国人窃听,你应该会理解这个政策出台的背景。

新形势的确很严峻,问题突出表现在:重发展、轻安全思想普遍存在,网络安全工作体制机制不健全,网络安全技术能力和手段不足,关键软硬件安全可控程度低等。

这其中,应用商店被作为重点第一次提出了完整的安全监管要求,例如:应用程序安全检测、恶意程序下架、恶意程序黑名单、用户监督举报等制度。建立健全移动应用程序第三方安全检测机制。

有媒体报道说,工信部正在牵头建设手机软件的“可追溯体系”,如果软件出了问题,立刻可以找到它的开发者。也有消息曾经称,国家网信办将出台APP应用程序发展管理办法。

**点评:**安全问题,真的不是你看到的和你想到的那么简单。  
**宽带接入市场向民间开放**  
**会比移动转售商幸福吗?**

这是年末最后一项行业政策大礼包。其实此时出台这个政策,主要目的是有两个,一是为了缓解“宽带中国”战略实施带来的资金压力,二是为了加强宽带市场的竞争,提高宽带运营商的服务水平。

当然,主要是缺钱。要不宽带中国示范城市真是巧妇难为无米之炊。

**点评:**借用知名行业专家宁宇的观点,经营宽带接入业务的民企,日子会比移动转售企业好过。  
**(作者陈志刚为科技专栏作家)**

## “专车”不该一棍子打死

□ 陈杰

在“北上广”等国内一线城市生活的人们对“打车难”肯定都有深刻的认识,好在这几年,移动互联网及O2O的出现似乎为解决交通运输领域根本性顽疾的重要方式。特别是2014年几轮火爆的快的和滴滴的打车补贴大战,平台方的“烧钱大战”让司机、消费者以及出租车公司等各方都有受益。然而,随着快的、滴滴在出租车领域“烧钱”的结束,“的哥”抢单的热情也剧降,虽然“打车难”问题相较于之前有了不小的改善,但远没有得到根本解决的地步。

就在各方对打车软件的补贴大战戛然而止之时,快的“一号专车”、AA租车、滴滴专车等一大批平台开始推出定位高端用户的“专车”服务。这种车上有位免费矿泉水、手机能免费充电、两天会换车护送,有大行李也能帮忙搬运,如果想在商务场合体现身份,还有奥迪、宝马和大奔可选的“专车”服务一经推出,便在社会上引起了较大反响。有乘客觉得“专车”服务很赞,也有的觉得太贵。当然,不少出租车驾驶员认为“专车”来抢生意,有“黑车”之嫌。这两天,沈阳就出现了千辆出租车因对滴滴专车、一号专车等不满而罢运的事儿来。

曾几何时,各地对于黑车的打击是非常严格的。如果真的有了“黑车”这么一项大帽子,“专车”们肯定也玩不了几天。而就在早前几天,上海市以“黑车”名义查处了12辆滴滴专车。据了解,被上海查处的这12个车主中,5人各处罚1万元,剩余7辆车尚在调查取证中。对此,滴滴方面给出的解释是专车其实是商务车,虽然外送,但看起来和普通的私家车无异,属于汽车租赁公司,只能通过电话或软件召车,提供点对点服务。司机作为劳务公司员工,仅提供驾驶服务,交通管理部门负责发放营运证,并进行监管。

其实,简单从概念上来说,黑车是那些没有在交通运输管理部门办理任何相关手续、没有领取营运牌照而以有偿服务实施非法运营的,就是非法出租车。而由于目前国家以及各地对于租赁车能否进行客运的问题还没有出台法律法规,而打车软件登记的车辆大部分都是租赁车,这应该是钻了法律的空子。所以,“专车”是不是“黑车”,界定上还是存有争议的。

既然无法定黑白,那就只有从消费者体验的角度来分析一下了。为此,平时打

表看起来和普通的私家车无异,但属于汽车租赁公司,只能通过电话或软件召车,提供点对点服务。司机作为劳务公司员工,仅提供驾驶服务,交通管理部门负责发放营运证,并进行监管。

其实,简单从概念上来说,黑车是那些没有在交通运输管理部门办理任何相关手续、没有领取营运牌照而以有偿服务实施非法运营的,就是非法出租车。而由于目前国家以及各地对于租赁车能否进行客运的问题还没有出台法律法规,而打车软件登记的车辆大部分都是租赁车,这应该是钻了法律的空子。所以,“专车”是不是“黑车”,界定上还是存有争议的。

既然无法定黑白,那就只有从消费者体验的角度来分析一下了。为此,平时打

车也只打出租车,笔者特意体验了一下滴滴专车的服务,下单后司机接单踊跃,五分钟下一辆专车中最经济型的凯美瑞专车就到了楼下,各项贴心服务也基本是标准程序,从军事博物馆到国贸十几公里的路程加上拥堵费用总共花费108元,是正常出租车40元的两到三倍,较高的费用还是有别于一般的出租车。由此也可以判断出,专车服务的对象还是偏高端,对普通出租车不会产生太大的影响。为笔者服务的司机师傅一路上多次强调说这种租赁公司的专车服务其实一直都在,只不过是当前的几大平台用信息化的手段将这一服务更加大众化了。从消费者体验上讲,专车在服务和安全问题上跟一般的黑车有着天壤之别,而价格上也没跟出租车形成直接竞争关系。

当然,不是说专车服务就没什么问题,当前商务专车基本上都是采用租赁车辆+劳务司机的组合,也难避免因过快的服务导致运营车辆和司机的不足,这也难免会掺入大量挂靠的私人车辆,如果缺乏有效的管理,未来专车的安全和到时就成了制约行业发展的大问题了。

很明显,在法律法规还不健全的情况之下,专车跟当初的电子商务、网络支付、互联网金融一样属新生事物,在专车和黑车之间没完全划等号之前,监管部门还是应该多一点耐心,多一些市场的调研和对新生事件多一点宽容,不应该一棒子打死了事。

**■IT江湖**

## App成功的关键在于留存率

的运营重心便放在了使用率和留存率上。

**打好7日攻坚**

7日留存概念对于App运营者们并不陌生,但却没有获得像次日留存那么多的关注。其实,对于一款超级App产品来说,7日留存是用户从新增用户转化为稳定用户的关键时期,它决定了用户是否真正喜欢这款产品。

以中搜搜悦这款超级App为例,相较于社交类超级App,搜悦无法像微信一样凭借社交的频率保证7日留存率,而相较于应用类超级App,中搜搜悦又比支付宝一类的应用使用频率高。在此前提下,搜悦亮出的7日攻坚武器是“兴趣”。

在用户安装进入搜悦后,就会进入“个性化定制”页面,根据自己感兴趣的话题定制社交、网址导航、新闻、购物等,形成专属的个人门户。以兴趣为纽带,搜悦迅速与用

户建立了联系,让用户随时打开应用,都能获得自己定制的、有价值的信息。

要形成稳定的关系,搜悦深知单方面向用户推送信息是不可取的,激发用户参与才是根本。通过兴趣建立初步联系后,搜悦设法让用户参与到自身的生态体系中来。用户每一次基于兴趣的信息获取、发布、分享都可以产生积分。和多数应用中积分效果鸡肋不同,搜悦的积分可兑换成搜币,并可与实际货币等价,在其平台中的商家进行消费。为了增加用户参与的积极性,搜悦通过多种推广活动为新用户完成“原始资本积累”。

**唤起连续记忆**

有人将用户留存比作一种用户记忆被唤醒的过程,不同的产品使用频率,需要不同的唤醒周期。对于超级App来说,根据各种服务的特性搭建唤醒周期矩阵,会有

效弥补用户的“记忆空档”。

像搜悦这样集多种服务于一身的超级App,既有用户常用、惯用的新闻、社交、电商功能,有游戏中心、应用商城等使用频率较低的服务,又有电影票务、出行等生活服务,也有零拍、理财等附加值高的新型服务。根据用户对服务的黏性程度,搜悦结合新闻推送的特点设计出自己的一套推送哲学,让其不断被用户使用,也使平台上的商家直接受益。

唤起记忆旨在绑定用户的参与,而参与是移动互联网时代的根本特点,也是一款好应用的根本追求。不论是靠流量还是靠付费,不论你是大还是小全还是小而美,在应用市场硝烟弥漫的今天,让你的App留在用户的手机里,不仅是衡量产品品质的重要标准,也是衡量运营团队的成功与否的重要指标。  
**(陈杰)**