

互联网金融背景下移动支付新特点

平安银行“橙e网”助中小企业电商化

日前,中国互联网协会互联网金融工作委员会联合平安银行,在深圳举办“中小企业电子商务服务示范工程暨中国互联网金融百万中小企业成长助力计划——橙e平台启动会”。“橙e平台旨在帮助中小企业上下游之间旅客交易快速实现电子商务转型,打造‘熟人生态圈’的模式。”

据介绍,“橙e平台”由银行出资建设和运营,并协同物流、第三方信息平台等战略合作伙伴,让中小企业免费享用云电商系统。此次平安银行推出的橙e平台对原来强势业务品牌供应链金融2.0版本的又一次升级,它颠覆以往以融资为核心的金融模式,更多地以往的交易流程为核心,在线集成物流、供应链管理等服务和综合金融服务,进一步优化全产业链的商务生态。平安银行行长邵平表示,正如陌生人的社交圈是陌陌,熟人的社交圈是微信,陌生人的生态圈是阿里巴巴,而做熟人的生态圈则是橙e平台的战略定位。(刘杰)

华为推全球绿色供应链计划

目前,华为正在24家供应商中开展供应链碳减排试点项目,未来将逐渐覆盖到更多供应商,供应商的绿色绩效将成为华为与供应商达成商业合作的前提之一。华为在发布《2013年可持续发展报告》时宣布了绿色供应链计划。据可持续发展报告显示,2013年,华为中国区实现节电4200万kWh,相当二氧化碳排放量减少38000吨。

华为的可持续发展战略聚焦以下四个方面:消除数字鸿沟,保障网络稳定安全运行,推进绿色环保和实现共同发展。2013年,通过提升产品的能源效率,华为网络设备在使用阶段的能耗降低10%—40%。华为将绿色ICT的理念融入所有产品的全生命周期,持续创新提高产品能效,打造绿色通信网络。2013年华为荣获中国企业家协会授予的“中国绿公司百强”称号,华为供应链可持续发展管理获得联合国全球契约中国网络“2013促进社会发展与合作最佳实践奖”。

近年来,华为始终在产品的可持续性创新方面保持着很高的投入。2013年,华为在研发领域投入超过50亿美元。展望未来,华为将抓住循环经济带来的可持续发展机遇,从设计之初就确保产品的可循环性。(安吉)

帮5买与美丽说达成合作

7月10日,购物搜索门户网站帮5买宣布与国内女性时尚购物电子商务平台美丽说达成合作协议,旨在为消费者提供更好的时尚购物体验。美丽说将优质商品信息开放给帮5买,合作之后网友可通过帮5买直接浏览、购买美丽说的相关商品,不仅消费者将便捷获取最新流行服饰、搭配及美妆等女性专属商品信息,网络购物体验也将变的更简便;此外,双方合作还实现了更强大的用户覆盖,提升双方平台的影响力。

帮5买与美丽说同样作为中国电商行业模式的创新实践者,不同之处在于:帮5买是通过搜索技术以“比价”的方式为消费者购物提供帮助,美丽说则是通过以女性为细分市场,建立自主电子商务交易平台,并通过买手团队为商品流行度把关,为女性提供优质的购物体验。帮5买与美丽说等网站通过类似合作将优势互补,实现搜索技术和垂直电商平台的整合,将给整个垂直电商行业带来巨大变化,也会大大改善消费者的购物体验。(孙杰)

中国通信设施服务股份有限公司成立

中国移动通信有限公司、中国联合网络通信有限公司和中国电信股份有限公司于7月11日共同签署了《发起人协议》,将以现金方式出资设立中国通信设施服务股份有限公司。中国移动、中国联通和中国电信将分别出资40亿元人民币、30.1亿元人民币和29.9亿元人民币,在中国通信设施服务股份有限公司中各自持有40.0%、30.1%和29.9%的股权。中国通信设施服务股份有限公司将主营铁塔的建设、维护和运营,兼营基站机房、电源、空调等配套设施和室内分布系统的建设、维护和运营以及基站设备的代维。

中国通信设施服务股份有限公司的成立,对电信行业来说,有利于减少基础设施的重复建设,缓解铁塔选址难问题,提高行业投资效率,从机制上进一步规范节约资源和环境保护。对三大基础电信运营商来说,有利于有效盘活资产,节省资本开支,优化现金使用,聚焦核心业务运营,提升市场竞争力,加快企业转型升级,从而更好地为消费者提供更优质的电信服务。

中国通信设施服务股份有限公司的成立是借鉴国际通信业专业化分工经验的积极尝试。(复兴)

在互联网金融发展的背景下,移动支付工具也相应取得了快速发展,2014年将是具有分水岭意义和充满挑战的一年。市场研究集团益普索近日联合新浪财经发布《互联网金融背景下的移动支付暨手机银行市场研究白皮书》,从移动支付市场,手机银行市场以及移动支付安全性三个维度进行聚焦和透视。

第三方支付工具占较大比例

研究发现,女性用户使用移动支付的比例较高,占55%,这可能是由于女性用户更多使用移动支付进行网购;另一方面,使用移动支付的用户年龄逐步提高,用户平均年龄从2013年的30岁提高到约33岁。

移动支付使用第三方支付的用户占95%,使用手机银行的用户占60%。从这个角度来说,第三方

支付公司在客户端的应用推广上,成效更为显著。消费者使用移动支付工具的习惯正在渐渐养成,并更趋成熟和理性。调查显示,54%的消费者在同时使用手机银行和第三方支付工具,这一比例较2013年下降超过10个百分点,冷静下来的消费者开始在移动支付工具上有所选择,体验较差的APP将会逐渐从客户手机上消失。

新的支付手段在市场中慢热

新形式的支付手段在市场中逐渐慢热,移动支付市场百花齐放,在APP客户端支付之外,其他方式也逐步被客户接受,如扫码支付(29%),声波支付(22%)或者近场支付(20%)等。尽管目前各种移动支付的使用率仍在逐渐提高过程中,但是这些支付方式已被多数用户知晓,随着O2O等丰富的应用场景的出现,这些支付方式也将迎来快

速的发展。

客户端的使用体验变得越来越重要,将会成为新的竞争力。移动支付的基本门槛已经跨越,如客户端的安装便捷性、系统的稳定性以及流畅性等已经满足客户需求。如今,用户更多关注于客户端的使用体验以及使用过程中客户服务的体验。

安全性保障和便捷性是双刃剑

此外研究还发现,消费者希望从结果导向得到更多的安全保障,比如有异常账户变动时,给予提醒;挂失时银行提供更多便利举措等等。在保障安全性的同时,消费者的便捷性体验需求也越来越重要,这也为银行在提供安全和全面服务的手机银行基础上,如何针对客户的使用场景提供兼具安全和便捷的服务,提供了丰富的思考空间。(晋文)

二季度手机银行交易规模近六万亿元

根据易观智库产业数据库最新发布的《中国手机银行市场监测数据报告2014年第2季度》数据测算显示,今年第2季度,手机银行客户交易金额达到5.99万亿元,环比增长达到8.1%。

经过了1季度商业银行的传统营销季,中国手机银行市场交易规模在2季度继续保持增长,但增速相较一季有所放缓。随着智能手机市场发展速度的逐渐减缓以及手机银行前期跑马圈地式的推广,个人手机银行用户的增长将趋于稳定,但客户活跃度仍然有待提高。目前各商业银行手机银行营销活动重点均是基于培养客户使用习惯、促进交易活跃度和黏性为主要目的。在移动互联网快速发展的背景下,企业、小微企业移动办公的趋势将会越凸显,这将拉动企业手机银行客户的增长,而企业用户对于整体移动金融市场规模的贡献也将逐渐提升。

2季度,建设银行依然稳居手机银行市场交易

份额的龙头地位,而工商银行作为用户体量最大的商业银行,也在不断发力手机银行的推广,与建设银行手机银行交易规模的差距在逐步缩小。民生银行手机银行步入市场两年来发展迅猛,继2013年交易额突破万亿元跻身商业银行第一梯队后,在本季度其交易规模更是超过农行,市场份额跃居行业第三。

目前,企业手机银行已成为商业银行移动金融的另一个发力点,各行相继推出企业、小微版手机银行,以满足企业移动、便捷的金融服务需求。在2季度中,工商银行与民生银行均对企业版手机银行进行了版本升级,对原有界面和服务内容进行了全新改版,进一步改善了客户体验。为进一步促进企业用户使用企业手机银行,民生银行还针对5月—6月期间开通企业手机银行的客户开展了使用企业网银转账汇款手续费全免的优惠活动,小微企业用户的活跃在一定程度上也促进了

民生银行本季度交易规模的增长。

在个人手机银行方面,拓展新客户与提高用户活跃度仍然是商业银行手机银行的重中之重,2季度,商业银行仍然在不断对个人手机银行服务进行创新,广发银行手机银行推出了任意手机号转账功能,用户只需知晓收款方手机号并向其收款方发送收款指令,即可实现跨行转账。交通银行在手机银行无卡取款的基础上又再次推出了二维码取款,进一步丰富了手机银行的应用。

商业银行不但面临着同业间的竞争,也同样面临着第三方支付等互联网企业所带来的压力与挑战。随着支付宝钱包和微信支付的崛起,商业银行也在不断加强移动金融端的布局,通过创新应用场景,提升用户体验等措施来增强其竞争力。在手机银行市场中,国有大行在客户体量和交易规模的增长将趋于稳定,而股份制商业银行仍然存在巨大的增长潜力。(安吉)

传统企业建APP不能囫圇一把抓

近18个月,苹果APP Store中的应用数量增长70%以上,移动互联网进入高速发展时期。传统企业进入其中以获得更好发展机遇的热情高涨,以至众多企业发出“无APP无品牌”的说法。然而调查发现,很多企业由于是传统业务为主,对APP实不知如何下手,往往是囫圇一把抓的现象。众多承建APP的互联网公司数据证实,企业拥有自己的APP一般有几种方式。一是自己组建团队开发APP,一般投入成本高、周期短、后期维护成本高;二是外包给某个技术公司实施,最后出来的成品往往不是自己想要的,因为大部分技术公司都是模板化APP,所有企业APP最后大同小异;最后一类则是云模式,采用调用模块方式让不同的企业拥有适合自己的APP功能,由于采用基于云端架构,后期产品的升级更新就更加便捷,就像我们使用ios系统一样。

对此,中搜方面的移动互联网专家为企业支招,想避免自己辛辛苦苦搭建的移动APP成为无

人使用的形象工程,应注意五个要点。首先企业要选对打造APP的方式,自己打造技术团队构建显然太过昂贵,而将所有技术工作全部外包给供应商又很容易做出无功能、无意义、无想法的“三无产品”,显然真正可行的只有云平台模式,也就是在云平台上由传统企业和移动互联网企业共同合作完成,既能体现传统企业自身对行业的经验、知识,又能使互联网企业因合作关系而使出所有的技术能力。但这一模式对互联网企业的技术要求极高,目前国内也只有中搜采用云平台模式与企业合作打造移动应用。第二是企业要对APP的功能作用有个清醒认识,有实际使用功能的APP能够为用户带来真正的价值,会先把用户拉到自己的应用中,之后企业实现商业价值就容易得多了,这也正是互联网思维的直接体现。中搜总裁陈沛的一个比喻非常形象:“房子里要先有人,商家才能向他们卖东西。”中搜的第三条意见与世界的普遍看法则有些不同,认为企业不应把所有

蜗牛移动开启Free模式

7月16日,虚拟运营商蜗牛移动推出了一款全新“Free”模式的170号段产品“199免卡”,开售首周(7月16日至7月22日),该卡实行29元的抢鲜包价(即7月16日至7月22日),用户可以任意选择199免卡所含内容,50M国内流量或50分钟长市漫一体语音。

免月租、无套餐,余量两年不清零,资费内容可以自由选择的同时,该卡还有语音与流量转换功能。这意味着,目前每月仅需2.42元,用户就可以享用50M全国流量或50分钟国内通话。

“先推‘免费语音卡’,再搞0元抢购,作为首批获得虚拟运营商牌照的游戏企业,蜗牛跨界通信业后,就以其充满个性和娱乐元素的170号段产品,在众多虚商里独树一帜。”

首个免卡产品“999免卡”是中国首张移动语音免费卡;“399免卡”一年期内容每月送100M全国流量,40分钟长市漫一体语音,开启了170号段0元抢购的先河;此次发布的199免卡,在超级便宜

的售价之外,还推出“Free模式”,延续此前两张免卡免月租、无套餐的“免元素”的同时,加入了“自由”的概念。

一年期内容每月都可以任意选择199免卡所含内容,50M国内流量或50分钟长市漫一体语音。与此同时,卡内的流量、语音还可以互相转换,即每3M流量可转换成4分钟语音,每4分钟语音可转换成3M流量。流量用不掉换语音,语音多了换流量,真正做到“物尽其用”。

“199免卡这种语音、流量随意转换的设置,对手机卡的资费体系是一种突破,也体现了虚拟运营商的创新力。”相关业内人士表示,“这样的转换设置很可能成为未来170卡的趋势。”

在突破资费体系的同时,蜗牛移动还推出了全新的资费包,该包在所有免卡上通用。相比于此前999免卡和399免卡的资费包,新资费包不仅更加实惠,而且选择更多。

在原先的8元/60分钟的基础上,新资费包里

的语音包(长市漫一体),增加了一档50元/400分钟;流量包方面原先的3元/10M也变成了更为实惠的8元/45M和50元/300M。在目前虚商170号段产品里,上述资费包的语音、流量价格是很实惠且有竞争力的。当然,199免卡用户还可以根据自身需要自由搭配相关资费包,同时还享有独特的语音、流量转换功能,使用起来更加灵活自如。

很多虚商在推出170号段产品时,都结合自身的主营业务补贴用户,作为一家老牌游戏企业,蜗牛移动相关负责人也表示,未来会推出很多活动,免卡用户只要有游戏行为,就可以有几率赚到语音和流量,这方面的惊喜和实惠还是很多的。

作为一张几乎涵盖了所有创新概念的170卡,199免卡7月16日起在蜗牛移动官网和免商店同步开售,第一周(7.16—7.22)实行29元的抢鲜包邮价。同时,蜗牛移动的另一大明星产品399免卡的0元抢购活动,目前也仍在进行中,用户可以登录免商店参与。(安吉)

特斯拉应用程序存缺陷 攻击者可远程控制车辆

日前,360公司专业团队研究了Tesla Model S型汽车,发现特斯拉汽车应用程序存在设计缺陷。攻击者利用这个漏洞,可远程控制车辆,实现开锁、鸣笛、闪灯、开启天窗等操作,并且能够在车辆行驶中开启天窗。360已于日前将相关的漏洞细节和解决方案建议正式提交给特斯拉,并表示愿意对特斯拉修复相关漏洞提供技术支持。

据悉,这是全球专业安全公司首次发现特斯拉应用程序的漏洞。

这样的漏洞存在是否意味着Tesla Model S型汽车的车主们必须面对危机四伏的驾驶环境?360公司的安全专家表示,Tesla Model S型汽车的用户不必过于惊慌,这类漏洞利用难度较大,针

对目前的隐患,普通车主在特斯拉设置中关闭远程访问开关即可有效避免潜在危害的发生。

此前,已经有国外媒体报道过有黑客利用特斯拉的6位密码码实现对汽车的远程操控,但对智能汽车发起攻击的技术门槛仍然很高。360首席科学家、360移动安全研究院负责人蒋旭宪教授表示,成功利用这类漏洞实施攻击的概率很低,特斯拉车主不必过分担心自家车辆会遭致不明攻击。

这一漏洞的发现令有关智能汽车安全性的讨论再度提上日程。基于新能源技术,以及人机互动技术,特别是车联网技术的广泛应用,以电动汽车Tesla为代表的智能汽车,正在成为一种新的时尚与生活方式。但公众对智能汽车的安全隐患及

防范措施知之甚少。此前,在一项有关汽车智能车载信息系统的功能调查中,受访者对于涉及安全方面的要求最为突出,侧面反映出用户对智能汽车安全问题的关注。

另据《福布斯》的报道,7月16日,2014 SyScan360大会将在北京举行。届时,全球首个智能汽车系统安全破解挑战赛将拉开帷幕,比赛对象正是特斯拉,主办方抛出1万美金的大奖吸引安全爱好者,希望这场破解比赛,引发公众对新兴智能产品安全性的重视。此外,在2014 SyScan360大会上,360公司的安全团队也将会对该漏洞情况做现场讲述,大会观众有望现场见证这一漏洞的重现过程。(向阳)

360XP盾甲保护葛洲坝集团信息安全

Windows XP停止服务支持已有三个月时间,期间XP曝出近50个漏洞而得不到微软修复,众多使用XP系统的政府单位和企业因此暴露在巨大的安全风险之中。

由于传统杀毒软件和防火墙无法有效防御漏洞,360XP盾甲等新兴的安全解决方案开始受到企业市场青睐。日前,“葛洲坝集团股份有限公司”宣布采购360XP盾甲企业版产品,为集团和各级分公司的XP系统电脑提供安全保障。

葛洲坝集团是世界建筑施工最高水平的工程——三峡大坝的主要建设者,同时承建了世界上多个顶尖大坝项目。作为行业领先的大型国际承包商,葛洲坝集团在信息安全管理方面也非常严格,并对XP停服等重大安全事件进行快速响应,采取多重措施把微软停止XP补丁更新的风险降到最低。

葛洲坝集团信息化负责人表示,XP停服影响的不仅是采用该系统的电脑,更给集团信息化发展带来了隐患。因此,通过周密的层层测试筛选,葛洲坝集团最终采购360XP盾甲企业版,用于保护集团总部和各级分公司的XP电脑系统安全。

据了解,微软每月例行行为Win7、Win8等高版本系统打补丁,修复的漏洞中超过半数影响XP系统。最近三个月,XP平均每月曝出的新漏洞达到15个,其中大多可以被黑客利用远程攻击XP电脑,360XP盾甲是国内唯一可全面防御此类漏洞攻击的安全产品,也是微软全球官网推荐消费者使用的唯一一款国产软件。

在此前国内举办的XP挑战赛以及国际权威机构AV-Test、AV-C、COSEINC等专业评测中,360XP盾甲均排名第一,漏洞防护成绩遥遥领先于同类产品。

“棱镜门”事件的发酵令网络安全越来越受到关注,企业安全市场的国产化提速预期升温。作为中国领先的安全品牌,360适时推出XP盾甲,弥补了XP企业用户的安全需求,也正逐渐成为中国企业XP电脑的标配产品。

360XP盾甲企业版推出后,短时间内获得了广发证券、浙江大学等数百家企事业单位选用部署。不久前召开的“2014信息安全高峰论坛”上,360XP盾甲企业版更是获得“2014年最值得信赖的终端安全管理产品奖”。

据统计,目前360企业安全产品客户数已突破百万家,包括国家商务部、水利部、国家税务总局、新华社、中石油等政府部门和大型企业均在使用360产品。(向阳)

海能达再获德国红点设计概念奖



图为海能达创意中心设计的荣获“2014年红点概念设计大奖”的“Prophet”

近日,2014德国红点概念设计奖榜单公布。由海能达创意中心设计的“Prophet”,来自全球60多个国家的4791件优秀概念作品中脱颖而出,荣获“2014年红点概念设计大奖”。

堪称设计界“奥斯卡”的红点奖源自德国,距今已有59年历史,被公认为国际性创意和设计的认可标志,获得该奖意味着产品外观及质感获得了最具权威的“品质保证”。海能达设计的“Prophet”是一款基于LTE数据通信和云端服务,提供个人安全服务的穿戴产品。此次获奖是继2008年公司设计的“Tree Ring”荣获德国红点设计概念奖之后,海能达创意中心在国际设计舞台上的又一次亮相。

海能达作为全球专网通信领域的主流供应商,在创新方面一直走在行业的前列,不仅在产品技术研发方面力求创新,在产品的工业设计方面也不断创新。此次创新设计符合当前穿戴产品大趋势,是公司在该领域的首次成功尝试。后续公司将进一步把“Prophet”的功能和理念延展到专网领域,配合相关穿戴产品为专网用户提供更具价值的通信保障。(边涛)

微软多策略助力Windows Phone快速扩张

出货量取得156%的惊人增长,成功跃升为全球第三大移动平台,Windows Phone 2013年的表现让全世界对它刮目相看。进入全新的2014年,萨提亚·纳德拉接任微软CEO职务后,专门针对“设备类型、大小及形态都呈井喷式创新和发展的时代趋势”,提出了为每个人、每个终端打造微软云服务的“移动为先,云为先”战略。围绕着全新的战略,微软推出了一系列有力举措进一步加快了Windows移动平台的扩张步伐。

4月初举行的Build开发者大会,微软在移动平台投下了一个重磅炸弹。免除9英寸以下Windows Phone和Windows操作系统授权费,微软围绕新战略的重拳出击让竞争对手Android的系统免费优势荡然无存。而在更早的时候,由于Android系统使用了310项微软持有的技术专利,大多数Android设备制造商已经和微软签署了专利授权协议。系统使用费的一减一加,Windows Phone相比Android在生产成本上进一步提高了自己的优势。

微软的政策变化也得到了OEM的积极响应。2月召开的MWC大会上,微软宣布与中兴、联想、金立、JSR、龙旗、富士康、LG、Karbonn、XOLO等共9大厂商加入Windows Phone阵营。但OEM的热情并不仅限于此,在随后的Build大会和高通合作伙伴峰会上,又新增了Micromax、天语等4家OEM厂商。此外在上个月,海信还召开4G新品暨Windows Phone合作发布会,也宣布加入微软Windows Phone平台。

这些新厂商、新设备形成了微软移动生态系统的百花齐放局面,微软“移动为先,云为先”战略的实施已初见成效。Windows Phone系统独有的个性化与越发健全的生态系统,正在吸引更多设备厂商和应用开发者的加盟。(安吉)