

无现金生活多久会实现

如果兜里没带一分钱，你敢出门吗？这个问题三年前提出来，绝大部分人都会坚决说“不”。但是今天，随着扫码支付、银联闪付、网上支付等方式的兴起和银行卡的全面普及，很多中国人都可以毫不犹豫地说是“敢”。

“无现金生活”不等于“无”现金

事实上，支付宝、微信等移动支付的流行和推广，让我们越来越很少使用现金，远离现金。

财政部中国财政科学研究院应用经济学博士后盘和林表示，从国际上来说，无现金社会这个词出现了25年多了，但到目前为止尚无真正公认的无现金社会的国家。随着我国移动互联网、第三方支付行业的迅速发展与社会治理水平的提升，连边远小县城、小商贩都基于便捷性而加入到无现金支付的潮流当中了。

盘和林表示“无现金社会并不是指整个社会完全没有现金，而是指一种以电子支付为主的经济模式，全社会现金使用率极低，人们可以无障碍地使用电子支付方式进行消费。”上海大学金融科技研究所副所长孟添也认为无现金社会并不是消灭现金，而是将无现金作为主流支付方式的社会。“无现金社会”符合社会发展规律和民众消费习惯，其内涵也非常丰富，包括互联网支付、银行卡、二维码支付、NFC(近场支付)等各类支付工具的应用。在孟添看来，无

现金社会是货币形态演变的必然趋势。

跨越信用卡直接跳至移动支付

全球各国的无现金社会都在加速发展。在互联网诞生的20多年里，全球印钞厂的印钞数量已经在快速下降。

“中国实现无现金社会的途径一定会与欧美发达国家不一样。”孟添指出，国外几乎人手几张信用卡，他们的无现金社会更多依靠POS机刷银行卡，而中国消费者显然更倚重于手机支付。中国由于互联网普及率高、网民众多，直接从现金支付跳到了移动支付。随着移动互联网的发展，第三方支付机构的迅猛壮大，银行等也加紧互联网化的步伐，同时我们本身金融体系发展还不够成熟与完善。因此相比西方发达国家，中国在移动支付领域具有更广阔的市场空间与普惠需求。

移动支付未现明显城乡差异

与以往新生事物在城市更热的局面不同，移动支付并未呈现明显的城乡差异。《2016年移动支付用户调研报告》显示，2016年，中国县城的移动支付用户最多，占比为19.6%；省会城市列第二，占比为19.0%；农村地区列第三位，占比为17.0%。

来自支付宝的数据也表明，从移动支付渗透率来看，内陆的西藏以90%的移动支付占比排名第一，随后是青海、甘肃，都远远超过沿海省份。目前，西藏所有行政村实现移动通讯信号全覆

盖，偏僻村落、广袤牧区的农牧民用移动支付来进行生活必需品的消费。

孟添认为，国外移动支付发展最快的也在非洲、南美等地区。不发达地区因为原来基础薄弱，在接受新技术与新变革时反而更容易适应，更容易实现跨越式发展。

“无现金社会”多久会实现

孟添认为：“我们正处于蓬勃成长阶段，启蒙期已过，特别是基于互联网的支付，由于中国网民7亿多了，基于互联网的支付已经成为大部分网民的消费习惯。如果以无现金方式作为主流支付方式为目标，我相信并不需要很长时



间，5年或者10年是有可能的。但这一目标的实现需要政府进一步加强引导，推进基础设施建设，做到创新与规范的平衡，构建行业健康发展的生态圈，形成有序竞争的格局。市场的力量是巨大的，但在金融领域更要注意有序。”

《福建日报》2017.3.15 文/诚笃

“无现金社会”网络安全须给力

目前，中国各级政府正积极推进“互联网+金融”行动，“无现金社会”发展迅速。而一段时期以来曝光的某些网络诈骗、隐私泄密事件无疑也提示我们，须格外正视虚拟网络潜藏的诸多风险，建立起更加严密的防控体系，最大限度地规避“无现金时代”可能滋生的安全隐患，确保金融秩序和消费者合法权益得到可靠保障。

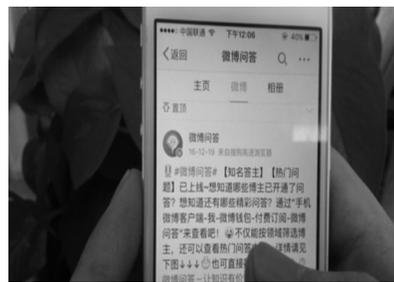
“无现金社会”涵盖的范围相当广泛，各有关部门之间基于大数据共享，加强联动、深化协作，建立起全覆盖的诚信信息系统，对失信行为形成有效预警和

有力约束，显然必不可少。

信息安全是“无现金社会”面临的重大考验，更要求网络技术层面筑牢防护墙，避免漏洞、防微杜渐，提供安全支付环境，切实打消大家的顾虑。

依法治理更加精准有力。一方面，要尽快出台相关法律和行业标准，有效减少隐私泄露和经济损失；另一方面，对涉及侵犯隐私、妨碍支付安全的不法行为实时侦办、精准打击，切实维护“无现金社会”的国家金融秩序和安全。

《北京晨报》2017.3.13 文/范子军



3月11日，一名网友在玩微博问答。

提问回答均可赚钱

线上付费问答愿试吗？

提问已有超过2.7万人围观，按照“围观一次1块钱，扣除10%平台服务费，博主和提问者均分围观收入”的规定计算，该网友不仅收回了2000元的成本，还净赚1万多元。

是粉丝经济还是知识经济？

很多人注意到，不少明星、网红给平台带来了大量流量，提问价格高达成百上千元，相比之下，许多学者的定价则显得有些“寒酸”。

知识付费平台玩的是粉丝经济还是知识经济？分答创始人姬十三此前表示，简单地看粉丝经济和知识经济都是很偏颇的，知识人应该拥有粉丝，有粉丝的人应该把自己变得更深度，所以两者加在一起就是分答。

约局是一个为企业家提供线上约谈、解决企业问题的平台。约局创始人王昆鹏对分享内容泛娱乐化的现象略有担忧。他认为，专业形式的问答是知识付费平台生存下去

的根本，如果仅靠八卦来支撑，那么价值就不大了。

购买“知识”能否解决根本问题？

向购买者提供一段语音或一篇文章，真能解决他们的疑惑吗？兴业证券报告以分答为例称，60秒时间并不能给出真正有含金量的知识解答；语音回答质量有待考究，逻辑性、严谨性欠佳；碎片化的知识分享并不能取得真正专业人士的喜爱。

王昆鹏认为，知识付费平台可以提供“知识”，但不能解决全部问题。“比如，如果你想了解疾病的情况，可以通过问答的方式，但是要治病的话，还是要去医院。”

他说，关于问答类产品，有两种不同的理解。一是知识类的，以知识分享为主要方向；另一种是以获得解决方案为目的，必须依靠专业服务机构给出方案，一起进入到解决问题的通道中。

中国新闻网 2017.3.14 文/邱宇

“辣眼睛”的知识就别标价了！

知识有价，对文化人来说无疑是好消息。网络平台先后开设有问答和付费内容收听的栏目，听上去都是为知识找一个好平台，让知识的拥有者能够获利更多。

“豆瓣时间”邀来诗人、译者为用户讲解50首中外经典现代诗，还将请来白先勇细说《红楼梦》。这些课程令人感慨，生活中的诗和远方，有时就在我们的手机端。

便捷的网络通道降低了获取知识的门槛，这一点对远离核心文化区域、文化水平不高的人群来说就显得尤为可贵。

然而，同样是付费内容，同样

是打着名人的招牌，某知名社交平台推出的付费问答则显得有些“辣眼睛”，“辣眼睛”的提问吸引了不少人去付费围观。其实，名人们的回答并不离谱，但该平台以低俗问题吸引关注的目的昭然若揭。网络世界，流量至上，以低俗为噱头吸引流量是许多网络平台的做法。

作为面对公众开放的网络平台，在网络时代也有自己应担负的社会责任。在纷繁芜杂的今天，我们更需要那些真正精华的知识去指引方向，至于那些“辣眼睛”的知识，就不要拿出来标价出售了。

《北京日报》2017.3.17 文/牛春梅

2月23日，成都石室天府中学高三文科班的43名学生迎来了一场“人机大战”，他们的对手是由国家863超脑计划研制的“高考机器人”，这也是研究4年多以来，“高考机器人”首次与学生进行对决。

高考机器人数学败给文科生

学生说它可能读不懂题

“我感觉我们是代表人类在作战。”高三学生余雨佳感到责任重大，联想到阿尔法狗在围棋上的战绩，她和多数同学都觉得自己要被碾压。不过两个小时后，43名学生以106分的平均分击败了“高考机器人”——它得了93分。

谈及这次小败，“高考机器人”的研发方认为，他们研发的人工智能的不足主要在于应用题的解答：不能理解题目中“投资”、“理财”等社会常识。

这次为啥人类能赢？

参赛学生说：

它可能读不懂题 也没有经验

“试卷其实并不难，比学生们平时做的卷子还要简单一些。”高三数学老师蒋奎表示，“这次对人工智能，算是小胜。”

余雨佳考了135分，这也是她的正常水平。“我觉得我们虽然在考数学，但是我们是赢在了语文上。”她说，在一些纯数学题目上，对方肯定略胜一筹，不过在一些应用题上，“比如第18题，人工智能可能不太理解题目中的‘投资’、‘理财’这些概念。”尹晗蕴考了112分，她认为人工智能会比较“机械”，“最后一题，如果我不会的话，我可以代入具体数字，可以碰出来结果，而它不会就是不会了。”此外，她感觉，它或许是第一次做高考卷，“没有经验。”

研究人员：

它由国家863超脑计划牵头研制了4年多

“高考机器人”开发方成都准星云学科技有限公司CEO林辉介绍，“高考机器人”每天要“吃”10套题。“我们将考卷输入进去，机器人就开始做题。”林辉介绍，这位“人工智能”其实是一套服务器，“它不是题库”，林辉介绍，它可以学习小学到高中的7000多个考点，“运算量可达2的800次方。”

“这次比拼有些匆忙。”林辉表示，他们尚未对“高考机器人”加入应用题内容的训练，“高考机器人”不能理解常识——“人类社会中的知识”，例如这次考试中的投资、理财，“如果它读不懂题目，它只能猜这道题在考什么。考试之前，我们对它的估计就是90分到110分之间。”林辉表示。“接下来我们会让它继续‘吃’题，加入应用题的训练，“目标是重点本科。”

《成都商报》2017.3.16