

网络消费

多种网购支付手段该选谁

□ 丁宁

随着网购时代的全面到来,支付手段也开始变得多种多样。那么,哪种最安全最方便呢?

跳转支付

所谓银行卡跳转支付,其实是网购时代开启之时最为原始的一种支付方式。此种支付方式的前提是,需要消费者事先开通银行借记卡或信用卡网上支付功能,并设置相应的网上支付密码(通常还与取款密码并不相同)。经过上述设置后,才能实现银行卡跳转支付功能。而具体操作步骤,则是首先在电商平台选择需要购买的商品并下单,之后选择订单支付时则选择“网上银行”这种支付途径,之后再选定具体银行名称,即可在随后支付过程中自动跳转到银行页面,并完成相应的操作即可。而就安全性来看,银行卡跳转支付显然是网购时代相对比较安全的一种支付方式。消费者在银行跳转页面当中并不需要输入完整且准确的银行卡卡号,还需要输入网上支付密码才行。部分银行甚至还需要输入动态的手机短信密码,这样才能最终完成银行卡跳转支付。也就是说,骗子要想针对此种支付方式实施诈骗,不仅需要知道完整的银行卡卡号,还需要知道网上支付密码,甚至是手机短信密码。实施诈骗时多有不便,所以没经验的骗子通常会敬而远之。

快捷支付

为培养忠实用户,不少电商都鼓励消费者开通快捷支付功能,并经常采用5元或10元红包给予开通者额外奖励。而与常规网络支付有所不同,电商所提供的快捷支付只要捆绑银行卡,那么在网络消费时就不用输入卡号和密码,而只需输入电商平台的快捷支付密码,即可完成支付。而就目前来看,虽所有的主流电商都支持快捷支付,但只有天猫等少数几家电商才会承诺,一旦使用快捷支付发生资金损失,那么72小时内拨打支付宝客服热线95188即可申请全额资金赔付。需要说明的是,快捷支付已出现多起诈骗案件,所以其安全性值得怀疑。而骗子要想针对此种支付方式实施诈骗,只需骗取消费者的快捷支付密码即可。且很多电商在快捷支付方面的安全意识很差,包括淘宝在内,甚至就连每次付款时发送手机验证码,都需进行额外设置并支付0.6元/月的服务费才行。虽服务费并不算贵,但习惯网购免费时代的消费者却仍十分抵触。

余额支付

所谓余额支付,其实就是使用电商账户内现金余额进行支付的一种方式。当然,这种支付方式还需提前充值才能实现,而最常用的充值方式其实就是银行卡跳转支付。目前来看,余额支付最大优势就是方便快捷,在订单支付时仅需输入相应电商账户支付密码即可。最大的劣势也同样是方便快捷,由于仅需一个密码便可完成支付,所以同样容易被骗子实施针对性诈骗。好在余额支付损失的金额都是相对有限的,最大的损失也只是账户内所有现金余额。所以消费者只要充值时存有少量够用的现金余额,即可轻松提供安全保护。此外,诸如苏宁易购等电商,还经常会在“8·18”店庆或“双11”等大促期间推出余额充值丰厚抽奖活动(活动期间账户余额不得提现),这也使得余额支付优势进一步体现出来。

余额宝支付

随着余额宝的不断普及,以淘宝为代表的电商也催生余额宝这类支付手段。消费者所要做的其实就是透露一定的个人信息作为申请资料,这样便可把账户当中的现金余额转到余额宝之类的理财账户当中。而究其余额宝的本质,其实就是随用随取的货币基金。其最大的优势就是以随用随取的活期存款特性,来实现接近定期存款的超高利率,从而实现“网购”+“理财”双重目的。不过,随着国内央行的多次降息,余额宝7天年化收益率已大幅降低,很多时候甚至敌不过1年期定期存款利率,不过也还算聊胜于无。且余额宝之类的理财账户在支付订单时,通常也仅需输入一个支付密码即可,所以安全性同样堪忧,因此同样是少存为宜。

透支支付

所谓透支支付,其实是主流电商针对中高级用户所推出的一种支付。以京东白条为例,其实就是一种“先消费、后付款”的全新支付方式。在京东网站使用白条进行付款,可以享受最长30天延后付款期或3个月至24个月分期付款方式。如果选择前者,用户不需要支付任何利息,只需按时还款即可。而如果选择后者,则按照每月0.5%的利率来计算。这一利率与银行类似业务相比,普遍只有银行业务的一半而已。此外,如果京东通过短信、电话等方式多次提醒用户到期未还款,违约金则会为每日0.03%。至于京东白条的申请,用户可以在京东首页点击“京东白条”专区,在填写姓名、身份证号码、银行卡信息等申请材料之后,京东就会对用户在京东上的消费记录、配送信息、退货信息、购物评价等数据进行风险评级,每个用户将获得相应信用额度,最高1.5万元。

找人代付

没有开通网上银行的消费者,其实也可玩转网购,其中最常用的一种方式就是“找人代付”。且“找人代付”还分为“指定代付”和“非指定代付”,指定代付通常需要提供好友的账户或昵称,之后才能把代付申请发送到好友账户当中。至于“非指定代付”则是形成一串特定的代付编码,再由消费者转发给任意好友即可完成代付。不过“非指定代付”由于存在诈骗漏洞,所以越来越多电商已取消这种代付方式。

货到付款

对于那些没有网购经验的消费者来说,货到付款其实也是一种实用的支付方式。就目前来看,除天猫商城之外,包括京东商城、苏宁易购、国美在线、亚马逊中国、当当网、易迅网在内的主流电商,均可支持货到付款服务。网购菜鸟即便玩不转网银,也可选择货到付款体验网购。不过需要注意的是,由于很多电商对于用户订单信息的保护都并不太好,所以也容易被骗子抓住货到付款的漏洞。那些非常容易被假冒的iPhone手机之类的商品就最好不要选择货到付款,以防遭到冒名顶替的骗子拿着假iPhone来骗取真现金。至于柴米油盐之类的则大可放心,用起货到付款基本没有任何安全隐患。

风尚

□ 新华社记者 伍鲲鹏

从奥体动力(北京)体育传播有限公司以80亿元的“天价”拿下中超联赛5年媒体版权,到大连万达集团与国际足联(FIFA)签订战略合作协议,中国体育产业在过去一两年正式走入风口。在博鳌亚洲论坛2016年年会体育分论坛上,部分参会资深体育界人士认为,未来资金将会以更强劲的气势涌入这个新兴行业,中国体育产业正在切实拥抱属于它的黄金时代。

站在风口 拥抱黄金时代

“我个人感觉,中国体育确实迎来了一个最好时代,而且也是一个多元开放发展的时代。”中央电视台副总编辑李挺说,“中国的体育毫无疑问是中国各个领域里最具活力的领域,而它的发展会成为正在转型和进行结构调整的中国经济巨大的新动力。”

李挺对体育产业的乐观来自中国体育产业广阔的市场前景和政策对体育产业的支持,随着2014年国务院发文提出要加快发展体育产业促进体育消费,并确定“2025年中国体育产业总规模超过5万亿元”的目标,中国体育产业开始获得各路资本追捧。

2015年1月,万达集团以4498万欧元收购西班牙马德里竞技俱乐部20%股权;2015年5月,阿里巴巴集团与美国Pac-12(太平洋十二校联盟)签约,获得NCAA在华赛事的独家转播权;2015年9月,华人文化控股的奥体动力以80亿元拍下未来5年中超联赛的全媒体版权……在一年多时间里,中国资本以不同的方式震惊中国乃至世界体育界。

在华人文化投资基金董事长黎瑞刚看来,虽政策出台对中国体育产业发展起到极大促进作用,但目前资本吹向体育产业的劲风并不单是资本力量造成的,它实际上是中国经济发展到一定程度、居民可支配收入达到这个点之后,从老百姓生活需求中倒逼出来的。

前沿

时尚圈刮来小清新色

□ 本报记者 张玉洁

选择黑白灰能让你不会出错,但却不能出彩。2016年将是小清新、少女色洋溢的一年,放松和舒压将成为主体,爱美的女士们不要错过。

小清新色成为主流

告别2015年浓厚的姨妈色,2015年底,全球色彩权威机构Pantone公司发布2016年流行色,这次Pantone突破以往只选一个流行色的常态,选出两个年度最佳流行色:粉水晶(Rose Quartz)和静谧蓝(Serenity)。这两个低饱和度的颜色一冷一暖,都散发着小清新的味道,同时自带仙气。

“粉水晶(Rose Quartz)让人联想到宁静的落日、害羞的脸颊、

潮流

手机厂商新玩法：“明星定制”吸睛

□ 本报记者 殷鹏

手机让明星代言并不稀奇,但还有让粉丝更为疯狂的招数,那就是明星定制手机。拼参数、比配置、说相声已OUT了,手机圈的流行风转向拼男神、女神定制款。粉丝的狂热心理也许路人无法理解,但想想每天早晨被最爱的男神或女神的语音铃声唤醒,是一件多么惬意的事。

何谓明星定制机,就是明星通过在手机厂商现有的机型中加入一些与其相关的内容元素,如偶像标识、海报、专辑、日历、写真等内容而成为专属定制产品。

《来自星星的你》男主角金秀贤并不是当下最火的韩星,但他仍可以让我们见识什么叫粉丝经济。最近,ZUK手机与韩国影星

体育产业拥抱黄金时代



漫画/赵天奇

政策的引导、群众的需求,上下两方面力量倒逼中国体育产业形成一个快速发展的良好开端。“体育产业发展乃至其成为整个经济发展的助力确实是时代的要求,我感觉当前我国体育产业的发展已到拥抱黄金十年的阶段了。”人民日报社体育部主任李中文说。

忙不择价? 产业模式背后的隐忧

中超版权80亿元人民币,NBA五年网络独家直播权5亿美元……资本的不断涌入虽让中国体育产业热度飙升,但也引发部分体育界人士对市场泡沫的担忧。

“如果单独从媒体的价值出发,对于CBA和中超及其他体育赛事的利润而言,我们都有一套复制的经验。”腾讯公司副总裁陈菊红说,“事实上我们当年拿NBA不是出钱最多的那个,我们相信将来通过这个运营可以走到下一步,从远景来说是很有做头才是我们投

资的理由。”

相比夺人眼球的天价投资,在赛事价值短期内很难得到提高情况下,如何弥补国内与国外整个产业开发模式上的巨大差距,使中国体育产业的发展走上正轨才是众多体育界人士真正关注的问题。

曼联俱乐部执行董事理查德·阿诺德说,以英超的运营模式为例,其转播费用分为三个部分,首先,有一大部分的钱不是给职业体育的,而是用来支持基层体育,比如在英格兰各地兴建球场,确保更多小朋友可以踢球;第二个部分提供给英格兰各个低级别联赛的球队,确保职业球员能够发展;最后一部分钱才会直接提供给英超俱乐部。

黎瑞刚说:“中国体育还有一个漫长的爬坡过程,整个产业化的体系不是拿数字可以解决的,数字背后要有体育产业体系化的运营才能支撑住。80亿背后的价值也需要一整套体育产业化的改革、市场化运作才能把价值实现。”他认为,中

国的企业和投资者现在必须通过投资参与到国际顶尖的企业运营中,参与到跨国企业运营当中去,把核心技术与核心运营和市场对接。

“我觉得一个体育市场的成长不是简单靠投资来的,赛事价值的实现需要先进管理经验和体系化运营经验,投资成长最终还要靠体育企业和体育企业家,但这方面同样也是中国最缺乏的。我们缺少一批优秀、体系化、专业化的体育企业和体育企业家,只有企业家阶层诞生和培育才能与国际交融,中国体育产业才能进入到世界大的循环体系当中。”黎瑞刚说。

四轮驱动 推动朝阳产业

“体育产业从老百姓的角度和国家层面来讲,是朝阳产业和绿色产业,这一点国家和老百姓都认识到了,所以说风一个从上面来,一个从下面来。”新华社体育部主任许基仁认为,处于中间的中国体育

也能呈现出焕然一新的效果。Pantone还邀请全球多位设计师和艺术家围绕着两种颜色设计出多种生活中的搭配方案。

深浅搭配穿出好效果

最流行的颜色已有,如何穿搭成为下一步要考虑的问题。尽管Pantone已提供多种粉水晶色和静谧蓝色的搭配组合。不过,粉水晶和静谧蓝虽看起来很仙很轻盈,却并不适合大多数肤色偏黄的东亚人,直接上身显然效果不会太好。

时尚博主建议,肤色偏白的妹子可以大胆选择蓝色穿搭。而肤色偏黄的妹子则可以试试深浅不一的搭配法则。不过,在单品搭配上要注意营造出层次感,中性的廓型大衣可以拒绝粉水晶和静谧蓝的

界确实还有一些被动,但是好在他们现在已慢慢跟上了。中国的体育产业可能还需时间,但确实有了一个非常好的开端。

尽管还存在一些隐忧,但对绝大多数体育界人士而言,站在风口的中国体育产业潜力十足,但要真正拥抱即将到来的黄金十年,还需更多改革举措。

“过去的体育产业属于‘独轮驱动’,即由国家投资,进行集中训练,最后有成绩回报社会。”前篮球明星姚明说,中国未来的体育产业应该是“四轮驱动”,这包括政府和社会的投入,现在的市场进行的交易以及社会大众的参与,“为了适应这个新的市场需求和新的的发展,必须要新的管理结构,适应新的环境”。

黎瑞刚认为,中国体育产业的价值释放有赖于赛事从完全行政化的体系中脱离出来,变成市场化产品,“我们还需要在所说的大众体育消费服务跟商业化的板块运营服务之间找到平衡点,让体育版权的价值,也是整个体育产品价值最大化的释放”。

也有部分体育界人士认为,中国体育产业还需要进行一场供给侧的改革,在充分考虑受众或客户需求的基础上,提供充分的体育产品。

“中国新出现的术语叫作供给侧的改革,我们整个的体育都有这方面的改革的诉求。”中央电视台体育频道总监江和平说,目前中国的体育市场处于严重的供给不足状态。“每年春节我们所有的职业体育都歇了,那个时候我们就让给了NBA,后来我们启动一个春节期间特别编排,我们提供了我们自己的供给侧的改革,就是做了一个贺岁杯,最终收视率证明了此举正确。”

“体育每一场比赛输赢都不知道,永远存在的风险也正是行业的魅力。对体育产业我们依然有信心,这份信心来源于中国经济稳步的成长,来自于中国体育人群不断地扩大,也来源于中国体育改革的进程。相信通过共同努力,我们一定能实现这个理想,”黎瑞刚说。

价格要比崔健的蓝色骨头低不少,配置也提升不少。手机定制服务大概可以归纳为四大专属APP:个人中心、韩庚大事记、庚phone论坛和开放型主题商店、专属定制音乐舞蹈类游戏,还有基于Android 4.2.2系统韩庚定制ROM(只读存储),一些应用图标换成韩庚头像,并内置韩庚锁屏应用和表情等。另外,就是用手机取代荧光棒的应援服务和拥有韩庚声音的闹钟。

芙蓉姐姐也曾推出过定制手机,青橙N1 1949。虽芙蓉姐姐人气不如前两位明星,但其推出的手机在配置方面可一点也不占下风。此外,汪峰推出过100+怒放手机,水木年华也推出100+水木年华手机,两款手机虽出自同一厂家配置也还是相差无几,但价格却分别为798元和1399元。

专家认为,明星定制手机大多走的是小众渠道,不容易大卖,究其原因不是明星不当红,而是手机不够热门。商家力推明星定制手机,无非是看好“粉丝经济”。与比同款机型性比,定制手机价格一般较贵。对于粉丝来说,偶像推出的产品肯定要收入囊中,至于价格、配置什么的众粉丝是不会在乎的,毕竟他们需要的只是和偶像相关的一些内容。有粉丝表示,如果官方给予购买明星定制手机的粉丝更多“特权”,哪怕只是一两项,比如将手机作为粉丝VIP会员标识,持有这款手机有和偶像握手合影的机会,可以参加专属的粉丝见面会,有优先参加粉丝会活动的权利,购买周边产品可以有优惠或定制版本等。这些在普通人眼中并不值钱,但在粉丝眼里就值这个差价。