

《工人日报》“寻找 2015 中国经济十大热词”结果揭晓

“互联网+”当选年度最热经济词汇

本报讯（记者罗筱晓）2015 年即将过去。随着“新常态”的提出，在这一年，“中国经济”获得了比往常更高的关注。对于普通百姓来说，相比于数字、理论，经济对生活的影响，更多地通过“经济词汇”体现出来。日前，《工人日报》在其官方微信推出了“寻找 2015 中国经济十大热词”活动。经过投票，最终，“互联网+”、“一带一路”、“全面放开二孩”等词汇入选。

通过对 2015 年中国热门经济事件、现象和领域的梳理，在《工人日报》官方微信的调查问卷中，共呈现了 15 个词汇供网友选择，涉及宏观政策、消费、制造产业、互联网行业等多个方面。

据统计，在参与本次投票的网友中，男性占比 57%，女性占比 43%。在年龄构成方面，59%的投票者年龄集中于 21 岁—40 岁之间，41 岁—50 岁的投票者占比 27%，50 岁以上的占比 13%。

经过一个星期的投票，最终，“互联网+”力压其他词汇，成为投票者心中本年度最多手可热的经济词语。“一带一路”和“全面放开二孩”分别位列热词第二、三位。另外，“十三五规划”、“大众创业，万众创新”、“亚投行”、“新能源汽车”、“中国制造 2025”、“国企改革”、“双十一”也入围了年度热词榜单。

在入选的十大热词中，从所涉及领域的看，网友们广泛关注的，既有与自己生活息息相关的“全面放开二孩”、“互联网+”等经济现象，也有““十三五”规划”、“中国制造 2025”等宏观层面的经济举措。从词汇诞生的历史时间看，已经走到第 7 个年头的“双十一”依然挤进了榜单，“新能源汽车”和“互联网+”则代表了 2015 年的新生事物。

完整榜单，请见下文“2015 中国经济十大热词榜”。

经济，听起来既复杂又不接地气，实际上却时时刻刻关乎柴米油盐。由网友票选出的“十大热词”，或许不能描绘 2015 经济发展的全景，却可以视为十个小窗口，从这里窥见普通人的经济生活，窥见新常态下中国经济的一角。

合上 2015 年的日历，2016 年，又会有哪些经济热词出现在口中、耳边，我们会与您一起继续关注与期待。

网友回声

Fkmyou：算来算去，“全面放开二孩”最引起我的注意！女儿一直很孤独，我很希望能让她有个弟弟妹妹，如今，终于盼到了，接下来，就要为“二孩”作准备啦！

江苏日月江南：互联网的作用是最明显的。因为使用了智能手机和移动互联网，自己理财更方便快捷了，也用不着等待回家使用电脑。一切理财项目在手机上随时随刻可以搞定，因此大大提高了自己的理财收益率，成为多年来收益最高的一年。

DE248：“双十一”真的有那么便宜吗？恐怕是见仁见智。我今年也加入了“双十一”网购大军，其实也没有便宜多少，只是提价再降价的把戏，羊毛出在羊身上，面对网购打折的猫腻，消费者要货比三家，谨慎下单。

魅星闪烁：对“新能源汽车”印象深刻。当今社会谈“霾”色变，针对环境持续恶化，治理雾霾，是目前全民当务之急。政府部门身体力行，大力发展、普及新能源汽车，控制汽车尾气超标排放，保护环境，人人有责！

飞翔的沙漏：大众创业，万众创新。有人说经济下滑是最坏的年代，我却认为这是最好的年代，大众创业，万众创新给创业者营造了一个宽松的创业环境，现在只要你有点子，肯努力，就有机会投身到自己喜欢的行业中。

唉妮儿：“中国制造 2025”令人振奋。我是个热爱国货的人，某一天在购物平台看到了“中国制造”的页面后兴奋不已，觉得这样的分类很有意义。谁都知道制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基，我的志向是毕业后投身于制造业，为我国从制造大国迈入制造强国尽己之力。

zi se feng 铃：经济热词是当前经济发展的代言，作为大众的一员，由衷希望大众经济能够起到“现实+”作用，因为大众既是个体又是整体，经济影响度自然不容小觑。

人在你的江湖：最震撼又最无奈的是，“爆买”！看到如此多的国人，跑去日本疯狂购物，让国内企业情何以堪？这就考验我们的应对能力。倘若能够以此为契机，倒逼我们去提高国货的质量，倒也不失为一次机会。

雪里梅花 2011：时代催生创业潮，商家推动购物潮，总之，跟不上时代就要被时代所淘汰！

冬天里的雪莱：今年互联网让我对理财有了更深的了解。初次接触网上理财工具，方便快捷。生活越来越离不开互联网了，网上不仅能买东西，买服务，买吃买喝……对我们这些上班族来说节省了时间、满足了生活。

魅星闪烁：全面放开二孩，国家政策不错，要是早放开两年该多好，作为 70 后，心有余而力不足啊！

活力的试试啊：“互联网+”，现在互联网改变着我的工作、学习和业余生活，我努力去学习新技术，去适应工作的需求，去创造美好的生活和明天。

2015 中国经济十大热词榜

NO.1 互联网+

辣评：最实至名归
实在想不到，还有什么没有被互联网“加一加”

NO.2 一带一路

辣评：最具时空感
2000 多年前的老路再次成热土，全新打造经济快轨

NO.3 全面放开二孩

辣评：最牵一发动全身
60 后、70 后叹息，80 后、90 后纠结，00 后、10 后或许不再孤单

NO.4 十三五规划

辣评：最引人遐想
“十三五”即将开局，下一个五年，可以期待的有很多

NO.5 大众创业 万众创新

辣评：最接地气
一千个“创客”心中，大概有一万个创业项目

NO.6 亚投行

辣评：最国际范儿
“握手”57 个国家，集齐五大洲，打造全球朋友圈

NO.7 新能源汽车

辣评：最具环保力
“霾霾”车海中，这是流动的“环保卫士”

NO.8 中国制造 2025

辣评：最高大上
事已过三，新的工业革命，中国不再错过！

NO.9 国企改革

辣评：最具设计感
资源和利益重新调整，考验“设计师”的智慧

NO.10 双十一

辣评：最爱恨交加
买 or 不买？买贵了 or 巨划算？隔天签收 or 堵路上了？

（策划：王群 文字：罗筱晓）

新版网络支付办法出台
先学学如何发红包

■新华社记者 吴雨

曾被称为“史上最严”的《非银行支付机构网络支付业务管理办法》28 日终于尘埃落定。在验证方式、支付限额等方面广受争议后，新版办法较征求意见稿做了哪些调整？让我们从发红包说起，看看监管机构如何在安全和便捷之间找出一个平衡点。

在 7 月底征求意见时，不少人担心如果未进行实名认证会影响微信红包使用，以及一些小额支付的便捷性。对此，新版办法特别新增了一类支付账户，只通过一个外部渠道开立的Ⅰ类支付账户，账户余额可用于消费和转账，但限额仅有 1000 元。

也就是说，没有绑定银行卡的微信用户可通过微信零钱包收发红包，但累计发红包的金额不能超过 1000 元，如果发红包金额已经超过 1000 元，还想再发就得追加身份认证，成为Ⅱ类或Ⅲ类账户。

央行相关人士表示，追加身份认证并非要客户去相关部门证明“我是我”，而是要求支付机构去证明“你是谁”，客户只需在网上填写相关信息，由支付机构想方设法去验证。

办法规定，通过 3 个验证渠道的Ⅱ类账户可以消费、转账，年支付额度 10 万元；通过 5 个验证渠道的Ⅲ类账户，除了可以消费转账外，还能购买投资理财等金融产品，年累计交易额最高可以到 20 万元。

其实，网络账户交易不仅有年度限额，还有日限额，办法规定，支付机构采用不包括数字证书、电子签名在内的两类（含）以上要素进行验证的交易，单个客户所有支付账户单日累计金额应不超过 5000 元。

那如果想发放 5000 元以上的红包该咋办？为解决此类问题，新版办法对支付机构提出了分类监管的思路。若支付机构被评为 A 类且Ⅱ类和Ⅲ类账户实名比例达到 95%以上，即可获得相应的监管奖励。其中就包括 5000 元的日累计限额可以提高至 10000 元。

（下转第 6 版）

■本报记者 赵昂

在即将结束的 2015 年，国产手机行业可谓亮点颇多，最大亮点当属中档市场。低档化曾一度成了国产手机的代名词，直到 2014 年，这个格局依然未被改变。当年国产手机在售机型在千元以下的有 511 款，占比达六成。

2015 年，这一格局发生剧变。在 2000 元到 3000 元价位，国产手机出货量占比已经从 2014 年第一季度的 28%到现在的 88%左右，在 3000 元到 4000 元价位，国产手机出货量占比已经从 2014 年第一季度的 7.5%增长到 2015 年第三季度的 76.8%。

换言之，在 2000 元至 4000 元的中档价位，国产手机对海外品牌已经形成替代作用。这一替代过程不仅改变了当下国内手机市场的竞争格局，也改变了公众对国产手机品牌的旧有认知。

但是，这并不表明每一家国产手机厂商都过得顺风顺水，就在本月某品牌国产手机的代工厂关门，让业界察觉到一丝洗牌前的寒意。

厂商多、品牌多、机型多，是当下国产手机市场的真实写照。2015 年，国产手机厂商有 290 家，1 月~11 月上市新机型高达 1302 款。但是，绝大部分机型，特别是小厂商推出的机型，市场表现乏善可陈。而排名前五的厂商，其出货量占比已经达到 63%。

更令人忧心的是，今年国内智能手机市场出现了六年来的首次负增长。

毕竟，手机作为个人重要的通讯工具，每一次手机销量大幅度增长，往往是因为整个移动通信产业发生升级换代，使得消费者“集体性换机”。比如 2011 年到 2012 年是智能手机销量增速最快的年份，而这样的黄金时代，到 2014 年就已经不复存在。

智能手机发展至今，不同品牌手机之间，性能和用户体验感相差已经不大，同质化倾向明显。消费者毕竟不是通信工程师，产品包装上的诸多性能数字，都不如价格来得最实在。当不同厂商之间将价格当作差异化竞争的主要手段，竞相压价就不难理解了。而正是这样的压价，导致手机行业整体利润率持续下降，已经远低于电子制造业的平均水平。

在中档市场，国产手机已形成对海外品牌的替代，也在改变公众对国产手机的旧有认知

国产手机距离洗牌还有多远？

国内的某些商学院往往在教学中以手机市场作为模拟经营的电脑模板，让学生练习运作。这是因为，手机市场很容易量化衡量，受外界因素影响较少，标准化程度较高。但是其研发、生产、营销等整个过程的紧密性很强，任何一个问题都能导致整个生产和销售链条失衡，且不同厂商之间是“背对背”竞争。这样的市场，是最考验职业经理人的。

换言之，手机行业，是一个看似简单，实则风险颇大的行业，一款手机，往往在研发和制造过程中，就已经注定了最后销售市场上的成败。

买蛋糕的人少了，可是卖蛋糕的人却还是那么多。大家的蛋糕都一样，个个都降价，“奶油”却越来越贵，最后的结局就不言而喻了。

国产手机距离行业洗牌已经不远，这将使得大浪淘沙后留下的大型厂商进一步做大做强，最终问鼎国产手机长期未能涉足的领域——高档市场。目前，国产手机在 4000 元以上价位的出货量占比，仅有 2%。

对于有意在这样洗牌中成为赢家的企业而言，拓展海外市场是必须的。对于许多发展中国家而言，手机消费正处于高速增长期。近来，在国内一些手机厂商的产品发布会上，已经能看到不少其他肤色的销售商代表。深耕国内市场也好，出海拓展也罢，努力抢占高端市场，是国产手机成功崛起的必由之路。