理财观察

数字货币钱包真的来了！

从去年开始，我国就在深圳等地率先开启了数字人民币试点工作。截至今年10月22日，我国数字人民币试点场景已超过350万个，累计开立试点场景1.4亿个，交易金额约560亿元。

数字货币钱包真的来了。近日，我国自主研发的“中国芯”数字货币钱包已通过相关测试。该产品可通过指纹识别解锁，支持数字货币收付款、余额查询、交易信息显示、加载健康码等功能。

中国人民银行数字货币研究所所长穆长春曾表示，未来数字货币钱包的使用场景可能是这样的：只要你我手机上都有数字人民币的数字钱包，那连网络都不需要，只要手机有电，两个手机“碰一碰”，就能把一个人数字钱包里的数字人民币转给另一个人。

数字货币正成为大势所趋

所谓数字货币钱包，即一种数字货币的存储媒介。数字货币有多种类型，央行正在试点的数字人民币是数字货币的一种具体应用形式，个人和企业用户可在中国人民银行指定的运营机构开立数字人民币钱包，用于办理数字人民币兑换、存储、流通等收付结算业务。数字货币钱包具体可分为软钱包与硬钱包。数字货币软钱包即手机App和各类软件开发工具包等 数字货币硬钱包则是将数字资产关联的密钥单独储存在一个芯片中,与互联网隔离,可确保数字资产的安全性。

“随着区块链等数字技术的发展，为更私密、安全地存储加密货币，方便加密货币的交易使用，数字货币钱包应运而生。在进行数字货币交易的时候，数字货币需要存储在较为安全的设备里，以确保交易、数据的安全。”金邦达有限公司高级副总裁刘彪说。

“我国的数字货币具有可追溯性、不可篡改性等与区块链技术相同的技术特征。但作为法定货币，央行数字货币有国家信用背书，与法定货币等值，具有法偿性，所以央行数字货币注定不同于比特币等数字货币的去中心化。”刘彪介绍道，“数字货币本身都是基于密码算法进行设计的，该算法配合硬钱包中高安全芯片的保护能力，比一般基于纯软件的加密技术更为安全。”

当前，数字货币的研发工作已成为各国央行的重要工作之一。我国数字人民币的发行和落地工作也正在加速推进，2020年以来中国人民银行已陆续在广东深圳、江苏苏州、河北雄安新区、四川成都等地，以及北京冬奥会场景中启动了多轮数字人民币试点和测试工作。从去年开始，我国就在深圳等地率先开启了数字人民币试点工作。截至今年10月22日，我国数字人民币试点场景已超过350万个，累计开立试点场景1.4亿个，交易金额约560亿元。

就在不久前，中国人民银行官网发布通知称，从明年3月1日起将禁止微信、支付宝等平台的个人收款码用于经营收款，以及个人静态收款码用于远程非面对面收款，以此防范不法分子盗取用户个人信息、账户资金。这一系列举措间接推动了数字货币的发展。

不会改变当前支付生态

“数字货币钱包安全性更高、运行速度更快。常见的支付方式归根到底是属于企业行为，一定程度上存在数据泄露、信息安全方面的隐患。央行发行的数字人民币是法定货币，属于政府行为，即公众的相关交易信息只能被央行所掌控，更具安全性。”刘彪介绍说，常见支付方式一般只显示交易额，还需通过开通手机银行短信通知或登录App来查看余额。数字货币钱包则可便捷、实时查询余额，确保用户对交易情况一目了然。不仅如此，传统跨境支付业务一直面临支付费用高、结算周期长等问题，数字货币钱包的应用可极大降低跨境贸易的手续费和时间成本。

“未来，用户可像申办普通银行卡一样开通数字货币钱包。且数字货币钱包能够做到‘一人一卡’，防止误刷盗刷。此外，与软件钱包相比，数字货币钱包在离线状态下也可实现随时随地的便捷支付，缓解老年人在数字化时代不会用、不敢用电子产品的困境。该卡还支持加载健康码功能，方便疫情防控下人们的正常出行。”刘彪告诉科技日报记者。

那么，数字货币钱包会改变当前的支付生态吗？“数字货币钱包对于目前的支付环境并没有多大影响，最大的影响就是平时生活中又多了一种支付方式，这种支付方式升级了，更方便也更安全了。”刘彪说。

落地场景将越来越丰富

目前，数字人民币试点省市基本涵盖长三角、珠三角、京津冀、中部、西部、东北、西北等不同地区，有些地区还推出了数字人民币红包类消费刺激措施,吸引消费者关注。

记者在采访时获悉，在上海、深圳、成都等数字人民币测试地区，已形成多个消费场景，如菜市场、商场等。例如，银联商务股份有限公司于今年10月在上海完成了多个场景的数字人民币布局，在龙华寺、中石化第一加油站、虹桥社区AI食堂等应用场景提供数字人民币的全套数字化解决方案。截至今年10月，银联商务已经在全国落地受理数字人民币商户5.5万家。

在业内人士看来，未来数字人民币的应用场景将进一步普及，而在此过程中，第三方支付机构将面临用户竞争和数据管理的挑战。

数字人民币的推广普及，将为数字货币钱包带来新的发展机遇。“随着数字货币使用场景的进一步延伸、公众交易习惯的进一步培育以及我国跨境支付的广泛应用，相信数字货币钱包在不久的将来能够成为支付方式的主流。”刘彪说。

穆长春表示，虽然目前的试点项目已经运行得相当顺利，但受理环境的建设仍在进行中，需要为所有商户改造和升级受理系统。他表示，需要通过多样化、智能化和定制化的钱包选择，以及广泛的使用案例来改善用户体验。

各种不一样的数字货币钱包

你可以把数字货币钱包想象成一个带锁的储蓄罐，每个人都可以向里面存钱，但是只有拥有钥匙的人才能开锁取钱，钱包地址（相当于储蓄罐的位置）可以放心的公布在网上，任何人都能通过钱包地址给你转账，但是私钥（相当于储蓄罐的钥匙）却打死也不能告诉任何人。

数字货币钱包形态多种多样，不同的钱包支持的数字货币资产也不一样，可以根据需求来选择适合自己的钱包。

全节点钱包：除了保存私钥外，还保存了所有区块的数据，这样就可以在本地直接验证交易数据的有效性。可以完全实现去中心化。全节点钱包拥有更好的隐私性，更加安全可靠，也能更快的验证交易信息。但是全节点钱包会占用很多硬盘空间，每次使用前都需要同步数据，新手的使用体验不够好，而且不支持多种数字资产。

轻钱包：不保存所有区块的数据，只保存跟自己相关的数据，所以体积很小。轻钱包可以运行在电脑，手机，网页等地方，基本可以实现去中心化。对于新手而言，轻钱包操作简单易上手，用户体验很好，而且轻钱包一般都支持多种数字资产。

中心化钱包：不依赖比特币网络，所有的数据都是从自己的中心化服务器中获得。中心化钱包简单易操作，即使忘记密码也可以找回，而且交易效率很高，可以实时到账。但是私钥控制在平台手上，因此平台“做坏事”你无法阻止，且平台关闭后你的币就没有了。

来源：科技日报

收藏天地

岁寒三友，瓷上竞秀

朱为东

青花松竹梅纹瓷盘

青花釉里红松竹梅纹瓶

豆青釉松竹梅纹竹节笔筒

松，不惧严寒，“大雪压青松，青松挺且直。”竹，经冬不凋，“贞姿曾冒雪，高节欲凌云。”梅，傲雪报春，“墙角数枝梅，凌寒独自开。”中国传统文化习惯将松竹梅称为“岁寒三友”，寓意孤傲坚贞的人格和高雅脱俗的情趣。“岁寒三友”纹饰造型优美，舒朗空透，给人以明快流畅，疏灵俊秀之感，被广泛使用于各种生活器具之上。

传世瓷器上的“岁寒三友”比比皆是。（图1）是一只明代宣德年间的青花松竹梅纹盘。撇口、弧壁、圈足，高4.2厘米，口径21.4厘米，足径13.6厘米，敦厚端庄，釉面青亮。这只瓷盘，盘心和盘壁均以鲜亮的青花绘出优美流畅的图案。盘心双圈同心环，内有青松苍劲挺拔，宛如一位饱经岁月风霜的老者。翠竹清秀俏丽，恰似一位玉树临风的翩翩少年。嶙峋山石中探出的那一枝梅花，半开半掩，像极了山道上巧笑嫣然的妙龄姑娘。外壁上是一幅非常少见的的庭院仕女图，云气缥缈，人物鲜活灵动。圈足内青花书写的“大明宣德年制”双行六字楷书款。整件器物，纹饰细腻豪放，将宣德青花的内在神韵展现得淋漓尽致。

故宫博物院珍藏有一尊独具特色的青花釉里红松竹梅纹瓶（图2）。高26.5厘米，口径8.9厘米，足径11厘米，敛口、短颈、丰肩，颀长秀美。圈足内有青花楷书“大清雍正年制”六字款，表明了宫廷用瓷的不凡身份。主色调为翠蓝的青花，山石、竹节、梅枝、松针，鲜艳欲滴。遒劲的松枝，傲雪的梅花，却被独具匠心地施加了色调暗淡的釉里红，万青丛中一抹红，颇具视觉冲击力。最令人称奇的还要数瓶身上散布的25簇竹叶，以形画字，一簇一字，竟然组成了一首五言绝句：“竹有擎天势，苍松耐岁寒，梅花魁万卉，三友四时欢。”以诗寓画，画中藏诗，堪称神来之笔。

值得一提的还有这件豆青釉粉彩松竹梅纹竹节式笔筒（图3），制作者是清代景德镇御窑制瓷大师唐英，其作品的工艺手法，彩绘装饰都代表了乾隆朝的顶尖水平。这只笔筒高10.8厘米，口径宽5.9厘米，长8.7厘米，筒体为一枝硕大的竹节，根部萌发出一枝青竹，叶片散开，彩绘的松树和梅花相互依存，构成了一幅工笔的“岁寒三友图。” 翻转笔筒，内底有红彩“乾隆年制”四字篆书款，这正是典型的乾隆笔筒款识。这只笔筒有两个突出的特色，一是仿生，以竹节为笔筒，巧夺天工；二是题文较多，题诗“月缕无瑕玉，风弹不调情。”“风过碧天摇凤尾，雨余幽润洛龙孙。”落款“丙子仲夏沐斋制”，此外还有“翰墨”“陶铸”“赏心”“芳铭”等图章，诗、书、画相映相衬，浑然一体，加之胎质凝练厚重，釉色淡雅柔和，实属难得的豆青釉佳品。

今后，花的将是‘明白钱’！

陈果静

近期，花呗启动品牌隔离引发广泛关注。此次品牌隔离的目的是划清边界，明确为消费者提供资金和服务的主体。隔离后，花呗是重庆蚂蚁消费金融有限公司的消费信贷品牌，而由银行等金融机构全额出资的消费信贷将归为“信用购”服务。

品牌隔离、上征信……近几个月，花呗整改动作不少，这均是其落实监管要求、加快整改步伐的具体举措。今年4月，金融管理部门联合约谈蚂蚁集团，要求其整改的内容之一，正是断开支付宝与“花呗”“借呗”等其他金融产品的不当连接。今年6月，重庆蚂蚁消费金融有限公司获批开业。按照整改要求，“花呗”“借呗”的品牌整改工作应在蚂蚁消费金融有限公司开业6个月内完成，其他金融机构通过平台发放的消费信贷不再标挂“花呗”“借呗”名称。

然而，部分消费者对此并不理解，有消费者在网上“吐槽”品牌隔离后，花呗额度有所下降。网友晒出的截图显示，品牌隔离后，大部分用户的花呗额度在万元以内。在公告中，花呗已经明确，将主要满足用户日常的中小额消费需求。

对消费者来说，花呗整改从长期来看是件好事。今后，消费者透支消费花的将是“明白钱”。此前，不少消费者将“花呗”当作类信用卡产品来使用，但可能并没有注意到为自己提供消费资金的是谁。实际上，品牌隔离之前，根据每个消费者的差异化实际情况，花呗的资金服务提供方也不同。在品牌隔离后，对于消费者来说，使用时的体验虽然没有太多变化，但资金提供方更加清晰透明，能让每个消费者都有本“明白账”。

额度适当调整也有助于引导消费者养成理性消费的习惯。2015年4月上线以来，花呗就受到年轻消费者的欢迎。截至去年底，全国近1.7亿“90后”中，有6500万人开通了花呗。与信用卡相对严格的审批流程相比，花呗门槛偏低，可使得与金融业务接触较少、金融素养刚刚起步的年轻消费者较容易就能体验一把超前消费。但对于年轻消费者的个人长远发展来说，不能一味考虑仅满足其当下的超前消费需求，也需要全社会共同努力，引导其形成量入为出的良好消费习惯，帮助其提升金融素养。从这个角度来说，额度适当调降有助于帮助部分过度超前消费的消费者，引导其逐步回归理性消费。

更为关键的是，花呗整改对于其他同类产品将形成示范效应。合规是金融业务的“生命线”。正如金融监管部门反复强调的，金融业务必须持牌经营，金融活动必须全部纳入金融监管。花呗整改后，将在消金公司这一监管更为严格的牌照下开展业务。银行等金融机构出资的服务，则在平台上独立运营。品牌隔离也隔离了风险，从资金来源到业务开展，哪家机构开展的业务由该机构自担风险，避免了联合运营带来的潜在风险隐患。

对于“花呗”们来说，合规运营方能走得更远。接下来，如何平衡好监管要求、消费者需求和自身发展追求，也是“花呗”们需要深思的考题。

来源：经济日报，原标题《合规是“花呗”们的生命线》