

## 二维码正广泛介入我们的生活

### 列车车票、景点门票、报纸书籍和平面广告上随处可见

记者 徐朝晖

用手机摄像头对着一个黑白相间的小方块扫描后，屏幕上就能显示出优惠券、电影票、网址，包括不同供货商一系列的对比价格等。不经意间，在列车车票、景点门票上，在报纸书籍和平面广告上，这个被称作二维码的图案已随处可见。

#### 连接现实与网络世界

最初引起大家对二维码的关注，是因为早期动车票上印制的二维防伪标识，其中就包含了一些相关的乘车信息。列车购票实名制后，车票上的二维码用手机扫描软件一扫描，就能清楚地显示出包括乘坐车次和乘客身份证信息在内的所有内容。为此，铁路方面一再提醒旅客，乘完车后一定要保管好车票，不要随意丢弃，以防个人信息泄露。

其实，二维码并不是一个新鲜事物，它又称为二维条码，最早源于日本。它用某种特定的几何图形，在平面分布的黑白相间图形上记录数据符号信息，通过图像输入设备或光电扫描设备自动读取，以实现信息自动处理。

简单来说，平时我们在商场、超市结账时，服务员会用扫描仪对着商品包装盒上的标签或条形码进行扫描，扫描后电脑上会显示该商品的信息，这种由粗细不等的黑色竖条组成的是一维码，而方形的二维码是这种条形码的升级版。

据我市部分有二维码使用经验的企业介绍，手机使用二维码非常简单，只要能上网，并带有30万像素以上的摄像头，安装一款二维码扫描软件，然后把摄像头对准二维码扫描就OK了。二维码可以通过一些平台自动申请生成，也可以通过专门的软件制作。二维码上的数据信息可以是数字、文字、拼音等，输入的存储信息量越大，生成的二维码内部码形也更复杂。

如今，已进入移动互联网时代，随着智能手机、平板电脑等的普及，以及各种移动终端应用的开发，人们上网、工作和生活的方式也在改变，越来越多的人已经通过手持终端来获取信息，开展工作，进行消费。

二维码正是移动互联网时代连接线下与线上的关键入口，今后将会有越来越多的人使用。二维码的后端蕴藏丰富的网络资讯，通过摄像头拍摄二维码，可以把现实世界和网络世界连接起来。

#### 利用二维码开辟市场

“我们使用金字天猫商城二维码后，后台数据显示，使用手机扫描二维码访问的消费者占比在逐渐增加，尤其今年中秋节期间，在火腿月饼电子商务平台上，很大一部分销量是由于二维码应用而撬动的。”金字火腿股份有限公司有关人士对记者表示，二维码为企业打开了一个全新的市场空间。

金字火腿从去年12月开始，在全市食品行业内率先运用二维码技术进行市场和形象推广。

记者昨天打开手机中“我查查”软件上的二维码功能，对着金字火腿二维码进行扫描，马上跳出了一个网址，点击后就直接进入了天猫金字火腿旗舰店，里面各种火腿及相关商品信息一览无余。

经过大半年尝试，金字火腿已不满足于二维码的简单运用，公司计划将企业的视频宣传资料生成二维码，让品牌传播从平面走向立体，同时还准备在企业相关宣传资料、包装物上添印二维码信息，让消费者轻松进入网店购物。

让平面书报“立体化”

随着二维码应用的普及推广，人们发现不少报纸、杂志以及图书领域也开始尝试使用二维码技术。记者手头有一本刚买的由敦煌文艺出版社出版的《原来这才是江湖》，在封底一维条形码左侧，出版商加印了一个二维码。该书标价 28 元。记者借助手机二维码识别软件进行扫描，马上跳出天猫天津华文图书店的网页。在该淘宝网店中搜到这本书，显示正版包邮价格为 23 元。

图书是标准化商品，非常适合使用二维码。二维码给读者带来的好处显而易见：在线下通过二维码识别进行比价，有的还能浏览其他读者的评论，或上传自己的购书心得，从而快速实现对图书的深度理解和互动。

相比图书，报纸和杂志上的二维码应用先行一步，也更为成熟。翻开本地的一些报纸广告，有的已开始尝试打上二维码。读者如果对这家公司或业务感兴趣，就可以用手机直接扫描进入公司的网页。

从未来发展趋势看，不仅仅报纸上的广告，读者通过手机扫描报纸上的二维码，传统的平面报纸也能“立体化”，轻松阅读观赏报纸的延伸内容。目前，国内《华西都市报》、《长江日报》、《成都商报》等，都已尝试应用二维码，不仅报纸的信息容量大大扩展，读者读报的乐趣也大大增加。

国内传媒界已有人预言，未来的报纸、期刊不再是一张平面新闻纸，更可以为我们带来一个全新 3D 视听影像感受，并且为产品提供更为全面的资讯和更为便捷的购买方式。这将是一个全方位的移动互联网商务平台。