

“互联网+”与“+互联网”互相成就

“线上”“线下”优势支撑多元化消费需求

吴 珊 丁安一

通过手机下单浏览套餐,网导为你“私人定制”;移动端购买基因检测,健康信息一应俱全;平台上接受运动课程,私人教练隔空指导……旅游、医疗、健康等行业“触网”后,更新了大众对行业的原有认知,升级了消费者对服务的全新体验。

事实上,互联网不再只是一个工具,早已

成为生活方式本身。其带来的是技术和理念的更迭,绝非简单地将传统行业从“线下搬至线上”。伴随着消费行为碎片化、移动化、体验化,传统行业的变革也不只是从内到外智能化的升级改造,而是个性化、智能化甚至定制化的线上线下融合大生产。

如何利用“线上”“线下”优势支撑多元化

消费需求,是传统行业转型升级亟待考虑的问题。而传统行业的互联网化,也为互联网带来了不可估量的全新机会。“互联网+”与“+互联网”,两者正相互成就。大数据、人工智能、区块链等技术已然兴起,在强大的技术潮流面前,一切才刚刚开始。

——编者

网约导游

“一队一案”受青睐

叮!系统显示有新用户提交需求单。90后导游小邢打开携程APP浏览具体信息,随后继续为他先前接单的游客设计行程。从小在北京长大的小邢,如今入驻“携程旅游”成了“玩转”北京板块的网约导游。“持导游证5年了,2年前从线下转线上,相比传统旅行团模式,线上服务更尽可能满足游客个性化需求。”他告诉记者。

不久前,一位先生想带家中的老人、

孩子逛逛北京,在网上预约了小邢做向导。了解到该团队的特殊性,小邢配置了儿童座椅、老人轮椅,安排专车接送,行程相对宽松又满足一家子的偏好。这家人一再感谢小邢:“玩得特别开心。”据了解,网约导游在7-9月等旅游旺季相对忙碌,周六周日几乎无休。“收入确实比过去高,做得好的时候同时段能翻一番。”小邢说。

记者登录携程手机端“当地向导”栏目,页面显示出系统根据手机定位推送的北京人气向导名单。点击某个导游主页,可以看到人员编号、服务次数、路线套餐、确认率、评分留言等信息,页面底端还有“咨询向导”“电话”“提交需求单”等联系渠道。以小邢为例,截至10月27日已服务

4600余单。

预订方便快捷,路线私人定制,避开强制消费……近年,网约导游越来越受青睐。据统计,今年前8个月“网约导游”订单量同比增长200%,消费主力从20岁到40岁不等。自2016年国家旅游局启动线上导游自由执业试点,多家旅游电商公司纷纷“试水”。目前,“去哪儿旅行”“途牛旅游”“飞鱼旅行”等都推出相关服务。

不过,网约导游始终是新生事物。也有游客反映,网约导游存在服务质量参差不齐、覆盖区域不够广泛、优秀导游供给不足的问题。对此,业内人士指出,有关平台要进一步建立监管体系,提高准入门槛;相关部门应将服务纳入监管,保障好互联网时代游客更多自主权。



基因检测

降低门槛更便捷

不久前,山东姑娘小秦试了一把在线基因检测:下载“23魔方基因检测”APP,进入首页“购买”板块,下单付款后收到商家寄来的唾液采样盒,完成操作后将样本寄回,检测结果一周后就“出炉”了。“花几百元就能了解遗传病风险、营养需求、皮肤管理等,我已经开始有针对性地提高自身素质。”小秦满意地说。

随着基因测序等技术的发展,基因检测不再限于医疗行业。据国内大数据分析

公司易观发布的《中国基因检测行业分析2018》,去年中国基因检测行业市场规模已达158亿元,到2022年有望突破659亿元。23魔方、微基因、壹基因、水母基因、基因谱等消费级基因检测服务公司,逐步进入消费者视野。

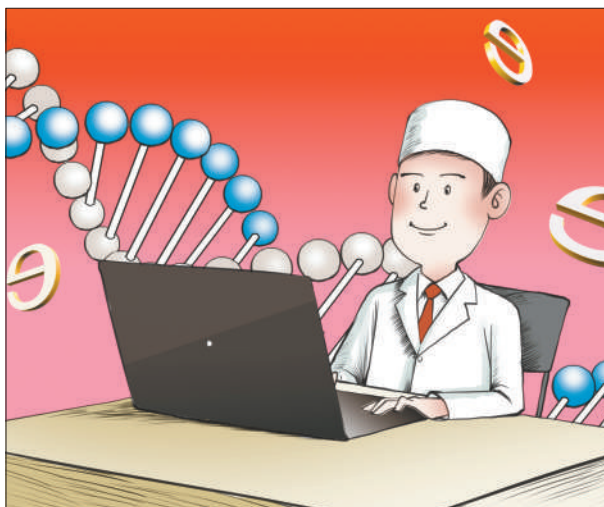
“其实大多数中国人都乳糖不耐受”“葡萄糖-6-磷酸脱氢酶缺乏症且就叫蚕豆病”……记者发现,各类基因检测APP中除了提供用户检测结果,日常还推送医学健康知识、最新科研信息等。有网友表示,基因检测打开了认知窗口,更有趣了解健康知识和医疗技术。

也有网友担心,“大部分商家会把用户基因信息上传数据库用于科研分析,数据安全如何保障?”一些基因检测公司已对此

有所行动。水母基因有关负责人在接受媒体采访时介绍,公司在数据管理上确保基因数据和用户数据分离,在线上存储用户的名字、联系方式等个人信息,但所有基因数据都是离线存储,单拿到一方数据并无意义。

“消费级基因检测不能包治百病,对于严重性疾病检测最好前往医院问诊。但不管医院还是公司,其实都会有检测结果不准的可能。”杭州锦蓝生物技术股份有限公司首席科学家方园建议,基因检测要选择口碑好、技术高、资质全的机构。

业内人士呼吁,不同机构选择检测的基因位点不一样,同样的检测项目检测结果也不一样,希望相关部门、高校和医疗机构推动建立基因检测行业标准。



线上健身

无限锻炼“圈粉”多

“有325人正在附近训练。”南京某大学学生小吉刚在宿舍地面上铺完瑜伽垫,手机APP“Keep”就发来提醒训练的通知。读大三的小吉不用再修体育课,但仍要参加每年的体能测试。“我每天在宿舍跟着APP上课锻炼,现阶段还不需要用运动器械,方便省钱适合学生们。”她拿起手机向记者演示,登录APP就能看到各式各样的课程,可以添加自己的健身训练计划,还能看到每周好友健身排名情况等。

家在重庆的小龚是个健身达人,由于有增肌的需求,他更倾向于用一些O2O(线上到线下)运动平台进行锻炼。最近,他在乐刻运动APP线上购买了包月会员卡,不仅能在在线预约团体操课,还能24小时在线下门店使用专业器械锻炼。“没有捆绑销售或私教推销,相比健身门店更有价格优势,训练时空也更自由。”小龚告诉记者。

目前,线上运动APP分类较为多元。记者下载了一款运动类APP体验,发现其中的课程指导涉及健身、瑜伽、操课等多个类别,分别配套多种训练计划,用户可按照个人喜好、健身环境选择不同的训练。有的在线运动平台则推出线上减脂营,教练线上发布每日健身任务、规定食谱等,用户“汇报”每周身体围度变化数据等信息,还

要完成运动用餐等固定“打卡任务”,实现远程减脂指导。

近年来,通过互联网健身成为众多年轻人的新选择。易观《中国在线运动健身市场年度综合分析2018》显示,中国在线运动健身市场进入高速发展阶段,今年4月,运动健康类领域活跃用户近7000万人,其中30岁以下用户群较多。Keep、悦动圈、乐刻运动、咕咚等运动类APP,纷纷“圈粉”。

南京大学体育部老师周娟认为,互联网降低了运动健身的门槛,普及了健身常识和习惯,但是线上运动APP普遍存在教练资质难保证、训练方式不规范、付费服务缺保障等弊端。建议零基础健身人群最好在专业教练指导下训练,避免长期练习错误动作引发运动损伤。



插画:李瑞宁

国庆期间,一个三分钟微电影在朋友圈刷屏,这是江苏高院推出的普法新作品《别让诚信关机》,该作品以独特角度讲述了一个很“囧”的故事,告诫人们当“老赖”的严重后果。

“随着移动互联网时代的到来,普法形式也需因时而变。”江苏省高级人民法院副院长褚红军说。

以小见大 寓教于乐 普法打出“柔情牌”

一位独居老人因为儿女忙于工作无暇陪伴自己,将儿女告上法庭。在法庭工作人员的努力调解下,儿女们想起了幼年时父亲对他们的陪伴和爱,意识到自己的错误,在法庭上和好了。案件虽小,但直击人心,引起社会强烈反响。

“何不把这个案件改编成微电影?”江苏高院将轰动一时的无锡“常回家看看”第一案改编成微电影《回家》。

“看哭了,泪水如泉”“暖心的法院,音乐响起的那一刻,眼泪就绷不住了”“这样的普法宣传方式很有创意,让我们在感动中体会亲情的伟大”……看过微电影的网友纷纷留言。

《回家》在手机上的刷屏,引起江苏高院新闻办主任张志平深思。只有优质的微电影,才能引起观众的共鸣。为了体现真实的细节,法院在“双微”作品制作上毫不含糊,每一处布景都要经过精雕细琢,每一个镜头都要反复拍摄。“在将真实可考的案例素材进行二度创作时,不仅要汲取传统法治类节目寓教于乐的价值定位,还要将微电影、微视频的艺术美感最大化地体现出来。”张志平说。

据介绍,2017年以来,江苏高院先后推出《金鱼之恋》《别让亲情偿还亏欠的良心》《无法上映的人生》等10余部优质“双微”作品,在网络上动辄收获数以百万计的观看量。不少网友在观看后表示,原来法治微电影、微视频可以拍得这么好看,这么感人!

江苏高级法院借助互联网普法 法官走上荧屏 演绎生动案例

本报记者 王伟健

以情动人 演绎故事 法官拍摄微电影

“世界很大,我们很小,谁年少不向往天涯海角;梦想易逝,红颜易老,每天在现实里移动双脚……”今年5月,一首名为《宁海路75号》的原创MV红遍了大半个中国,这首反映法官工作状态的“机关民谣”,在短短几天内点击量就超过百万次,引发强烈社会反响。

这首歌曲并非出自专业人士,而是由江苏高院的两任法官创作。词作者是审判监督第二庭法官赵俊,曲作者是执行局综合协调处处长朱蝶。MV中有一个镜头让朱蝶印象深刻,主人公背后的墙上写着“为了公平正义”,这是江苏高院的院训,表达了法院人的情怀,“这正是我们想通过这首歌唱达的精神”。

在江苏各级法院,一线法官们纷纷走上“微”荧幕,演绎身边的法治故事,不少法官还当起了制片人和编剧,亲身上阵拍摄法治微电影、微视频。

今年年初,由江苏高院新闻办工作人员编剧的微电影《谁的错》发布后,吸引数百万人点击观看,“揪心、精彩、感动”,网民纷纷点赞。这部微电影在宝应县人民法院拍摄,剧中除女主角外,其他所有演员均由该院干警出演。

江苏高院打造的微电影《无法上映的人生》,看上去颇像是一部悬疑大片,实则用法治故事为诚信护航。编剧是江苏高院一位法官,“脑洞大开”地设计了一系列离奇悬疑的场景和心理悬念,情节扣人心弦,直到最后真相揭晓:不讲诚信的人生,终究没有出路。

江苏高院执行裁判庭法官唐志容感慨地说,能够亲身参与拍摄法治微电影、微视频,将自己对于法律的信仰传播给社会、传达给公民,这对我们在一线办案多年的法官来说,是一件非常有意义的事。

以案释法 频频走红 “法官”也能很入耳

把不孝儿拉进垃圾池,让其现场感受老母亲垃圾池度日的心酸与凄苦,法官通过智慧办案最终感化了不孝儿,解开了他拒不赡养老母亲的“心结”,让老人从垃圾池回归正常人的生活……一起发生在苏北的真实案件,被江苏高院改编成微电影《不弃》。

越来越多的普通人通过观看普法微电影、微视频,以及新媒体法制栏目,轻松读懂了晦涩难懂的“法官法语”。江苏涟水县的王某与丈夫李某正准备离婚,但李某瞒着王某在外借了3万块钱,债主扬言这笔钱要夫妻共同承担。王某一时间不知如何是好,便向涟水县人民法院法官咨询。法官很快给她发来了以案释法栏目的网址链接,王某看完“防坑友”更防“坑偶”,夫妻共同债务司法新规定,茅塞顿开。

随着大量微电影、微视频的走红,江苏高院在网上也收获了大量的粉丝。江苏高院新闻办工作人员陶正超表示,如今,法院举行的各类普法活动,关注度要比以前高很多。仅7月10日在南京组织的“决胜执行难”大型全媒体直播活动,一次就吸引了5000多万网民围观,各类评论留言超过120余万条。

普法效果好,法官们也动力十足。张志平表示,法院案件是“双微”创作取之不尽的资源宝库,这座影视创作的“金矿”有待江苏各级法院进一步挖掘和开发。未来,江苏各级法院将制作更多优质的“双微”作品,让“柔情”普法更加深入人心。

自媒体乱象需多方共治

苗希侯

人关注。

传播虚假信息,发布“三无”时政新闻,推送同质低俗“水货”……这些年,自媒体乱象层出不穷,蹭热点、标题党、滥洗稿成了“撕不动”的标签,甚至有少数坐拥众多粉丝的自媒体,利用互联网带来的话语权干起敲诈勒索的勾当。在网上搜索“自媒体”,相关词条多是“自媒体怎么赚钱”“怎么吸粉”“怎么写出爆款文章”,这些俨然成了自媒体运营的重要考量。

从业者感慨,自媒体“躺着涨粉”的流量红利期已然结束。根据新榜发布的《2017年中国微信500强年报》,微信公众平台平均阅读量下降24.2%,优胜劣汰愈发明显。

不可否认,自媒体为网友提供了表达自我、寻找共鸣、分享信息、交流思想的便捷渠道。一些屡受诟病的短视频平台,或许初衷也不过是给自己或者他人添一些愉悦和新鲜,但在现实中却被流量裹挟、为金钱迷失。自媒体的出现和流行,本来自带创新的源代码,但一心向“钱”的走偏,让真正意义上的创新成了行业稀缺资源。

自媒体首先须自律。某种程度上,自媒体乱象也是当下这一领域急功近利、缺乏规制的一个缩影。但无论如何,自媒体都该拿稳拿好手中的麦克风,守好道德的红线、守住法律的底线,尽到应有的社会责任,才能让网友看得自在,才能让自己健康发展。

毋庸置疑,监管乏力是自媒体乱象屡禁不绝的重要原因。除了加大对现有问题的整治,还要立足常态、着眼长效,进一步建章立制、完善规范。建议有关部门尽快出台规定,加大底线约束力度,提高自媒体违法成本,对造谣者、不法经营者等予以严惩;同时设立自媒体禁入“黑名单”制度,进行信用评估和登记,严格行业准入门槛。

治理自媒体乱象,还需要全社会共同参与,形成渠道畅通、操作便利、人人参与的监督机制,促进社会共治自媒体违规行为的浓厚氛围。对群众举报,要明确时限进行查证和反馈,鼓励更多群众参与监督。

多方共治、形成合力,治理自媒体乱象,让行业良性健康发展,我们拭目以待。

“无论如何,自媒体都该拿稳拿好手中的麦克风,守好道德的红线、守住法律的底线,尽到应有的社会责任”

上海关闭“世界未解之谜”等4个微信公众号;“魔都升学爆料”等15个违规微信公众号停更;河南下架“新闻热点直播”等13家微信公众号;“波动财经”等28家微信公众号整顿;在江苏,由近40家自媒体组成的“江苏自媒体联盟”成立,清明网络家园七条倡议发出……日前,多地“晒”出微信公众号整改信息。

此外,微信公众平台近年来封禁及处理涉黄公号约2.6万个、低俗类公号超8万个、标题党类公号1.6万余个,删除谣言文章近7000篇,还处理涉及“抄袭”投诉近5万单。

这场范围广、层次多、力度大的整改行动,让自媒体行业的整体境况越发引

新媒体视觉

贵州——

首家医疗大数据企业落户



10月31日,医疗大数据及人工智能研发企业“医渡云”落户贵州,成为贵州这一国家大数据综合试验区的首家医疗大数据创新企业。图为揭牌仪式当天,工作人员在操作演示。

人民视觉