

敬告读者

“发现中国”融媒体报道专题在人民日报海外版、海外网、海客客户端同时与大家见面了。我们会用文字、图片、视频的融媒体报道方式发现中国的动人故事、发现中国的优秀文化、发现中国的发展变化。“发现中国、展示中国”是我们的愿望,希望得到您的关注。

发现中国

图为来自樟木的孩子们在小  
区门口开心的玩耍。 贾雯帆摄



日喀则小镇的震后重生

海外网 刘 凌 贾雯帆 谢 明

两年前的4月25日,对德曲来说,是个不愿重提的日子。回忆起家园被毁的往事,她忍不住转过身去默默擦泪。

那一天下午14时11分,尼泊尔发生8.1级强震,位于中尼边境、与尼泊尔隔河相望的樟木镇损失惨重,德曲家新盖的三层新房也在地震中被山石压毁。樟木镇所在的聂拉木县,是4.25强震中受灾最为严重的地区,同样受到冲击的还有定日、定结、吉隆县等地。日喀则市副市长巴桑在4月21日举行的“4.25”灾后恢复重建两周年记者会上回忆,地震造成日喀则市30万人受灾,直接经济损失达到100多亿元。

两年后的今天,德曲一家6口正憧憬着即将入住的新房子。“新房子是三层,有270平方米!”举家迁移到日喀则市区的德曲,不时会想念樟木县老家,但是一提到新房子仍然非常开心。最重要的是,新房子一层可以用作商铺,德曲开了多年的服装店即将搬到自家门口。



图为桑珠孜新区已基本建成的后藏风格新房。 贾雯帆摄

新房子

樟木镇原本是中尼边境的通关口岸,4.25尼泊尔强震造成樟木口岸10人死亡,90%房屋严重受损,通信、电力一度完全中断。由于樟木县易发生山体滑坡、泥石流等次生灾害,全县514户搬迁至日喀则市。如今德曲和她的同乡们暂时居住在北郊公共租赁房,再过两个月,就可以入住即将完工的桑珠孜新区。

桑珠孜新区位于日喀则市区西南部,那里的工人们正在加紧民房的室内装修。一排排充满后藏风情的小楼已经初步落成,稍加完善,这里就将“复刻”一个樟木镇。桑珠孜新区建设工作领导小组办公室的工作人员次旺南加告诉我们,桑珠孜新区的房屋设计最大程度地保留了樟木镇原本的后藏特色,墙壁保留了手抓纹,窗花也仿照藏族窗框设计,比起原本的木质结构更能经历风雨。

“由于樟木县群众多以经商为主,我们将房屋的第一层设计为商铺,不经商的群众也可以向外出租。”在桑珠孜新区,我们看到样板房一层被设计成欧式的咖啡厅,以便向搬迁的民众展示效果。

在桑珠孜新区附近还将建造占地面积1.14万平方米的尼泊尔风情街,设计单位专门赴尼泊尔学习了一个月,复制当地建筑风格,以吸引游客、聚集人气,带动樟木民众靠商贸旅游致富。

“以文化为灵魂,以旅游为载体”,巴桑副市长表示,下一步,桑珠

孜新区将充分发挥后藏生态文化、边境文化等独特优势,建设珠峰文化旅游创意产业园区,“要让受灾群众就近就便实现就业。”

旧生记

做生意是樟木人的安身之本。德曲的布料生意也跟随她一同搬迁到日喀则市。在北郊公共租赁房,小区里的二层商铺免费提供给这里暂住的居民,德曲的店铺就在其中,主营西装和夏尔巴民族服饰。店里的布料都是从尼泊尔进口,彩色的花纹充满异域风情。在政府的帮助下,原本在樟木时雇用的尼泊尔制衣师傅,也跟随德曲来到日喀则。在二层的制衣间里,4位来自尼泊尔的工人正在细密地缝制成衣。

尽管现在的收入还没有恢复到地震以前,但是德曲认为这里市场大,“以后一定会好起来的。”对于一个月4万多元的收入,她还是充满信心,“希望搬到新区以后,把生意做的再大一点,带动村里的困难户一起致富!”和德曲一样,小伙子白玛也从樟木县搬迁而来,他的商铺位于日喀则市的樟木商城,这里聚集着156家樟木商户,先后于2015年6月和2016年8月分两批入驻,主打尼泊尔进口的酒、金银制品、手工艺品等。对白玛和他的朋友们来说,唯一的变化就是要绕道吉隆县才能顺利进货。

每天早上10时30分,由日喀则市政府补贴的班车载着商户们来到樟木商城。旺季来临的时候,一个季度的收入可达10万元。为了尽快帮助商户恢复收入,日喀则市政府特意在扎什伦布寺等旅游景点发布宣传册,为樟木商城招揽顾客。不久之后,一些商户也将搬迁到桑珠孜新区,在家门口开起新商铺。

好时光

除了日喀则市民,德曲店里的客人主要是一同迁来的樟木人。隔壁的藏式茶馆,也服务于居住在同一小区的樟木居民。在日喀则市,樟木人依然保留着原本的生活习俗。身着传统藏服的老者坐在长椅上聊着天,迁移而来的夏尔巴老人用特有的曲调唱着“梦回樟木”。在小区的活动中心,一场祭祀往生者的传统法事正在进行,客人们送上哈达、茶、酒、肉、酥油等,主人则盛情招待。在即将迁入的桑珠孜新区,保留了0.24万平方米的寺庙建筑面积。

41岁的德曲有3个孩子,大儿子在北京读高中,二儿子在日喀则市读初中,小女儿两岁,地震的时候刚刚百天。比起她的两个哥哥,德曲的小女儿将在桑珠孜新区享受更完备的服务设施。在那里,包括小学、幼儿园在内的配套服务设施建筑总面积将达到3.23万平方米。德曲88岁的婆婆也有机会在老年日间照料中心接受照护。

根据日喀则市政府制定的《“4.25”地震樟木受灾群众安置政策》,德曲一家还将在社保、就医、就学、创业、就业等方面享受一系列优惠政策。

“2017年是完成重建工作的决胜之年”。巴桑表示,到2017年底,桑珠孜新区就要发挥效益。今天的德曲也许从没想象过“全区一流样板小区”是什么样子,但是不久的将来,她会眼见为实。



▲图为小区里居住的夏尔巴老人。 贾雯帆摄



►关注更多内容,请扫描二维码,看海外网“发现中国”专题。

卢泽华

云中漫笔

信用是无现金时代的“通关密码”

最近,笔者在社交网络上看到有朋友抱怨自己遭遇了“价格歧视”。细问得知,原来是在申请某共享单车平台账户时,因朋友在某支付软件上的信用评分比他的同事少50分,而不能享受同样的免押金骑行服务。为什么信用评分较低?朋友细查得知,是因为在一次电商透支消费中,没有及时还款,因此造成了信用扣分。

互联网经济时代,人们逐渐发现,网上的一次不经意的“失信”,有可能让自己失去一些别人拥有的方便,严重的时候甚至遭遇意想不到的麻烦,信用评分已经成为许多领域的

“通关密码”。比如,互联网第三方征信平台与共享单车合作,在用户个人信用值达到某一标准时,就可通过信用授权免押金使用服务。再如,不少从事租房业务的运营商,都与第三方征信平台合作,推出享受押金减免、租金月付等优势。

互联网第三方征信市场在国内的发展壮大有其内在逻辑。如今,互联网金融在中国的普及率迅速提升,在全球名列前茅。前不久,咨询机构毕马威发布的一份报告显示:全球66%的受访者表示愿意使用移动钱包业务,而在中国,这个

比例高达84%。有专家预测,不超过10年,中国就将迎来“无现金时代”。互联网金融的迅速普及在方便人们生活的同时,也为第三方征信市场带来了可靠、全面的数据依据,这是其蓬勃发展的基础。

如今,基于海量互联网交易信息而产生的第三方征信市场已经获得广泛应用。借助于大数据、云计算等技术,大型互联网金融平台可以较为客观地呈现个人信用状况,并可以与商户合作,在融资租赁、酒店、租房、出行、婚恋、公共服务服务等多个场景下为用户、商户提供信用服务。

当然,信用体系能在多大范围内构建、完善,取决于交易关系形成过程中的信息对称程度。个人征信市场的发展首先要解决的还是信息共享问题。目前,各家互联网金融机构依托自身平台形成各自的业务闭环,征信市场的各条信息链实际处于平行状态。市场覆盖率有限造成的信息不全面、不对称,不利于全国统一征信市场的构建。

同时,在个人征信市场尚未全面放开,征信牌照仍未落地的情况下,互联网金融企业依据交易数据所作的个人信用评分在某种程度上还是民间

4月20日,《海外问道》沙龙在人民日报海外版报告厅举行。本期沙龙由人民日报海外网主办,主题为“移动互联时代下的智慧旅游”。与会专家从旅游企业自身及行业观察者的角度,对智慧旅游的科学发

行业竞争怪圈: 旅行体验有落差

2016年我国旅游业总收入4.69万亿元,同比增长13.6%,旅游业对国民经济综合贡献率达到11%。据预测,未来10年,我国旅游业将保持至少10%的增长速度,其中个人旅游将会以9.8%的增速增长。人民日报海外网副总经理石景才致辞时表示,旅游行业市场巨大,蕴含着众多的发展机遇。

旅游市场在高速发展的同时也存在着一些行业弊端。同质化、粗放式和单一式的旅游产品模式早已难以满足当今消费者的多元化需求。

在中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏看来,同质化在当前旅游市场条件下是必然的存在,消费者目前还不清楚自己想要什么。他说:“需求的同质化导致产品市场的同质化,所以市场应该学会找到产品同质化与消费需求的最大公约数。”

在产品同质化的市场,线下旅行社和在线旅游OTA纷纷打起价格战,以低价吸引消费者,行业陷入恶性竞争怪圈。

刘思敏建议政府应改进宏观调控,把执法重心放到打击强制交易和假冒伪劣产品上来,加大惩治力度,增加企业违法成本,保护旅游消费者的合法权益不受侵犯。

同时,低价竞争也是双刃剑,游客在盲目追求低价的同时导致自身旅游消费的实际体验和预期期望有较大落差。

中国社会科学院旅游研究中心副主任李明德指出,在旅行中的突发事件、对旅行产品的了解不够完整、旅游者本身期望不够理性等都是症结所在,若想缩小差距,需要旅行社及旅游者的双方努力。

台湾海峡两岸观光旅游协会北京办事处副团长林蔚则强调“一分钱,一分货”,旅行产品也讲究“货真价实”,消费者不应被低价蒙蔽双眼。

中信旅游国际旅行部总助王鹏提醒消费者,在旅行过程中不可盲目贪图小便宜,应注重追求产品品质和体验,从而避免不必要的强制消费影响旅行体验。

大数据应用落地: 跨界融合是终局

信息技术的发展使得人们处理海量信息的能力越来越强,如何利用好大数据为旅游行业服务,提升游客体验则是关键所在。

2016年被称为大数据元年。中科院点击首席技术官赵向鹏认为,在大数据逐步成熟和规范的情况下,如何让大数据在旅游行业实现真正落地,推动智慧旅游发展,是值得众人探讨的问题。

“移动互联时代的核心是以人为本,人可以被识别被监控被跟踪。”阿里云数据中国事业部副总经理段永华指出,游客的喜好、财富、需求等信息均可通过大数据来记录,在数据驱动下形成用户数据库,从而建立游客画像,更快掌握游客的消费习惯,进行精细化运营。

“一切业务数据化,一切数据业务化。”中青旅遨游技术研发部执行总经理赵海生提出,景区应利用数据驱动来进行决策,关注游客行为及用户体验,采用线上线下一体化服务,如及时对游客进行人流预警,引导游客合理安排旅游线路等,保障游客旅游活动质量和人员安全,提升旅游体验。

然而,数据的体量大不代表价值大,做好数据的整合和分析才能发挥最大化价值。

“餐饮是旅游,休闲娱乐是旅游,出去就医本质上也是旅游。”段永华指出,“以前的旅游相对具象化,而行业发展到现在,只要符合空间移动的特点,涉及到吃住行游购等服务需求就是旅游,旅游本身的内涵和外延已经发生变化。”

去哪儿网高级总监、战略规划师黄凡也表示,利用旅游大数据不仅可以为游客提供个性化定制化服务,还可以将旅游行业与餐饮、教育等其他需求产业相结合。业内可规划更多大数据的应用模式,实现大数据的真正价值。



图为沙龙活动现场

