

网上中国

全球数字合作 中国勇于担当

本报记者 卢泽华

在日前举办的全国网络安全和信息化工作会议上，习近平总书记指出，要以“一带一路”建设等为契机，加强同沿线国家特别是发展中国家在网络基础设施建设、数字经济、网络安全等方面的合作，建设21世纪数字丝绸之路。

如今，中国数字经济正处于快速发展阶段，在智慧城市、人工智能、大数据等领域处于世界领先水平。在这个过程中，中国积极参与全球数字经济合作，为提升全球数字发展水平贡献中国方案，彰显中国担当。

国际合作方兴未艾

与BBC（英国广播公司）签订三年合作计划，联合打造内容丰富、类型多元的精品纪录片，共同讲述中国故事；与英国时尚协会合作，通过AI（人工智能）技术、社交平台和大数据等创新应用，提供一整套时尚场景数字化解决方案……日前，英国国际贸易部与中国互联网企业腾讯在伦敦发布的一系列合作计划引起业界关注。根据计划，英国将与腾讯在影视、戏剧、时尚等文化创意领域展开广泛合作，以数字化手段助力文化创意产业的快速发展。

在英国国际贸易大臣利亚姆·福克斯看来，这次合作可以充分发挥中英两国在文创产业和数字经济领域的互补优势。“腾讯在前沿科技领域一直走在世界前列，英国则在文创产业方面实力雄厚。这次合作将充分结合双方优势，进一步推动全球数字文创产业的发展。”利亚姆·福克斯对本报记者表示。

这次中英之间的系列合作，是近年来中国加强数字经济国际合作的一个缩影。如今，一大批中国企业已经走出国门，积极参与到全球数字化建设中。据了解，目前，中国网信企业已经参与全球170多个国家信息基础设施建设，网上丝绸之路初步形成，与“一带一路”沿线12个国家建成34条跨境陆缆和多条国际海缆。同时，凭借先进的数字技术和模式创新，中国企业在移动支付、智慧城市、电子商务等多个领域与世界各国展开合作，将数字化技术成果与世界共享。

“中国一方面大力发展数字经济，另一方面提出建设数字丝绸之路等理念，加强与‘一带一路’相关国家合



日前，在首届数字中国建设成果展上，家长给小朋友讲解卫星知识。翁奇羽摄（人民图片）

作，共同推动数字基础设施等方面的建设，这让中国互联网企业倍感振奋。”腾讯集团高级执行副总裁刘胜义表示。

志在引领，重在分享

如今，数字经济已经成为各国优化经济结构、提升经济发展速度的重要引擎。而在经济全球化浪潮的推动下，全球各个领域的发展都对信息互联互通产生更高层次依赖，无论是英国国际贸易部与腾讯之间的合作，还是中国企业大量参与发展中国家信息基础设施建设，都与这一背景密切相关。

据《数字中国建设发展报告（2017

年）》显示，2017年中国数字经济规模达27.2万亿元人民币，占国内生产总值（GDP）的比重达到32.9%，规模已位居全球第二。这显示，中国已经成为世界数字经济发展的中坚力量。

同时，中国不仅是数字经济的引领者，还是分享者。

日前，中国已经发起了《二十国集团数字经济国际合作倡议》《“一带一路”数字经济合作倡议》等倡议。在去年举办的第四届世界互联网大会上，中国、老挝、沙特、塞尔维亚、泰国、土耳其、阿联酋等国家相关部门还共同发起《“一带一路”数字经济国际合作倡议》，这标志着“一带一路”数

字经济合作开启了新篇章。

在此背景下，越来越多的国家期待与中国在数字经济领域展开合作，以助力本地经济社会发展。比如，印尼通讯和信息技术部部长鲁迪安达拉就于日前表示，印尼最大的瓶颈是通讯和信息基础设施不足，这严重影响了印尼数字经济的国际竞争力。

“印尼十分欢迎中国投资者为印尼数字经济创造更多附加值、为培育印尼新一代数字经济人才作贡献。”他说。

积极贡献中国方案

如今，中国经济已经转向高质量发展阶段，传统产业进一步优化升级，战略性新兴产业快速发展，以互联网、大数据、云计算等新一代信息技术为代表的新产业、新业态、新主体等经济新动力孕育成长，中国经济正在加速转型发展。

“中国的数字经济发展主要体现在两个方面，一是传统类型的信息通信技术（ICT）产业的转型升级，二是‘互联网+’，比如传统行业拥抱互联网所产生的效益和价值。其中，后者是中国数字经济发展最鲜明的特点和主要驱动力。”刘胜义表示。

同时，作为经济全球化的坚定支持者、推动者和建设者，中国一直以来不断为经济全球化注入新动力，一方面致力于成为数字经济发展的引领者，另一方面，又是经济全球化的支持者，这就构成中国促进数字经济领域国际合作的内在逻辑。

正如来自美国的市场分析师瑞安·罗伯茨所说，中国数字经济是全球一股新兴的强大力量。而且，数字中国建设将加速全球数字化进程，为世界提供“中国样本”和“中国方案”。



丹嫩沙多——

水上集市“泰”有趣

陈婕文/图

水上集市是泰国非常有特色的民俗景致。从14世纪艾尤塔雅王朝时代开始，水上集市就鲜活地出现在泰国市井中了。船夫们撑着狭长的小船，载着各种货物，自如地在河道中穿梭售卖，别有趣味。

丹嫩沙多水上集市，是泰国最著名的水上集市之一。它地处湄南河的一段支流上，原本是一个繁忙的码头。随着陆路交通的发展，昔日繁华的码头渐渐冷清了下来，但随码头一起发展起来的水上集市却得以兴盛。

水上集市一般从清晨一直持续到下午两点左右，早上七八点钟是高峰期。很多外来的游客会在此时汇聚到丹嫩沙多，有的行走于岸边，欣赏繁华的集市风光，有的租一艘小船，在河上尽情地购买各式各样的泰国小吃、水果、纪念品，饱览水上风情。

笔者没有坐船，而是选择从桥上俯瞰喧嚣的水上集市。这里的船夫，不仅要划得一手好船，从而避免在拥挤的水路中相撞，还要亮得一声好嗓音，来吸引游客买家的注意。青绿的芒果、金黄的香蕉、红艳的莲雾、白色的椰子……让人应接不暇，垂涎三尺。行进中的船也不能逗留某处太久，所以游客们往往看准了一样货物就得赶快出手，以免错过带来遗憾。

正是这种匆匆、乱哄哄的购物场景，反而成了水上集市最大的特色。在桥上，笔者时不时能听到人们的讨价还价声和开怀大笑声，人声鼎沸，热闹极了。

水上集市的两岸居住着市民，房子挤挤挨挨，鳞次栉比，很多人家拥有自己的小船坞。清晨，他们会在船上码好货物，赶在游客涌入丹嫩沙多前，把船撑到一个好地段进行吆喝售卖。等过了中午，游客渐渐散去后，他们再撑着船悠然地各回各家。

水上集市里不时会有僧侣撑船而来。当然，他们既不是卖家也不是游客，而是来化缘的。当地的船夫们会事先备好一些食物敬奉给僧侣，收到食物的僧侣会双手合十以示感谢，船夫们也会双手合十虔诚地回敬。丹嫩沙多金灿灿的阳光洒在他们的脸上，闪着温馨与祥和。



扫描二维码获取更多资讯

互联网大咖秀

约翰·多纳霍：一心求变

海外网 崔玉玉

在电子商务这一领域，易贝在美国的地位匹敌中国的淘宝。很多人都知道其前明星总裁梅格·惠特曼，却鲜有人知晓在惠特曼之后为易贝力挽狂澜的约翰·多纳霍。

多纳霍1960年出生于美国伊利诺伊州东北部城市埃文斯顿，父亲是普华永道的一名会计师。或许是受父亲的影响，多纳霍很有经济头脑。

1978年，多纳霍高中毕业后，朋友的父亲力邀他加入自己的啤酒销售公司。“你会赚大钱的！”但是年轻的约翰·多纳霍选择继续求学。他先后从达特茅斯学院经济系和斯坦福大学商学院取得了经济学学士、工商管理学硕士学位。

学业有成的多纳霍加入了与麦肯锡、波士顿国际齐名的著名咨询公司——贝恩，一干就是20年，并从助理顾问一步步做到了首席执行官。在这期间，多纳霍结识了后来的易贝总裁梅格·惠特曼，两人曾同时效力于贝恩。惠特曼对这位老友的才华十分欣赏。

2005年，在惠特曼邀请下，已经是贝恩全球董事总经理的多纳霍加入了易贝。惠特曼将易贝的核心市场业务交给了多纳霍。在后者主导下，易贝完成了包括英国最大信息分类网站——Gumtree（橡树）在内的多项收购业务。2008年，多纳霍正式接棒梅格·惠特曼成为易贝的首席执行官。

2008年，对多纳霍来说是非常艰难的一年。易贝业绩连续下滑，过去一年里股价下跌了53%。多纳霍不得不实施“新政”。他决定推动易贝从拍卖网站向购物网站转型。2008年2月，易贝宣布下调面向大卖家的收费标准，此举使易贝当天股价上涨了10美分，涨幅约为0.3个百分点。

多纳霍的“复兴计划”让易贝转危为安。外媒报道，由于易贝业绩持续好转，该公司2012年给予多纳霍的薪酬（包括巨额的股权激励在内）高达2970万美元，比2011年的1650万美元增长80%。

然而，一心求变的约翰·多纳霍还是选择了离开。2017年2月，多纳霍宣布担任全球第三大信息技术运营SaaS（软件即服务）服务商ServiceNow（即时服务）的首席执行官。ServiceNow是一家企业云计算服务公司，多纳霍领导下的易贝曾是其客户之一。对于他的新职位，多纳霍说：“我觉得很荣幸。”美国《财富》杂志评价说：“这是一个令人兴奋的消息。”

“互联网+”带火旅游业

李贞 侯颖 时宏强

2018年“五一”假期，一款名叫“抖音”的短视频社交软件带火了一大批“网红景区”。携程旅游近日发布了“‘五一’十大网红旅游景点”，重庆洪崖洞、西安永兴坊、济南宽厚里等“新面孔”上榜，部分景区游客量最高增长超过300%。“互联网+”逐渐成为旅游行业增长新动能。

“网红景区”引来慕名者

坐落在重庆嘉陵江畔、仿巴渝传统建筑吊脚楼依山而建的洪崖洞是重庆市的一条仿古商业街。夜幕降临，依山临水的吊脚楼灯火通明，远远望去，神似日本动漫电影《千与千寻》中的奇幻城堡。

前段时间，“抖音”平台上涌现了大量关于“洪崖洞夜景”的短视频。这些视频来自游客的直观体验，配上动感的音乐，极富感染力，获赞无数。“五一”3天，洪崖洞吸引了超14万游客前来“打卡”。马蜂窝旅游网推出的“2018五一小长假境内热门景点top10（前十）”中，重庆洪崖洞跃居第二，仅次于北京故宫。

“排队2小时，摔碗5秒钟”是今年“五一”假期陕西西安永兴坊景区的写照。一碗酒喝干，“咣当”一声砸下去，烦恼烟消云散。在“抖音”上，以欢快质朴的《西安人的歌》为背景音乐，配合着“摔酒碗”的画面，西安永兴坊也成为今年人气爆棚的景点。当地店员称，一天能摔掉两个碗。

“网红景区”催生了巨大的经济效益。据重庆日报、携程集团联合发布的《重庆五一假期旅游大数据报告》显示，“五一”期间，重庆接待境内外游客1735.75万人次，实现旅游总收入112.48亿元，同比分别增长21.6%、30.5%。另一座“网红城市”西安在今年“五一”假期共接待游客1014.56万人次，同比增长69.05%；旅游业总收入为45.05亿元，同比增长139.12%。

根据文化和旅游部消息，“五一”假期全国共接待国内游客1.47亿人次，同比增长9.3%，实现国内旅游收入871.6亿元，同比增长10.2%。

在线旅游成为新风尚

“网红景区”背后是新一代旅游爱好者的崛起。携程大数据显示，今年“五一”假期出游人群中，“90后”“00后”占比达到35%，同比提升8%。这一群体热衷“抖音”等新生社交媒体，消费更加随性自由，也是在线旅游平台的忠实拥趸。

在线旅游逐渐成为一种新风尚。根据中国互联网络信息中心发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2017年底，在线旅行预订用户规模达到3.76亿，在线旅行预订软件使用比例达到48.7%。

“看攻略、订酒店、搜路线都可以在线完成，旅行可以说走就走。”“五一”期间，中国人民大学法学院大三学生鲍倩尝试了一次自由行，游玩了西安和成都两个城市。鲍倩对记者说：“通过在线旅行软件，日程完全由自己规划，可以在喜欢的地方多逗留一段时间，好好地享受美景与美食。”

“带100个胃都装不下的美食之都”“超详细海南骑行纪实”“二月到羊城过个冬吧”……每次旅游结束后，鲍倩都会在微信公众号上分享自己的游记和攻略。“写游记和攻略本身就是一件很美的事情，以后可以整合出一本书，把青春都放在里面。”鲍倩表示。

智慧景区助力优质游

“网络热度并不能让一个景区长红不衰，只有坚持后续开发才能留住游客。”重庆师范大学重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏表示，“被网红”之后，景区想要“保鲜”还需完善相应配套设施，提高接待能力和服务水平。

智能信息化正在不断提升景区的服务能力。《“十三五”全国旅游信息化规划》提出，到2020年，我国将努力实现4A级以上旅游景区免费无线网络、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等全覆盖。

今年“五一”假期，河南洛阳龙门石窟景区开展了“微信支付旅游狂欢节”活动，推行方便快捷的刷脸入园、微信购票。陕西智慧旅游服务平台为来陕游客提供了行前、行中、行后全方位信息服务，平台用户点击量达3.8万次。

在做旅游攻略时，借助虚拟现实全景，即可迅速了解景区全貌；游览景区时，开启智能导游系统后，自动语音讲解伴随全程；线上景区导览图可以让游客随时了解商店、厕所及服务设施的具体位置……这些智能化服务均来自智能旅游平台“有品旅游”。

“我们目前已经和全国2000家景区进行了深层次合作，未来将继续帮助更多的景区做智能化改造。”有品旅游首席执行官刘洋在接受采访时表示。

刘洋看来，景区的后续发展需要融合周边产业，多元化盈利将成为发展方向。文创、交互等二次消费的设施和产品会增加，而互联网在提高园区管理效率、改善用户体验上，将起到锦上添花的作用。

“在旅中和旅后的服务板块，互联网一定会更深层次发力，提供纵深化的旅游服务。未来的旅游业将是智能化、多元化和全域化的组合。”刘洋说。



4月30日，游客在重庆洪崖洞景区游览。新华社记者 王全超摄