

短视频催生旅游“新经济”

本报记者 汪灵犀

家住湖北武汉的刘丹今年暑期带着全家去了一趟位于青海的茶卡盐湖，选择去这里旅行并不是源自朋友和旅行社的推荐，而是某天在下班路上，她从一个短视频网站上看到许多网友来这里“打卡”，“天空之境”无比清澈美丽，顿时心动，随即成行。

近年来，短视频应用层出不穷，用户数量不断攀升。在娱乐功能之外，短视频借助短、新、快、奇的特点，逐渐成为旅游行业的一大有效营销手段，利用数字技术，带火了一大批旅游景区。业内专家表示，短视频改变了旅游业的“传统玩法”，催生了新的经济模式。



黑龙江省大兴安岭地区加格达奇区，游客在冰挂前拍摄。 魏建顺摄(人民图片)

百姓：跟着视频去旅行

早在几年前就有互联网专家判断，短视频是继图文、长视频、直播之后的又一个流量洼地。近日的一份研究报告则显示，2017年以来短视频行业持续火热，用户规模日益增长，发展空间较大，预计2018年将达到3.5亿多人。与庞大用户相对应的，则是短视频数量特别是播放量迅速攀升，一些短视频播放次数高达千万乃至数亿次。

新业态的涌现，为旅游经济带来巨大商机。“以前我不大喜欢出门旅游，觉

得在家上上网看看书就不错。但自从手机上装了几个短视频软件，每天翻翻看，心就开始痒痒。我特别想住云南洱海那种四周透明的在水上的房子，去南京吃一吃鸭血粉丝汤，到重庆感受一下穿楼而过的城市轻轨。”来自福建福州的刘小姐告诉记者，她已经在开始规划一场和老公去四川藏区的浪漫之旅。

湖北一家旅行社负责人张鲁达对记者说，从近几个月的营销来看，不少人主动上门，选择的旅游线路或目的地非常有针对性。“绝大多数直接带着短视频来，询问是否有相关旅游产品。”他说，客户选择产品类型更主张个性化、定制

化，对传统的跟团游线路不是很热衷。记者了解到，目前，不少旅行社也开始针对短视频中网友热捧的目的地和景区等设计旅游产品。

景区：开设账号推营销

某大型旅游网站公关部经理李秋妍表示，由于短视频录制简单、成本低廉，因此除了庞大的普通用户外，很多景区、地方旅游发展委员会等都纷纷进驻各大短视频平台，开设官方账号。

不久前，快手与张家界合作，推出“土家族3D头饰”魔法表情和定制歌曲，发起“全民发现张家界”短视频征集活动，上线一周超过2.7亿人次参与。抖音则选择与敦煌合作，利用平台流量、技术等优势对当地文化与风土人情转化包装，成效也相当可观。

有了“吃螃蟹的人”，后来者也逐渐跟上。广西旅游发展委员会启动了“广西旅游抖起来”等一系列旅游主题宣传活动，鼓励各旅游企业开通抖音账号，吸引更多的游客主动发布内容健康向上、生动有趣的广西旅游新媒体短视频，通过新媒体把广西旅游“吃住行游购娱”各要素展示给广大游客，让游客能够了解最美的广西，成为广西形象宣传员。

山东青岛也举办了“遇见·青岛”短视频大赛，宣传其“北京奥运会帆船比赛城市”“国际性港口城市”“国家历史文化名城”等名片。“获奖的短视频观众认可度高、传播力强，彰显了青岛的人文魅力。”主办方表示。

城市：重新发现闪光点

“城里人与城外的人，常常有互补的观察视角。许多重庆本地人不会想到，那些生活中稀松平常的山边建筑、过江索道，甚至是不便车行走的地势，竟会成为外地人眼中的亮丽风景。”重庆日报记者单士兵在短视频平台上发现重庆成为“网红”城市后，发出这番感悟。他认为，这是“山城”的趣味被无数观众一次次重新发现的过程。

其实不只是重庆，西安、成都等“网红”城市的变身之路也是如此，日常饮食被“吃货”们隔空垂涎，寻常巷陌中的一个街拍点就能迎来如潮的闪光灯……城市每个角落有趣的特色，被互联网不断放大传播。随着旅游消费升级，今天的人们不再简单满足于逛逛“到此一游”的名胜古迹，而对城市街头巷尾的特色景观充满探索和好奇。“直播、小视频更像是帮助人们了解的工具，城市本身拥有的特色资源、旅游产品、文化底蕴，才是吸引目光的根本原因。”单士兵说。

这对于发展城市旅游，其实相当具有启发意义，在新的消费模式到来时，城市也需要“重新发现自己”，多从别人的眼中发现自己看不到的闪光点。具体而言，一方面，在城市建设过程中要珍视历史风貌、传承精神内核，放大自己的特质，避免千城一面、千景一面。另一方面，要善于借助外力做好城市品牌形象管理，利用新技术新平台，整合宣传城市的个性与定位。

违法代购当休矣

彭训文

近日，广东珠海一网店店主因代购境外服饰且逃税300万元人民币，被法院判处走私罪，获刑10年并处罚金550万元人民币。这则消息引发舆论广泛关注。和这则新闻相关的是，在今年国庆节期间，网络传出一则“海关严查代购”的视频。视频显示，在上海浦东国际机场T2航站楼，有一个航班查出了100多名代购，这些人排着队等待交税。

代购、走私、逃税，这些词似乎成了如今海淘行业里无法忽视的词。细加分析的话，这其中需要厘清很多说法。

首先，微商、个人代购经营行为需要合法合规。一般来说，代购指在境外购买商品、在境内销售并从中赚取差价的行为。根据将于2019年1月1日实施的《电子商务法》，电子商务经营者从事跨境电子商务，需要取得采购国和中国双方的营业执照，还要依法足额纳税。而实际上，很多代购者并没有取得法定的经营许可，而是私下从事代购活动，且无相关资质，这不仅加大了消费者维权难度，也破坏了国家对外贸易管理规定，扰乱了跨境贸易秩序。

其次，代购的商品需要依法足额纳税。根据海关法，从海外购买回国的物品如果在免税额度之上的，需要向海关申报，并补足税款。而一些代购者在入关时谎报商品性质、低报商品价值甚至入境不申报，有的偷税漏税数额巨大，这就触犯刑法、海关法等法律。根据刑法规定，走私罪，走私货物、物品偷逃应缴税额10万至50万元人民币属于“数额较大”，50万至250万元人民币属于“数额巨大”，250万元人民币以上属于“数额特别巨大”，对应刑期分别为3年以下、3至10年以及10年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处罚金。广东珠海这名网店店主正是因为偷税漏税数额巨大而被判刑10年，并处罚金。

应该说，随着电商法实施，代购行业、电商行业将面临一轮重新洗牌，不合规经营者会出局。而对消费者来说，今后在购买商品时不仅质量可以得到保障，同时在售后维权等环节的权益也会得到保护。展望未来，非法个人代购时代将会终结，海外代购市场则会在法律框架内实现良性有序发展。

履行大行责任 助推小微企业成长 建设银行全面启动普惠金融战略

2018年11月15日，第191场银行业例行新闻发布会在北京召开，中国建设银行介绍了运用金融科技，破解小微企业融资难、融资贵，实施普惠金融战略，服务百姓安居乐业的情况。

小微活，就业旺，经济兴。金融作为现代经济的核心和血脉，是激发小微企业活力、助推小微企业成长的重要力量。作为国有大型商业银行，建行认真贯彻党中央、国务院决策部署，全面启动普惠金融战略，基于对小微企业需求的理解，借助新兴科技，重构小微金融服务模式，拓展金融服务广度和深度，以商业可持续发展的方式，为百姓安居乐业服务。

截至2018年9月末，建行小微企业贷款余额1.49万亿元，贷款客户87.4万户，较年初新增26.9万户，增长44.39%，累计为170多万户小微企业提供超过6.4万亿元信贷资金支持。

实施普惠战略 打造银行经营新格局

针对小微企业需求，建行着力探索金融解决方案，培育市场发展新空间。

以支持小微企业发展为己任，建行聚焦“双小”（小行业、小企业），提出普惠金融、住房租赁、金融科技“三大战略”，打破思维定式，引导全行将战略重点转向大众市场，深度拓展小微、双创、涉农、扶贫、住房租赁等民生领域，用普惠金融可复制可持续的模式，建立长效经营机制。

围绕服务“双小”，建行加速普惠金融服务体系构建。建立长效性政策机制，在机构设置、人员安排、资源配置、绩效考核等方面予以倾斜；建构由上而下的普惠金融组织体系，广泛调动各基层机构力量，提高网点普惠金融服务能力。



建行客户经理向客户详细介绍小微快贷业务办理流程及条件

运用金融科技 构建普惠金融新模式

针对小微企业特性，建行运用新型金融科技，打造数据化、精准化、自动化、智能化的普惠金融服务新模式，破解小微企业征信难题。

资信不完整是制约银行服务小微企业的重要原因之一。建行运用大数据手段，打通全行不同渠道、不同部门数据壁垒，实现对小微企业和企业主信息系统整合，同时联动税务、工商等外部公共信息，精准分析小微企业生产经营和信用状况，为小微企业融资有效增信，围绕小微企业实际需要创新定制系列产品。

为了提效降本，建行创新“小微快贷”，构建“一分钟”融资、“一站式”服务、“一价式”收费的“三个一”信贷模式，实现自动化审批。“三个一”即一分钟以内完成贷款申请到支用全流程操作；通过“建行惠懂你”APP实现在线测额、预约开户、身份认证及贷款申请、签约、支用、还款等一站式办理；除贷款利息外，无担保、过桥等费用，随借随还，按日计息，一次定价，费用全清。

风险管控方面，建行将风险底线和风控标准嵌入系统，建立大数据选客控险、模型化系统排险、智能化预警避险等全流程风控机制。大数据和银行长期风控经验的耦合，确保了小微信用体系的稳健性。以贷后预警为例，通过实时监控，可以及时发现并处置，减少坏账损失。截至目前，“小微快贷”已累计为超过45万客户提供5300多亿元贷款，不良率保持较低水平。

发挥大行优势 拓展普惠服务新空间

建行发挥客户群体庞大、经营板块多元、渠道网络丰富等优势，积极推进与政府、核心企业等合作，不断拓宽普惠金融服务覆盖。

建行创新供应链网络银行服务，以近2万户大企业客户为基石，借助其平台、渠道、信用、链条优势，通过信用转换和交易增信，实现对产业链上下游小微企业的融资服务。目前，建行已与630余家核心企业合作，累计向2.47万家链条企业发放近4500亿元网络供应链信贷资金，其中80%是小微企业。

农村服务方面，建行面向尚未覆盖的县域农村推出“裕农通”服务，创新与供销社、通信公司、卫生诊所等合作，打通农村服务“最后一公里”，为农户及涉农小微商户提供集“存贷汇缴投”于一体的综合金融服务。截至2018年9月末，全行建立“裕农通”普惠金融服务点12万个，覆盖全国31个省、自治区、直辖市，服务活跃农户1016万户。

依托科技创新中心、创业创新金融中心等专业平台，建行整合资源，针对科技型企业推出“FITO·飞拓”科技金融综合服务方案，创新“技术流”专属评价体系，综合考量企业专利数量、专利技术含量、科研人员占比等独有特性，实现金融产品量身定制。

此外，建行还创新性地将普惠金融与精准扶贫有机结合。依



建行河北廊坊分行积极扶持小微企业发展壮大，定期深入企业了解生产经营情况

托“善融商务”电子商务平台，为贫困地区小微企业提供电商销售增收获利机会；建设智慧城市平台，为政府提供全事项、全流程、全覆盖、全场景的政务便民综合性服务平台，为社会各界帮助困难群众创造条件。

全面规划布局 赋能社会发展新生态

除信贷服务外，建行持续发挥集团优势，不断丰富普惠金融内涵，拓展服务外延，输出非金融增值服务，为企业、同业和社会等赋能。

建行成立建行联合大学，建立职业教育联盟，打造企业家、创业者商学院，助力企业发展成长。2017年以来培训小微企业主31.8万户，计划到2019年培训数量突破一百万户。

在服务模式创新方面，建行利用技术系统的领先优势，帮助中小银行提升技术系统以及数据整合、数据挖掘能力，引领同业共同发展小微企业融资业务，提升金融体系对小微企业融资的供给能力。

此外，建行通过资源输出、数据支撑、运营辅导和模式优化等形式构建金融生态圈。与专业媒体、高校合作发布普惠金融蓝皮书和普惠指数，推动产学研跨界协同，打造我国普惠金融运行状况的晴雨表，为普惠金融产品、模式、机制创新提供决策支撑。打造劳动者港湾，为环卫工人、出租车司机等户外工作者歇脚停靠提供便利，在潜移默化中塑造企业服务文化。

建行将在普惠金融领域坚持久久为功，培育经济发展新动能，为大众安居乐业、建设现代美好生活贡献更大力量。

数据来源：中国建设银行