



全域旅游与媒体融合峰会即将召开,嘉宾热议—— “媒”“旅”如何比翼双飞?

■ 本报记者 易建阳 李佳飞

全域旅游与媒体融合峰会召开在即,今天,前来参加峰会的旅游和媒体业界嘉宾陆续抵达海口。全域旅游示范区如何创建?媒体在全域旅游创建中如何作为?嘉宾们满怀期待,希望在这次峰会上,通过交流互动取长补短、凝聚共识。

取长补短 交流经验

今天中午,湖北省宜昌市安远县旅游委副主任石泓斌刚抵达酒店,就忙着修改发言稿。

“这次我将介绍安远县在全域旅游创建中所做的一些探索,但主要还是来学习其他省及市县的好经验。”石泓斌说,从参会嘉宾名单来看,还有一些国家旅游智库

专家将到峰会现场并发言,这对他们创建全域旅游示范区具有指导意义。

石泓斌介绍,安远县是楚文化发祥地之一,县域内森林覆盖率高,自然资源丰富,有长江流域少见的丹霞地貌。“安远县的全域旅游创建主要是从2013年开始,当时要求所有的工程都要按照景观化建设,包括桥梁、公路、水利设施以及工厂等。经过几年的坚持,游客大幅度增长,而且80%以上是自驾游客。”石泓斌说,安远县全域旅游的思路已经初步形成,全域旅游的观念也逐步被群众接受,但如何利用媒体进行旅游推广,安远县还在摸索中。这次峰会恰好提供了良好的交流契机。

“礼泉县旅游资源丰富,这里有昭陵等古文化遗址20多处,县域内的袁家村可以说是乡村旅游开发的典范。”陕西省咸阳市礼泉县县委书记王强民说,袁家村的乡村

旅游异常火爆,去年接待游客达760多万人次,光春节期间就接待100多万游客,最多一天接待游客20万人次,村民的年人均收入超过50万元。

一花独放不是春,百花齐放春满园。“袁家村2014年被评为全国十大美丽乡村,旅游发展得到业内认可,现在礼泉县其他地方也在尝试复制袁家村经验。”王强民告诉记者,他们希望整合礼泉湖、昭陵等旅游资源,打造更多的“袁家村”,分散相对集中的游客,实现全域旅游。

共同转型 凝聚共识

参会的嘉宾中,还有国内多家主流媒体的精英。他们非常关注如何促进全域旅游与媒体融合,加快两者共同转型升级。云南和海南一样,都是旅游大省,两省

主流媒体在探索全域旅游与媒体融合方面,走在全国前列。“这次海南日报报业集团抓住先机,联合相关单位,借助博鳌亚洲论坛年会平台,举办全域旅游与媒体融合峰会,给大家提供沟通交流的平台,是很好的策划,机会难得。”云南日报报业集团旗下的云南网总经理、云南报业旅游传媒有限公司董事长段义松这样说。

段义松介绍,云南日报报业集团旗下的报纸、网站都开辟了专门的旅游板块,其中《春城晚报》每周刊发16个旅游版,包括行业新闻、资讯以及广告。

“去年,集团对云南日报、春城晚报以及云南网的旅游板块进行整合,成立了云南报业旅游传媒有限公司,先从内部进行融合,然后开拓外部业务。”段义松认为,在全域旅游发展背景下,媒体在实现内部资源整合的前提下,还应涉足旅游行业,真正

实现媒体与旅游产业的融合。

2014年,云南日报报业集团控股云南省中国旅行社,2015年,完成全部收购,成为集团的全资二级企业。集团还投资控股云南两个4A级景区。2015年,云南日报报业集团确定5大产业布局,旅游就是其中之一。去年,集团的旅游产业收入超过1.5亿元。

“我们集团的报纸、网络都有专门的旅游板块,但与旅游产业的融合发展还比较欠缺,海南建设国际旅游岛,旅游产业是重要的支柱性产业之一,在发展全域旅游,以及推进全域旅游与媒体融合方面,有很多地方值得我们学习。”陕西日报传媒集团党委书记、董事长、陕西日报社社长张仁华说,相信借力此次峰会,会有更多主流党媒树立担当意识,为推进全域旅游与媒体融合凝聚共识。

(本报海口3月24日讯)

嘉宾热议“互联网+”与“+互联网”

线上线下深度融合是未来趋势

■ 本报记者 梁振君

在昨天下午举行的IT领袖圆桌——“互联网+”与“+互联网”分论坛上,30位传统行业和IT行业CEO共同探讨“传统行业与互联网融合”带来的商业机会。

尽管与会嘉宾意见不一,但大家都有一个共识,即智能化将成为未来互联网发展大趋势。

深度融合创造新发展

“互联网+”是互联网对传统行业的渗透与融合,但并非二者的简单相加,而是要依靠互联网平台、互联网思维打通传统行业的“任督二脉”,对传统行业进行思维模式和经营模式的颠覆,进而让二者深度融合,创造新的发展生态。

“比如说箱包行业,喜欢新秀丽品牌的客户可以直接在公司平台上预定他们想要的箱包,可以按照客户的个性

化需求直接定制,中间去掉很多中间商,让以往被中间商吃掉的利润回流到工厂和工人手中,‘互联网+’对传统行业的改良显而易见。”新秀集团董事长施纪鸿说。

“互联网对于金融业的发展主要是促进作用,但不会改变金融的本质,它对金融业的影响主要是两个方面。”全国人大财政经济委员会副主任、中国人民银行原副行长吴晓灵认为,一方面对传统金融业的搜集、风控、服务等有很大的促进;另外一方面,开辟了很多过去传统金融服务业难以企及的层面。她认为互联网对金融业影响最大的是支付方式。

也有部分嘉宾认为,互联网极有可能颠覆传统行业。

“1号店去年被沃尔玛全资收购。原因有两个:第一,预防网上超市颠覆传统超市的危险;其次,沃尔玛作为传统零售业的巨头,也在不断探索如何和互联网结合。”1号店副总裁、总法律顾问高唤栋说。

传统企业一定要做好产品

互联网浪潮来势汹汹,传统经济如何应对?

“传统企业在互联网大潮之下的生存之道有很多。首先产品要有差异化的能力,品质、服务……传统企业一定要做好自己的产品。”三一集团高级副总裁、首席流程信息官贺东东说,其次,互联网并不仅仅是零售,从研发、制造到消费方式,只要充分发挥每一个环节的优势,传统行业在互联网大潮中仍会存活得很好。

“我们有很多互联网公司,也有很多‘+互联网’公司。从技术上讲,不管是‘互联网+’还是‘+互联网’,都能通过移动互联网、大数据、云、物联网为顾客提供更好的服务,同时对自身产品进行更新。”微软全球资深副总裁洪小文这样说。

与会嘉宾认为,单纯基于线上的发展模式已经接近瓶颈,未来的发展趋势必是线上与线下的深度融合。

中国互联网企业潜力巨大

前不久结束的AlphaGo与李世石的“人机大战”引起与会嘉宾热议,互联网未来发展趋势尤为引人深思。

“有篇文章认为,未来世界产业分为三个维度,第一维是传统产业,第二维是互联网产业,第三维是智能科技产业。Google未来在三维科技产业已经进行非常强大的布局,而中国企业,特别是百度为首的互联网巨头企业都是在二维互联网产业进行布局。”乐视联合创始人、副董事长刘弘说,三维的智能科技产业是乐视一直在倡导和推广的,乐视称之为“互联网生态科技”。

百度总裁张亚勤说,百度投入很多资源研发百度人工智能深度学习的引擎,该引擎是全球最大的。虽然中国企业跟美国企业在技术、研究、视野等方面存有差距,但中国的互联网企业发展前景和潜力巨大。(本报博鳌3月24日电)

海南日报两大特刊受参会嘉宾热捧

容量丰富 视角独特 观点深刻



本报博鳌3月24日电(记者陈蔚林)今天送到博鳌亚洲论坛2016年年会现场的《海南日报》比往日都要厚重。大型特刊《走笔“博鳌+”》和《春天的约定·普惠金融博鳌特刊》随报发行,捧在参会嘉宾的手上沉甸甸的。

这个“沉甸甸”指的不仅仅是报纸的重量,更是这两份特刊蕴含的价值和意义。其中,《走笔“博鳌+”》充分展现了15年来论坛擘划海南前行、献策中国发展、促进亚洲合作、影响世界经济的不凡历程;《春天的约定·普惠金融博鳌特刊》,则以博鳌亚洲论坛2007年年会上的“拉勾约定”为始,关注海南农村小额信贷模式的9年发展历程,剖析普惠金融海南样本,助力精准扶贫。

“这两份特刊虽然厚重,但因为文字清新、版面简洁、图表丰富,给读者提供了很好的阅读体验,让我们能够读得下去、读得进去。”年会议程紧张,但不少嘉宾还是停下脚步利用空余时间细细阅读特刊。他们普遍认为,这两大特刊既放眼全球大势,也情牵广袤乡野,充分体现了容量丰富、视角独特、观点深刻的特点。

3月24日,博鳌亚洲论坛年会会场,海南日报推出的特刊大受欢迎。

本报记者 陈元才 摄

民营企业圆桌会议聚焦创新发展

共享经济时代需要抱团发展

■ 本报记者 罗霞

随着民营经济对于经济发展贡献的快速提升,民营企业生存与发展的生态圈日益复杂和多元。面对经济新常态、发展新生态,在昨天上午举行的博鳌亚洲论坛2016年年会民营企业圆桌会议上,与会嘉宾畅所欲言,各抒己见。

中国企业进入生态圈年代

德勤中国首席经济学家、合伙人许思涛在会上分享了一份关于中国民营经济生态圈的研究报告。报告显示,中国的企业已经进入一个生态圈的年代,不再像过去一样“把产销的环节解决了,就可以做很好

的业绩”。如今,利益相关者是共生的关系,有时候是竞争,有时候是合作。“在这些新环境下,不能按照老观念去做生意。”

远东控股集团有限公司董事局主席蒋锡培建议民营企业面对新渠道、新技术,改变原来的经营模式和营销方式;拥抱互联网、物联网;把质量和品牌进行很好的落实;根据个性化需求,把新的渠道和新的需求进行快速对接;利用技术的优势,争取更好的效益。

共享经济期待配套政策

前来参会的约40位民营企业家,在会上就8个涉及商业环境的问题进行了投票。投票结果显示,大部分企业家认

为今年的企业经营环境不乐观,纷纷强调共享经济,强调人才和技术带来的挑战,希望相关的配套政策尽早出台。

谈及民营企业最关心的问题,与会4位民营企业代表分别给出了“公平”、“说到做到”、“市场化程度更高一些”、“保护知识产权”的回答。

耶鲁大学金融学教授陈志武表示,当前经济下行压力大,民营经济要对商业模式进行再思考、再调整。“粗放式发展的时候,什么都会赚钱,但现在不是。”

民营企业在共享经济的氛围下如何共生?在远大集团董事长兼总裁张跃看来,共享经济未来的发展势头将很猛,这是让每一个老百姓未来可以受益的经济行为,要强化资源共享。

抱团模式应对跨界挑战

在当前经济环境下,不少民营企业强调抱团取暖。“抱团发展后,可以搭建一个良好的资本运作平台,来解决分散问题,这样可以增强规模化。”中民投总裁李怀珍说,当前民营企业不缺资金,缺的是资金的集合。通过抱团发展,集合资金,形成规模后,人才就来了,两者可以得到很紧密的聚集。“未来几年,我们很看好跨界经营,这是一大机会。”

当前,一些行业需要去库存、去产能。帝海投资控股集团有限公司总裁李明强调上下游协同的重要性,要供给侧和需求侧相互配合,也要政策和制度配套。(本报博鳌3月24日电)

传递海南味道 实现网上营销

海南美食风情园

献上“国际名片”

本报博鳌3月24日电(记者侯赛)“这里的食物特别美味,人们非常和善。”日前,前来参加博鳌亚洲论坛2016年年会的波士顿咨询公司全球主席汉斯·保罗在“海南美食佳——海南风情美食园”享受了一次海南本土味道的美食后,临走时不忘分享桌上的美食园二维码给自己远在德国的亲朋。当他通过自己的朋友圈分享海南味道的那一瞬间,海南本土美食已经在这短短的几分钟内,走过了8000多公里的旅程,完成了一次华丽精准的国际化营销。

在海南风情美食园,满眼都是特色美食佳肴,大厨们一边为嘉宾介绍,一边娴熟地烹制美食。那层层叠叠的“海南味道”氤氲在宾客之间。

“除了微笑,相信美食是拉近感情的最有效方式。”国机集团董事长任洪斌多次参加博鳌亚洲论坛年会,他打趣道,“作为一个北方人,不用跑遍海南,就可以尝遍海南最本土特色的美食,真是令人兴奋。”

“美食战略”不光让与会嘉宾感受到了海南人民的热情好客,还让本土食品企业不花一分钱,就让与会嘉宾当了一回代言人。记者发现,海南美食风情园里的每一种小吃,甚至每一颗糖果的外包装上都印有二维码。前来参会的澳大利亚人Linda Lau告诉记者,每次来海南,都会买一些椰子糖或者椰浆香卷带回去,今年直接用手机扫一下小吃包装上的二维码就可以实现网上订购,很方便。

据了解,作为今年博鳌亚洲论坛年会主题活动之一,“海南风情美食园”活动由省外事侨务办公室、省商务厅、省农业厅、省食品药品监督管理局支持,执行单位为海南中远博鳌有限公司、罗牛山集团有限公司。该活动在为来自全球的嘉宾提供海南美食的同时,也为名优特产和美食文化提供了一个国际宣传平台。

博鳌亚洲论坛

“穿上”国货T恤

本报博鳌3月24日电(记者陈蔚林)3月底的海南,还没有完全摆脱“回南天”的闷热和潮湿。参加博鳌亚洲论坛2016年年会的嘉宾、志愿者和媒体记者们报到当天,他们就领到了论坛贴心准备的麻质T恤。记者了解到,去年就已经是论坛合作伙伴的浙江绍兴吉玛良服饰设计有限公司,今年又为参会嘉宾、志愿者及媒体记者送来了汉麻服饰品牌——“GIMARAS(吉麻良丝)”的蓝色、黄色、藏青色、紫红色等4种颜色的T恤衫。

“T恤衫采用的汉麻纤维不仅透气排湿,并且在抑菌方面表现尤为突出,是普通棉质面料的3倍左右。”谈到自己的品牌,董事长季国苗比起去年底气更足。在过去一年中,他率领团队对服装面料又进行了改革,使得其透气性更强、缩水性更弱、舒适性更佳。

据悉,该品牌创办9年多来,从原材料种植到纺织、设计、成衣、检验,每一个环节都不做外包。虽然这份“固执”让生产成本成倍增加,但季国苗认为,“只有把生产全过程把握在自己手中,才能确保每一个环节不出问题,精益求精。”

季国苗认为,“做好一个企业,要捧住‘三颗心’——信心、恒心、决心,才能不断以创新驱动品牌发展,长久立足于世。”季国苗急切地想改变部分消费者眼中“中国制造=粗制滥造”的偏见,呼吁民营企业携起手来,助推中国由“制造大国”向“创造强国”转型升级。

据悉,“GIMARAS(吉麻良丝)”不仅服饰产品广受欢迎,还涉足了新的领域,逐步推出面膜、卫生巾、尿不湿等产品。该品牌或于今年在海南开设品牌旗舰店,并为海南“岛服”制作厂家提供原材料,助力开发海南优质旅游产品。

(本报博鳌3月24日电)