

近日，国庆黄金周迎来返程高峰。面对集中庞大的客流，海口秀英港和新华港一改过去拥堵现象，港口通行秩序井然、有条不紊。如此现象广受好评，甚至得到央视点赞。何以如此？一个重要原因就是“预约过海”通行模式的推出。通过“预约过海”，借助大数据分析，原来短时集中的客流被分流到一天的24小时之中，有效推动了过海由无序向有序转变，极大提升了通行效率。通过此次过海，我们再次感受到了大数据的力量。

提及节假日过海，今年年初的“抗

雾保卫战”让很多人后怕。彼时，由于过海呈自然进出状态，缺乏计划性，再加上恶劣天气影响，使得车辆集中到港却无法出港，导致压港严重、通行受阻。一壅一整，长一智。随后，管理者向大数据要智慧、要效益，创新推出了“预约过海”通行模式。借助大数据，游客出行更加自主、可掌控，港口管理者做到了心中有数，不再如“无头苍蝇”，通行更加智慧、高效率。“预约过海”正是大数据带来的通行变革。

这不禁让人感叹，原来大数据还有如此妙用。眼下，社会节奏加快，网络全面普及，各类信息呈爆炸式增长，数据资源极为庞大。就拿旅游来看，有媒体形象地称之为“人在游、网在看、云在算”，现实中的旅游活动，早已

呈现于网络大数据中。可是，对这样一笔蕴藏丰富信息资源的大数据富矿，管理者却往往视而不见，面对层出不穷的社会问题，习惯于用老经验、老方法，结果后知后觉、陷入被动、穷于应付。基于此，如何运用好大数据，挖掘其“隐藏功能”，正是当前对治理者提升治理水平的一大考验。

今年4月13日，习近平总书记视察海南省政务数据中心，强调要强化互联网思维，善于利用互联网优势，用信息化手段更好感知社会态势、畅通沟通渠道、辅助决策施政、方便群众办事、做到心中有数。同时，希望海南继续在大数据建设上积极探索，创造更多经验。在加快建设自由贸易试验区和中国特色自由贸易港的大背景下，强化互联网思

维，推动大数据建设，对海南而言意义重大，是海南当好改革开放开拓者、实干家不可忽视的重要内容。

欣喜的是，不仅仅限于港口通行，大数据应用已经在不少领域展开，其“隐藏功能”正在逐步打开。例如，我省牢记总书记嘱托，全力打造互联网+防灾减灾信息平台，创新推出防灾减灾手机App和微信公众号服务，用信息化手段全面提升防灾减灾能力；再如，我省积极推动精准扶贫大数据管理平台建设，通过大数据精准分析帮扶举措、帮扶效果，助力脱贫攻坚加快推进……海南是旅游大省，又是网络重镇，大数据分析大有用武之地。我们要革新思维，在更多领域积极向大数据要效益、要生产力。

当然，大数据应用关键在“用”。

## 货真价实是景区的金字招牌

锐评

“十一”黄金周期间，记者选取曾因管理不规范等问题，被媒体广泛报道过的青岛、昆明等地进行回访。回访发现，各地监管力度加大，旅游市场秩序相对平稳，各种消费项目均实行明码标价。（10月7日《新京报》）

近年，青岛、昆明等地曾出现“38元天价虾”“强制消费”等失信宰客问题，不仅侵犯了消费者权益，也损害了当地商业信誉和旅游形象。经过监管部门和商家的共同努力，这些地方景区经营日趋规范，消费者权益得到更多保障，旅游形象得到一定程度修补，令人欣慰。

很多人都看过赵丽蓉、巩汉林等表演的春晚小品《打工奇遇》。“太后大酒楼”将二锅头兑水制成的“宫廷玉液酒”卖180元一杯，将凉拌萝卜美其名曰“群英荟萃”，定价80元一盘，对菜价虚高、欺诈骗客等问题进行了揭露、讽刺和批评。赵丽蓉在小品结尾则用“货真价实”四字秘方来教育商家守法经营、诚信立业。放到现在的市场环境里，该小品仍具有强烈的警示教育意义。

当前，一些景区为招揽游客想尽花招，笔者以为，货真价实、诚信经营

才是最可靠的“金字招牌”。如果景区失信欺诈问题较多，无异于自砸招牌，自毁形象，自绝门路。因为，每一次侵权行为都是对游客或潜在游客的疏离。久而久之，用脚投票的游客便会通过市场选择效应惩罚商家、惩罚景区，这是一种多输的结果。

市场发展的规律告诉我们，得消费者得机遇、得市场、得发展。而景区该怎样吸引、留住游客？就得靠诚信经营，靠全力维护消费者权益，给游客创造一种安全、公平、放心的消费环境。诚信经营才能实现商家、游客以及景区或地方的多赢，才是发展的长远之计。据报道，青岛的餐饮商家严格执行明码标价等规定后，打消了游客尤其是外地游客担心被“宰”的顾虑，很多餐厅外停满了外地牌照车辆，还出现了排队等号的情况。这就是诚信经营的良性反应，是景区发展的“良性循环”。

要做到货真价实、诚信经营，需要商家算准经营的大账和长远账，增强自律意识、法律意识、诚信意识，真正把消费者当做“上帝”，用经营细节的“真”与“实”取信。同时，监管也得“货真价实”，监管给了力，到了位，就一定能够擦亮景区发展的“金字招牌”。（李英锋）

时事图说



### 学生哪来的官威

据报道，近日，多所高校学生组织联合发起《学生会、研究生会干部自律公约》的倡议，要求学生干部牢记自己的首要身份是学生，牢记学生会、研究生会工作的本质是群众工作，坚决反对“官”本位思想和作风，彼此互相帮助、平等相待，不追求头衔、不装腔作势。

这则公约影响甚大，关注度之高，侧面说明一些高校“官气”确实挺严重。如果不看新闻，实在想不到一些学校“学长”已经叫

不得，须尊称“杨主席”，甚至“杨主席”也不是一般人能叫的。言必称“部长”“主席”，可谓“官威”十足。本该清静的学校沾染了“官气”，足见“官气”渗透力之强，不得不防。这正是：

主席部长一箩筐，  
官威官气进学堂；  
干部待遇全不少，  
仁义廉耻上了墙。

（图/朱慧卿 文/张成林）

## 本省新闻 | 关注2018陵水第二届旅游购物狂欢节

# 2018年陵水(第二届)旅游购物狂欢节落幕 参展商户收获多 消费扶贫效果好



2018年陵水(第二届)旅游购物狂欢节人气满满。 本报记者 武威 通讯员 陈思国 摄



市民游客在2018年陵水(第二届)旅游购物狂欢节展位选购商品。 本报记者 武威 通讯员 陈思国 摄

本报椰林10月7日电（记者徐一豪）为期9天的2018年陵水（第二届）旅游购物狂欢节10月7日落下帷幕。海南日报记者获悉，本次购物节的展销规模、持续时间、群众参与度、社会关注度均为历年来陵水类似活动之最，不仅参展商户收获满满，消费者也得到了实惠，成为陵水国庆黄金周期间的一大亮点。

本届陵水旅游购物狂欢节共吸引了来自岛内外的110余家企业参展，涵盖特色美食、农副产品、汽车家电、百货家私、度假酒店、旅游景区等诸多业态。陵水酸粉、蜜柚、圣女果、火龙果、百香果、贵妃鸡等农特产品纷纷亮相，奥田、本田、别克等13个汽车品牌前来助阵，受到展示市民和游客的热

烈欢迎。

据统计，此次展会共迎来观展市民游客近10万人次，现场销售额300万余元。此外，受此次购物节活动内容之一——“全城互动”活动影响，陵水各参与商家也宾客盈门。国庆七天期间，展会活动附近的海韵广场百货零售类销售306.1万元，同比增长61%，餐饮类销售324.4万元，同比增长50%。

本届陵水旅游购物狂欢节主打电商和扶贫两大主题。为助力打赢脱贫攻坚战，帮助贫困户拓宽销售渠道、缓解扶贫产品销售难问题，本届购物节专门设置了陵水（电商）扶贫产品展销馆、陵水特色产品综合馆，集中展销陵水贫困户、扶贫企业、农民专业合作社

生产的农副产品，以实际行动促进消费扶贫，助农增收。

活动期间，陵水（电商）扶贫产品展销馆、陵水特色产品综合馆成为众人关注的焦点。由陵水当地电商企业、电子商务协会、优质特色产品推广协会、农民专业合作社展出的香粉蕉、百香果、三色椒、菠萝蜜、沙干干、贵妃鸡等陵水本土特色农副产品，吸引了大量市民游客前来品尝、选购。

“我们的百香果、香粉蕉很抢手，带来的货几乎都卖完了。”参展商海南滴滴沃家生态农业科技发展有限公司董事长黄凌燕介绍，他们展销的产品主要是从陵水贫困户家中收购而来，每天早上采摘，非常新鲜，因而备受消费者青睐，“每天仅百香果的销售额就

有三四千元，不仅销量好，也让不少消费者认识了我们的品牌。”

陵水五星新型农民种养专业合作社，也是本届陵水旅游购物狂欢节上最“受宠”的展商之一。“现场卖出几百只鸡那不算啥，关键是以后的销路都不愁了。”该合作社理事长董儒林兴奋地说。海南日报记者，借助此次展会平台，他们合作社养殖的阉鸡、贵妃鸡被陵水一家大企业看中，签下了大订单。

拿下订单的参展商户还有不少。在本届陵水旅游购物狂欢节开幕式上，参展电商企业漫游谷（海南）科技有限公司就与陵水百佳汇商贸有限公司、海南分界洲旅游股份有限公司签订了合作协议，建立了长期的合作关系。

大数据数量巨大、来源分散、格式多样，让庞大的数据资源活起来，就要做好信息的公开与整合。因此，当务之急，要打通“信息孤岛”，借助人工智能、云计算等方式，做好信息的筛选与利用，让数据充分流动起来。在安全可靠的情况下，切实运用大数据提供更多差异化、个性化的公共服务，让虚拟数字更好地服务现实。

网络时代，善用数据者占先机。大数据不仅是新技术，更是全新的思维模式和工作方法。用好大数据，我们不仅能见微知著，防范于未然，还能抢占发展的“风口”，提升全面深化改革开放的质感。基于此，必须重视大数据，充分挖掘其“隐藏功能”，用大数据解决更多现实难题，推动社会治理革新。

微评

＠人民日报：即便“炒作”又如何？国庆假期，河南洛阳老君山景区推出的“一元午餐”引热议。无论“炒作”还是营销，“一元午餐”都有生存权。在景区天价餐备受诟病的语境中，一元餐不具推广意义，却切中游客心意。那些以坑人为能事的餐饮商家该不该羞愧？那些把游客当成唐僧肉

的景区是否该反思？聪明的景区一定善待游客，有人气还怕没财气？  
＠光明网：这两天，各地陆续进入国庆假期的返程高峰。但据媒体报道，有乘客抱怨说，自己搭乘的高铁列车莫名其妙地少了好几节，而自己的座位恰好就在没有出现的那几节车厢里，类似的情况还不只发生了一次。在无提前告知乘客的情况下，列车车厢却少了几节；对此情况，相关方面又缺乏足够的配套预警应对。说到底，这还是一个服务意识的课题。

＠新华网评：门票降价带火的不仅是景区。截至9月28日，各地已出台实施或发文向社会公布了981个景区免费开放或门票降价措施，其中5A、4A级景区占比超过7成。把门票价格降一点，敞开大门，满足更多人的旅游需求。同时也要做好做足文化与旅游融合工作，实现旅游产业的提档升级，推动景区景点的高质量发展。（张 辑）

来论

## 治理超标电动车 岂能罚学生？

舒圣祥

近日，山东菏泽多名学生家长反映，当地整治超标电动车却和学生的“道德品质分”挂钩：从9月16日开始，菏泽市在数条主要路段禁行超标电动车，而学校在配合政府宣传整治行动的过程中，通过对学生扣分来向家长施加压力。

整治超标电动车整到了校园里，要求学校向学生和家长送达《一封信》、签订一份《承诺书》和《责任状》。虽然教育局否认存在“将整治规定与学生分数挂钩的行为”，但是说实话，以处罚学生的方式施压家长，哪怕只在口头上说过，也极不合适。更何况，学校领到了来自上面安排的任务，具体落实中会否变质，其实很值得怀疑。

学校本来是教书育人的地方，但在现实中，总会收到各种与教育完全不相关的任务，比如整治超标电动车。这种做法值得商榷，让学校干了太多不该干的事，不仅分散了老师和学生太多的精力，也转嫁了相关部门的责任。

今年5月17日，《电动自行车安全技术规范》国家标准正式公布，由原来的部分条款强制制改为全文强制，对车速限值、整车质量、脚踏骑行能力等技术指标均作了调整完善。虽然要到明年4月才正式实施，但地方上积极作为，提前着手整治超标电动车，无疑值得肯定。

问题在于，要不要一刀切地禁行？因为按照“时速25公里以下，必须安装脚踏”等新标准，市场上多数的电动车也许都是超标的。相比公交车，电动车更方便，也不容易堵车。家长接送学生有出行需求。而且，很多家庭之前已经买了超标电动车，总不能让人立刻全扔了。超标电动车的现实存在，注定将会成为一个“历史遗留问题”，应该结合本地现实，慎重考虑，合理安排。

比如，不久前修改通过的《北京市非机动车管理条例》，对已经购买的不符合国家标准的电动车，设置了3年的过渡期。3年时间留给车主，既能避免出现大量浪费，也能减少个人损失，显然更为合理。

地方通过学校治理超标电动车，学校又通过学生施压家长，说白了，这是单纯追求速效的机械做法，有懒政嫌疑，而没有充分考虑市民的财产权益和现实出行需求。因此，少一些对权力的任性，多一些对权利的尊重；少一些速效的简单做法，多一些平稳的周全考虑，当是治理能力现代化的应有之义。

2018年10月8日 星期一  
值班主任：董纯进 主编：罗清锐 美编：张昕

## 开展“消费扶贫·助农增收”大行动 陵水力推 贫困户“土货出山”

本报椰林10月7日电（记者徐一豪）随着产业扶贫工作的扎实推进，大量扶贫农产品涌入市场，一些贫困户在喜获丰收的同时又面临销售难问题。为拓宽扶贫农产品销售渠道，使贫困户切实受益，日前，陵水黎族自治县全县范围内开展“消费扶贫·助农增收”大行动，通过充分发挥政府、市场和社会协同作用，助力打赢脱贫攻坚战。

据介绍，陵水“消费扶贫·助农增收”大行动将遵循坚持农民主体、市场导向和示范引领的原则，通过社会力量助推“土货出山”，确保全民共同受益，带动农户脱贫致富。

陵水将在该县英州、光坡、隆广、三才、本号等5个乡镇建设乡镇电商扶贫产业服务中心，完善功能布局，建成集线上推广、线下体验于一体的“消费扶贫”体验馆，重点展销当地特色扶贫产品，并利用该服务中心资源，开设“消费扶贫”微商城，建立扶贫产品大数据动态信息平台，为“消费扶贫”搭建产品信息资源库。

同时，陵水还将“走出去”营销和本地营销相结合，在省内外举办系列扶贫产品展销活动，进一步加大对陵水扶贫产品的宣传推广和品牌塑造力度，每年出省举办扶贫产品营销活动2场以上，在陵水本地举办展销活动4场以上。

此外，陵水还将借助农业龙头企业示范带头作用以及各地“菜篮子”系统的力量，推动陵水扶贫产品对接省内外大市场、客商渠道。通过开展扶贫产品进机关、进军营、进学校等消费扶贫行动，加强扶贫产品品牌建设等举措，助力全县扶贫产品有所销、销有好价。



2018年陵水(第二届)旅游购物狂欢节上的特色美食。 本报记者 武威 通讯员 陈思国 摄