

网上中国

云中漫笔

真假、安全都成搜索关键词

二手票务平台靠谱吗？

海外网 王法治

随着演出市场进一步繁荣，互联网技术加快普及应用，为买卖双方创建自由交易环境的二手票务平台也开始野蛮生长。据了解，二手票务平台自称汇聚主办方、各级票务公司和个人闲置等票源，票品由卖家自行定价和供应，平台本身不对票品定价。然而，由于票源复杂且无通行票品质检措施，二手票交易市场展现“天价票”，也滋生了不少诈骗事件。

对此，专家表示，治理二手票务平台的行业乱象要坚持源头治理、多措并举，通过建立行业自律组织，制定出一套关于价格浮动、消费者服务标准、卖家管理标准等行业新准则，形成常态化的规范与监督机制。



某二手票务平台的票务信息截图

某些二手票务网站真能忽悠

票品保真、无票赔付、假一赔三……如今，随便打开一个票务网站，消费者很容易就能看到这些宣传标语。然而，不少用户发现，真实的用户体验并不像某些二手票务网站描绘得那样美好。一些消费者在网上下了单却迟迟等不到发票，一些消费者选择现场取票却发现票是假的，再想调换已经错过了演出时间，还有一些消费者扫描票品二维码验证为真票后爽快付钱，谁知这些二维码却是从真票上“克隆”来的，根本不匹配票码。

业内人士表示，票源混乱是导致二手票务平台假票频出的原因之一，目前的演出票务分一级票务市场和二级票务市场，一级票务市场票源来自演出主办方，安全

性比较高。而二级票务市场包含各类票务代理分销商、二手票务平台、票务代理商以及地域性的个人代理“黄牛”，票源非常复杂，在票务的层层分销、代理中，难免掺杂着假票，再加上没有官方验票的质检环节，导致一些假票难以被剔除，最终流入消费者手中。

早在2017年7月，原文化部就下发了关于规范营业性演出市场经营秩序的通知，要求进一步加强营业性演出票务市场的监管，保护消费者合法权益。2018年，文化和旅游部开展违规票务网店专项整治，对2600多家网店进行专项清理，在北京、上海等19个地区查处143家违规从事票务经营活动的网店。然而，每过一段时间，虚假宣传、随意溢价、票源不明、交易模糊等痼疾就会重新发作。

“二手票务市场的种种乱象痼疾难除，很大程度上是文化产业蓬勃发展过程

中供求关系失衡的问题。”中国社科院信息化研究中心秘书长、信息化与网络经济室主任姜奇平表示，整改不能一阵风，要逐步探索建立常态化的规范与监督机制，同时充分发挥市场的作用，提供能有效甄别假票的相关服务。

“这跟黄牛也没什么两样”

二手票务平台究竟是不是“黄牛”？纵观整个二手票交易市场，热门演出加价购票似乎成为常态，但是对于加价幅度却没有相应的要求。

业内人士指出，本来二手票务平台是对传统票务平台的补充，使票务经营模式更加多样、渠道手段更加便捷。但现状却变成消费者在一级票务市场很难购买到热门演出票，大量的票都流入二手票务平台销售而且加价幅度不设限。“这跟黄牛也没什么两样。”一位演出行业分析人士表示。

事实上，为了获取更多的利润，一些二级票务代理、演出商会与“黄牛”已经形成一条利益共生链，炒高票价后，所有参与者都能分一杯羹。专家指出，囤票捂票炒票、虚假宣传、交易不透明等违法违规演出票务经营行为严重损害消费者权益，扰乱演出市场正常秩序。

如何维护行业秩序？姜奇平认为，市场、行业、政策三方面应协同发力，多策并举。一是要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，让消费者拥有更加充分的选择空间；二是票务行业需要建立行业自律组织，制定出一套关于价格浮动、消费者服务标准、卖家管理标准等新的行业准

则；三是有关部门要加大对平台的监督、检查和处罚力度。

“必须给二手票务平台立规矩。”姜奇平表示，以分销为主的二级票务市场之所以成为票务问题频现的重灾区，很大程度上是行业缺少相关规范。

对二手票务平台不可放任

随手搜索“二手票务平台”，首先跳出的是“真假”、“安全吗”、“靠谱吗”这类关键词，可见种种乱象的出现对消费者的信心产生了极大影响。在此情形下，如何构建更规范的平台、提供更好的服务，成为二级票务面临的考验。

目前国内有40余个演出售票平台，其中10余个从事二手票交易或者开启二手票交易业务。业内人士指出：“构建健康公正的票务交易服务平台需要更多的企业共同推进，积极履行平台监督、引导交易规范化。”以二级票务市场的头部玩家摩天轮票务为例，其相关负责人表示，摩天轮票务希望在相关监管部门的指导下，建立行业自律组织，完成二级票务市场的不断优化和调整。

“票务平台应当坚持诚信经营、承担社会责任、坚守商业道德规则。”姜奇平认为，对一级平台来说，不能一放了之，对票的流向要有清晰把握；对二级平台来说，更不能见利忘义，承担社会责任才能走得更远。

“让更多消费者重拾对行业的信心，享受更满意的价格，走进更多的现场，才是我们创业的初心。”一位二手票务平台的工作人员说道。

网剧的中插广告不能『无下限』

栾雨石

如今，越来越多的网络剧偏爱使用中插广告的形式，作为“调节剂”。所谓中插广告，是指在正片之外，由剧中人物饰演30~45秒的广告情景短剧。一集剧作一般对应一条中插广告。由于中插广告既不像传统电视广告一样生硬，也不像植入广告一样烦人，再加上运用悬疑、喜剧等多种手法，因此中插广告往往能够和剧情相融，受到观众欢迎。

然而，中插广告越来越缺乏创意，强行插入的行为也严重影响了人们的观感。之前有编剧吐槽，自己改编的作品，被加入了很多中插广告，却完全没有和原作搭调，让人十分出戏。很多网友表示，现在的中插广告徒有其表，只剩形式，缺乏内容。

从“人见人爱”到“人见人嫌”，中插广告可谓“冰火两重天”。究其原因，一方面由于很多中插广告都是在剧集制作完成时才开始植入，广告制作方与剧集导演之间缺乏沟通。比如现在让古装人物推荐现代产品的中插广告越来越多，往往十分生硬，跟剧情割裂明显。另一方面，现在很多剧集为了吸引金主，极尽吹捧之能事，将牵强附会的解读生硬地嵌入逻辑之中，贻笑大方。比如某电视剧推出的中插广告：三个女孩深夜到饭馆吃饭，一番选择下居然点了某品牌方便面，并摆出一副享受至极的夸张表情，着实让人哭笑不得。

实际上，在笔者看来，网络剧青睐中插广告无可厚非，毕竟对于现下成本走高、体量变大的影视剧而言，植入广告依然是资本回笼的关键路径之一。但不管是网络剧，还是中插广告，都不应该成为粗制滥造的代名词，创作者、广告方都要有一颗想做优做好的心。中插广告本质上是一种艺术形式，必然要以内容质量为先。要把精力放在文案创意上，用精彩的故事表达广告需求。这既是对原作和创作者的尊重，也是对观众的尊重。

此外，作为植入广告的一种，中插广告本身不该被千夫所指，真正应当被批判的是唯利是图的浅薄目光和浮躁心态。不管背后的资本力量有多么雄厚，内容之上的底色都不应该变质。政府有关部门应该关注植入广告的规范问题。剧情与广告的互动，也应当置于法治框架之下。多管齐下，方能共同促进中插广告的健康发展。

互联网大咖秀

威廉·阿梅里奥：

爱健身的网络公司高管

海外网 刘金鹏



威廉·阿梅里奥曾担任戴尔（Dell）公司高级副总裁和戴尔亚太及日本业务总裁，在他任职期间，该地区销售增长了一倍多，第三方客户满意度调查也表明该地区服务水平有显著提高。

阿梅里奥拥有理海大学（Lehigh University）的工学学士学位以及斯坦福大学的工商管理硕士学位。他认为，对一个企业管理者来说，最重要的资源就是人，一家优秀的企业应该关注人才发展。

大学毕业后，阿梅里奥于1979年加入IBM（国际商业机器公司），开始了他的职业生涯。从1979年到1997年，阿梅里奥担任过一系列的高级管理职务，他曾是IBM个人电脑业务部负责全球运营的总经理。

1997年至2000年，阿梅里奥担任Honeywell（霍尼韦尔）公司运输及动力系统部门的总裁兼首席执行官以及AlliedSignal（联合信号）公司涡轮动力系统业务的主管。在阿梅里奥的领导下，涡轮动力系统业务翻了一番，实现销售额10亿美元，成功执行了收购业务的整合。从2000年到2001年，阿梅里奥是全球关系管理技术公司NCR公司的执行副总裁兼首席运营官，负责该公司两大业务之一的零售及金融业务。

阿梅里奥喜欢通过健身来缓解压力，他表示：“你会感到充满能量，健身像魔法一样有效。”阿梅里奥是接受过IBM训练的典型职业经理人，为人言行谨慎。他也被凭业绩说话和严格执行成本控制的戴尔打磨过，可以用“极为务实”“很懂业务”来形容他，他的气质很接近互联网企业的本质。

阿梅里奥的身上有一种让他不同于其他高管的特质，那就是靠谱。他在回答问题时逻辑严密，喜欢用实例证明自己的观点，善于理解和使用数据。有同事评价他是一个效率极高的人，“你在会议上向他提出要求，希望得到帮助，他会说请等几分钟，然后一边思考一边发邮件。一眨眼的工夫，邮件写好发出去了，等到会议结束，阿梅里奥答应帮下属办的事情也已经办好。”

信息壁垒和信息孤岛要打破

大数据，这座“钻石矿”挖不完

海外网 李连环

“智慧赋能”，经济新引擎

“5G、人工智能、大数据、移动互联网、物联网及云计算等的协同融合点燃了信息化新时代的引擎，为消费互联网向纵深发展注入后劲，为工业互联网的兴起提供新动能。”中国工程院院士郭贺铨表示，被看作互联网下半场的工业互联网刚刚起步，现在正处于互联网发展的新旧动能接续期。

贵州地处中国西南地区，素有“八山一水一分田”之说。作为全国贫困人口最多、贫困面积最大的省份，贵州是中国脱贫攻坚的主战场。2018年，贵州地区生产总值增长9.1%，连续两年增速位居全国第一。贵州省委副书记、省长谌贻琴说，贵州已经尝到了大数据的甜头，大数据这座挖不完的“钻石矿”，璀璨夺目，潜力无限，“富矿”还在后头。

今年政府工作报告提出“打造工业互联网平台，拓展‘智能+’，为制造业转型升级赋能”。工业和信息化部副部长李伟表示，在新一代信息技术和制造业深度融合发展的背景下，工业互联网已成为拓展数字经济发展空间、促进产业转型升级、推动经济持续增长的重要引擎。中国信息通信研究院近日发布的《中国数字经济发展与就业白皮书（2019年）》显示，2018年，中国数字经济规模达31.3万亿元，占GDP比重为34.8%。

“治数造林”，数据有生命

“治数造林听起来很像植树造林，实际上二者有异曲同工之妙。”在浙江大数

全球大数据发展第五次进入“贵州时间”，一年一度的中国国际大数据产业博览会（数博会）日前举行。本届数博会以“创新发展，数说未来”为主题，吸引了61个国家及地区外宾参会，包括诺贝尔经济学奖获得者保罗·罗默、图灵奖获得者惠特菲尔德·迪菲、美国科技杂志《连线》创始主编凯文·凯利等，惠享大数据发展成果。



在工业互联网成果展上，参观者在看中国移动推出的5G工业互联网。资料图片

据发展管理局数据资源组组长徐颖看来，数据是有生命力的。徐颖说：“有统计显示，群众去政府部门办事，一次准备齐全材料的概率不到30%，而这些材料绝大部分来自政府部门。”如何让“数

据多跑路，群众少跑路”？李克强总理谈放管服改革时曾强调，伤筋动骨也要做到六个一：企业开办时间再减少一半；项目审批时间再砍掉一半；政务服务一网办通；企业和群众办事力争只进一扇

门；最多跑一次；凡是法律法规规定的一律取消。

“80%的数据掌握在政府手中”，上海市大数据中心数据资源部负责人刘迎凤说，“公共数据不仅要满足政府自身的共享需要，同时也要面向社会开放。但是各个部门开放数据过程中，很多数据不愿意开放，最大的压力就在于数据开放的安全问题。”

“近年来我国政务信息化进入了数字化深度融合的阶段。从数字福建到数字广东、数字浙江再到数字贵州、数字海南，各地信息化建设成果斐然。”国家信息中心副主任马忠玉提出，“数据层面要加快共建共享国家基础数据资源系统，以国家基础数据库共建共享为抓手，打破信息壁垒和信息孤岛。”

“人才洼地”，正在被填平

浩瀚宇宙中海量的电磁波信号奔向地球，汇聚到绿树环绕的“中国天眼”。而大数据如同一个无形“天眼”，正吸引越来越多的人才投身其中。

《中国数字经济发展与就业白皮书（2019）》称，中国数字经济吸纳就业能力显著提升。2018年中国数字经济领域就业岗位达1.91亿个，占当年总就业人数的24.6%。因为有大数据这面旗帜，“向黔进”成为时尚，“贵漂”成为潮流，贵州“人才洼地”一点一点被填平。

白皮书显示，2018年贵州数字经济增速和数字经济吸纳就业增速均列全国第一位。腾讯公司高级执行副总裁汤道生说：“随着数字产业融合越来越深，行业人才不足的问题也越来越突出，调查显示2020年至2025年，信息技术人才缺口呈上升趋势。”