



友聯銀行聯合來贊達、萬事達卡推出國內首張電商信用卡

本報訊：菲律賓友聯銀行（UnionBank）聯合來贊達（Lazada）、萬事達在週六推出國內首張「電子商務信用卡」。

「友聯Lazada信用卡」發行人說，這是唯一允許持卡人從Lazada電子商務平台的Lazada錢包信用額獲利六倍信用額度的信用卡，這個收益率也是其他所有信用卡中最高的。它說，持卡人在Lazada購買的每筆200元消費都可以賺取6個Lazada積分。

同時，持卡人在Lazada以外的所有其他

購物中，每消費200.00元，即可賺取1.00元。

友聯銀行總裁兼首席執行官愛德溫·包蒂斯塔說：「作為國內領先的數字銀行，我們對這種新的合作夥伴關係感到非常興奮，因為我們相信，新的友聯Lazada信用卡將使我們能夠滿足在這個瞬息萬變的數字經濟中菲律賓購物者日益增長的需求。」

該銀行表示，一旦申請獲利批准，持卡人很快收到虛擬信用卡，激活後便可使用它進行在線購買。

它說，用戶可以通過友聯銀行的UnionBank Online APP安全地查看虛擬信用卡，APP具有包括生物識別和一次性密碼（OTP）在內的安全措施。實體卡也將交付給持卡人，以進行面對面的銷售點交易。

Lazada菲律賓首席執行官Ray Alimurung說：「在我們致力于在菲律賓建立安全，包容的數字經濟的過程中，與友聯銀行合作是一種榮幸。隨著越來越多的人轉向Lazada平臺來滿足他們的需求，新的友聯Lazada信

卡將使菲律賓客戶能夠享受無現金數字生活方式，從而從購買中獲得更多價值。」

萬事達卡菲律賓地區經理Rowell del Fierro表示：「萬事達卡很高興與菲律賓屢獲殊榮的數字銀行和東南亞頂級電子商務平台合作，為菲律賓的電子客戶提供更多價值。友聯Lazada信用卡，彰顯了萬事達卡在全球電子商務領域的專業知識品牌及其對提供數字解決方案的持續承諾，以實現在線無縫和安全的購物體驗。」



京德高速河北段進入施工高峰期

8月8日，在文安縣大留鎮鎮京德高速ZT10標段建設現場，工人進行施工。近日，京德高速河北ZT10標段T梁預制在全線率先突破1000片，標誌著京德高速在橋樑建設中取得階段性突破。京德高速起於北京大興國際機場，經北京、河北、山東2省1市，全長約280公里。該條高速公路建成通車後將有力促進高速公路沿線的經濟發展，對提升區域路網服務水平，落實京津冀協同發展具有重要意義。

<新華社>

平潭國際旅遊島建設四週年：形成對台旅遊融合發展三大體系

中新社平潭8月8日電 「對台融合發展是平潭綜合實驗區最大的使命。四年來，平潭國際旅遊島建設聚焦對台融合，凸顯『擺渡人』作為。」8日，福建省平潭綜合實驗區黨工委委員、管委會副主任吳禮源在新聞通氣會上通報了平潭國際旅遊島的建設成果。

2016年8月8日，中國國務院批復《平潭國際旅遊島建設方案》。官方統計數據顯示，2016年至2019年，平潭累計接待遊客1744.1萬人次，實現旅遊收入167.8億元人民幣，年均增長分別為26.3%、31.4%，四年遊客接待量相當于2004年至2015年十二年接待量的1.8倍，四年旅遊總收入相當于2004年至2015年十二年總收入的7.6倍。

吳禮源表示，立足距台灣本島最近的區位優勢，以旅遊為橋樑、以文化為紐帶，平潭國際旅遊島建設推動形成了對台旅遊融合發展三大體系。

一是兩岸旅遊共同市場體系。平潭與14家台灣旅遊機構簽訂戰略協議，首創在台北、台中、高雄設立平潭旅遊推廣站，成為大陸唯一在台灣設立旅遊推廣站的地級市。2016年以來，台胞來平潭旅遊9.3萬人次，大陸遊客經平潭赴台26.1萬人次。

二是兩岸旅遊項目合作體系。平潭引進台灣知名團隊參與旅遊規劃策劃、項目建設、運營管理，特別是在鄉村旅遊、民宿經營、文創開發、民間演藝、國學研學、非遺傳承、賽事舉辦等方面植入台灣元素，加強常態化交流合作。

近4年來，台胞累計來平潭實習實訓、進行民間文體交流6500多人次。由台灣規劃團隊打造的北港村、磹水村、寨頂村等平潭美麗鄉村示範點、休閒漁業示範點和歷史文化名村，在保留本地特色的同時，融入了豐富的台灣元素。平潭還聘請台灣社區營造師

參與旅遊特色村打造，植入台灣元素打造鄉村游品牌。

三是兩岸旅遊更具活力的政策體系。平潭創新推出對台旅遊扶持政策，諸如台灣導遊在平潭執業、旅行社組織台灣遊客來平潭或大陸遊客經平潭赴台、台胞經營民宿等獎勵措施。平潭在大陸首創開展台灣地區職業資格標準比對與直接採信，已有128名台灣導遊取得執業資格，400多名台胞在平潭從事旅遊工作。平潭還出台福建首個地級市受理外商投資旅行社細則，引入了9家台資旅行社。

近年來，平潭也將影視產業作為國際旅遊島建設的「引爆點」。吳禮源表示，平潭將建設兩岸影視產業交流合作先行區，充分發揮對台優勢，促進建設台胞台企登陸「第一家園」，匯聚兩岸企業、人才力量，開發新產業、新模式、新業態，實現影視產業新發展。

哈囉出行聯合創始人李開逐：挺進共享單車3.0時代

中新社記者 李佳佳

ofo隕落，摩拜被「收編」，小藍單車銷聲匿跡，經歷了一場堪稱「慘烈」的行業洗牌，上海本土的哈囉出行作為「後來者」頑強地存活了下來。對此，哈囉出行聯合創始人、執行總裁李開逐在接受中新社記者獨家專訪時回應：「我們比別人幸運了一點。」

眼下，在三足鼎立的中國共享單車市場，哈囉單車佔據市場份額的「半壁江山」；在共享助力車領域，哈囉的市場份額還要更大一點，達到了六成。

早期的共享單車1.0時代，有錢就造車、造車就投放似乎是一條無需言明的「鐵律」，「重投放、輕運營」這樣的野蠻式成長方式漸漸讓大眾忘記了共享單車的初衷，隨停隨放所帶來的各種負面影響讓整個行業

不堪其擾。進入信用免押的2.0時代，燒錢的價格戰難以為繼，競爭更趨于理性務實，政府部門也加強引導與管理，讓行業逐漸回到「解決出行最後1公里」的問題上來。

李開逐認為，哈囉出行恰恰就是號准了這條脈。「當大家都去拚命花錢造車時，哈囉冷靜地思考，可能短期是看誰動作快，誰車輛多，但長期還是要看誰管理能力強，誰的效率高，誰的體驗好」。

2020年是一個特殊的年份，新冠疫情後，民眾的出行習慣發生改變，不少人更願意自駕、步行或者騎行出門，于是以共享單車為主的短途出行快速恢復。數據顯示，疫情後有超42%的用戶表示會增加使用共享單車，其中以通勤為主要目的的用戶擬增加使

用頻次更是超五成。

李開逐說，目前整個行業已恢復到疫情前的八九成水平。與此同時，共享出行更是呈現出與疫情防控相結合的新特點，比如整車消毒、錯峰出行等，其使用的半徑也在增加。

同時，共享出行的產業鏈也逐漸從單車向助力車延伸，這已經成為一種趨勢，有它的應用場景，「隨著技術進步，比如說續航能力，比如說5G帶來的更好的通信能力等，都會讓這個行業不斷地迭代和演進。」此前，在北方工業大學紀雪洪教授團隊撰寫的報告中也寫道，共享單車車型迭代，可為重新發現綠色出行益處的人們，更添一份騎行的動力。