

超半数老年人上网 我国银发网民规模达1.61亿人

本报讯 7月21日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第56次《中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》显示,我国老年群体互联网普及率达52.0%。截至6月,60岁及以上银发网民规模达1.61亿人。

(肖文)

消费日报

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

社零涨5% 科技当“顶梁柱”

7月21日,商务部消费促进司负责人谈2025年上半年我国消费市场情况时表示,新型消费蓬勃发展,“人工智能+消费”等受到青睐。据国家统计局数据,今年上半年,社会消费品零售总额达到24.55万亿元,同比增长5%。即使面对外部冲击和不确定性,科技仍为消费增长提供了强劲支持。

AI医疗:向精准普惠升级

“无医”诊室里,患者坐在医生以往的座位,而AI医生则通过电脑屏幕问诊。

这一幕不是科幻,而是现实。

去年11月,清华大学“紫荆AI医生”诊断系统上线。42位来自不同科室的AI医生登台亮相,诊治范围覆盖21个科室的300多种疾病。这些AI医生在虚拟世界24小时不间断看病,数天即可完成上万名“患者”诊治,还快速成长和自我进化。经过对约万名虚拟患者的诊疗,进化后的AI医生在诊断呼吸道疾病时取得了93.06%的高准确率。

以AI、手术机器人为代表的智能技术正在刷新医疗速度和精度。在北京积水潭医院,骨盆复位机器人突破世界最难手术,让13岁小姑娘重获健康;在安徽省合肥市包河区方兴社区医院,“智医助理”机器人系统充当医生“助手”,生成辅诊用药建议……

智能家居:向万物互联蜕变

今年全国两会期间,海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰被小米集团董事长雷军带火,收获开年最为意外的流量“富贵”。科技创新的基因则让海尔接住了“泼天”流量。

以海尔全自动油烟机为例,其采用光学烟雾感知科技和AI巡航增压科技,让用户告别净烟焦虑。

不仅是单品智能,科技创新浪潮正助推全场景互联互通、万物互联的全屋智能到来,勾勒出全新的数字生活空间。

广东省深圳市龙岗区推动辖区6个小区约7000套保障性住房试点应用全屋智能,智能中控屏实现“可视对讲”,各类家电互联互通。在山东省青岛市城阳区沟角社区,数字家庭智能化系统汇聚家庭智能设备,屋主点点手机,即可智能遥控空调、电视、窗帘。

“随着AI情感交互、场景化联动、

绿色节能等技术应用推陈出新,越来越多年轻消费者倾向于将家居消费聚焦于全屋空间数字化智能化。”中建科工创新研究开发院院长李任戈告诉记者。

当下,我国数字智能家电的创新态势席卷全球,海外“圈粉”无数,产品出口逆势上扬。6月9日,海关总署发布的《2025年5月全国出口重点商品量值表》显示,2025年1—5月,我国家用电器累计出口184253.4万台,同比增长6.1%,其价值约合410亿美元。多家企业表示:“订单多得做不过来。”

数字文旅:沉浸式体验再升级

“现在更加深刻地理解‘飞夺泸定桥’的‘夺’字从何而来。”在贵州省贵阳市红飘带长征文化数字艺术馆,来自广东广州的大二学生张莹说。展馆内,96处异形投影面打造了沉浸式体验场景:湘江战役的炮声震耳欲聋,泸定桥的铁索触感冰冷而真实……

“我们考察了诸多历史细节,运用先进科学技术,为游客提供更真实、更有互动性的体验,更好还原历史场景。”红飘带项目运营方贵州文旅科技副总经理柳阳说。

作为“敦煌迷”,来自甘肃平凉、年事已高的王永良习惯轻点手机屏幕,在家中“穿越”至1400多年前精妙绝

伦的壁画世界。

“现在只需要打开手机,借助数字敦煌平台,就能在家里以4K高清方式观看第285窟的壁画,甚至还能自由‘走进’藏经洞,重温那段历史。”王永良说。

技术创新是数字敦煌的“硬核”支撑。敦煌研究院运用三维建模技术、VR虚拟现实场景、游戏引擎的物理渲染和全局动态光照等前沿技术,为受众带来更生动、更丰富、交互性更强的数字文化体验。

从“看景”到“入画”,沉浸式文旅为消费市场注入强劲活力。2024年,以数字化为内核的文旅产业实现营业收入58902亿元,较上一年度增长9.8%。虚拟现实、增强现实等交互式的数字沉浸技术和各类传感器打破了时间地域限制,满足了游客沉浸式体验文化的需求。

“现代文旅让观众不再是被动的旁观者,而是成为故事的一部分,这种深度参与感让文化体验焕发新生。”中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋表示,未来还将出现高度定制化的沉浸式文旅消费场景。届时,消费者自身行为习惯和个性需求可以被完美匹配,科技与文旅的深度融合将带来更智能化、个性化的文旅体验。

(综合)



告别“低价” 让即时零售回归品质和服务初心

□ 肖睿平

日前,中国连锁经营协会向行业发出《关于规范即时零售市场秩序 联合抵制价格补贴“内卷式”竞争 促进行业健康发展的倡议书》,其核心指向明确——平台企业应停止以“流量倾斜”“搜索降权”等隐蔽手段变相强制商家参与价格补贴,商家也应主动远离“价格比拼”“补贴换流量”等短视行为,共同抵制损害行业信誉的价格战。

不难看出,当“补贴大战”成为行业常态,即时零售的竞争格局也逐渐“变味”。平台凭借强势垄断地位,通过构建看不到的数字围城绑架商家进行补贴;而商家被裹挟其中,看似“自愿”,实则身不由己。

当“不补贴即无流量”成为潜规则,市场选择的公平性无疑被腐蚀。更有甚者,平台通过格式条款与算法规则,将超出合理比例的补贴份额强加于商家,让规则成为绳索,牺

牲商家利润,这种分配失衡显然对市场健康发展造成严重伤害。

当平台与商家在补贴泥潭中相互消耗,整个行业也陷入一场没有赢家的“内卷”中。

对于商家而言,加入“补贴狂欢”无异于饮鸩止渴。表面看,“赔本赚吆喝”或许能换来短暂的流量激增,但当价格成为唯一筹码,商家在研发、品控、服务等核心能力上的投入必然被挤压。长此以往,企业失去差异化生存根基,只能在同质化泥沼中越陷越深。

消费者看似是“补贴大战”的短期受益者,实则承受着不易察觉的代价转移。当价格被压至极低水平,倒逼商家为维持生存存在服务与品质上寻找“补偿”——包装潦草、配送延迟、售后推诿等隐性成本如今已开始纷纷诟病。更令人忧虑的是,当市场被补贴和低价笼罩,消

费者对商品与服务真实价值的感知能力也随之钝化。长期依赖“补贴滤镜”,消费者对品质、效率与诚信的判断标尺发生偏差,市场反馈机制因此失灵,陷入劣币驱逐良币的恶性循环。

因此,打破“低价”僵局,重构健康生态,让行业回归商业本质,需凝聚共识、共同发力。首先,合规经营是即时零售健康生态中不可撼动的基石。平台应率先自律,彻底摒弃“流量绑架”“算法强制”等不正当手段,在规则制定中充分尊重商家自主权与合理利润空间。市场监管也需与时俱进,针对新型数字垄断行为亮明规则红线。

其次,要明确品质服务才是即时零售安身立命的根本。当“半小时达”的时效惊喜已成标配,竞争焦点应转向更高维度——生鲜商品的保鲜度能否再提升?特殊需求的响

应能否更精准?售后环节的信任能否再加固?

只有“低价狂欢”被终结,行业才能持续聚焦“质量与服务”的核心,通过价值创新引领行业穿越周期。例如技术层面的持续突破——通过人工智能优化仓储路径、利用大数据预测消费需求以降低损耗;例如模式层面的锐意探索——发展预售制、产地直发等柔性供应链模式,或与本地生活服务更深度融合,创造“即时零售+”的复合价值场景……

亚当·斯密在《国富论》中曾揭示,长期稳定的低价只能源于效率的真正提升,而非不可持续的补贴投入。对于即时零售行业,告别“补贴大战”,转向以合规为底线、以品质为内核、以创新为动力的良性竞争,才能真正摆脱对市场活力的束缚,回归行业的可持续发展。

家用电器安全使用年限和再生利用新标准发布

着力构建完善的产品全链条管理体系

本报讯 近日,市场监管总局(国家标准委)修订发布《家用和类似用途电器的安全使用年限和再生利用通则》(GB/T 21097—2025)国家标准,并将于2026年1月1日起正式实施。该标准聚焦老旧家电超期服役引发的安全风险隐患及废旧家电不当处置造成的环境污染风险,通过明确家用电器安全使用年限与再生利用技术要求,着力构建完善的产品全链条管理体系。

标准规定产品在设定的使用年限内要保证稳定可靠。生产者应综合考量家电生产、使用、维护等全环节的影响因素,借助风险管理 with 风险评估制定有效的预防措施,保障产品

在设定年限内能够稳定可靠地使用。

标准规定产品使用年限不得低于主要(零)部件的“三包”期限。安全使用年限的确定应依据客观统计数据与科学试验方法,同时不得低于“家用电器修理更换退货责任规定”中所明确的主要(零)部件的“三包”有效年限,确保年限设定的科学性与合理性。

标准要求明确标注产品的使用年限及超期使用风险提示。生产者要以自我声明的方式,在产品或说明书中采用清晰的文字或符号标注使用年限及超期使用风险提示信息。

标准规定产品使用年限的起始计算时间为首次购买或专业安装日

期。安全使用年限的起始时间以消费者首次购买日期为依据,对于需要专业人员安装的产品,则从首次安装完成日期开始计算。

标准要求在产品的设计阶段就要充分考虑再生利用。在设计生产环节便对回收利用的环境影响与资源消耗进行评估,优先选用易回收、低污染的环保材料与工艺,从源头提升产品的可再生利用性。

标准要求在产品回收处理阶段应坚持重复使用优先。在回收处理环节严格遵循“再使用优先于再生利用”这一重要原则,最大限度地实现元器件和零部件的再次利用。

标准发布实施后,将有助于推动

我国家电质量安全管理模式从“事后监管”向“全周期防控”转型,打通生产、消费、回收各环节,为构建绿色低碳循环经济体系提供可操作的实践路径。同时,有助于引导消费者树立科学安全的消费理念,使消费者更加关注家电的使用年限,避免使用超期服役产品带来的安全风险。(宗禾)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

图片新闻

江苏南京桤溪街道:
亩产2000公斤 果农采收忙



本报讯(记者 魏静 □高晓平)近日,在江苏省南京市高淳区桤溪街道穆家庄村的穆朱家庭农场,果农们正忙着在大棚里采摘葡萄,准备销往市场。目前,该农场利用有机方法种植的金香一号、夏黑、阳光玫瑰等品种的大棚生态葡萄开始采摘上市,平均亩产量2000公斤左右。为确保葡萄丰产增收,该农场每天组织果农加紧采收葡萄销往市场。据介绍,葡萄采收销售期可持续到10月。

图为果农正在采摘葡萄。