

以大数据、人工智能等数字技术为支撑 新产业新业态增长可期

疫情发生以来,虽然付出一些短暂的经济代价,但以大数据、人工智能等数字技术为支撑的新产业新业态迅速“补位”,云端互动、数据拼单、借网络直播带货、靠工业互联网转产等抓住产业数字化、数字产业化赋予的机遇,形成发展新动能。

云端办公就学忙 教育医疗远程化

过去,远程办公行业活跃在部分企业内部,如今延伸为2亿多人的工作方式,迎来高速发展的同时,也带动了服务器、网络设备设施等周边软件产业。

在“宅经济”助推下,不仅是远程办公站上风口,在线问诊、远程医疗成为需求爆发点,阿里健康今年以来在线义诊访问用户超280万;在线教育、数字娱乐空间广阔,喜马拉雅一季度营收增32%……

智能服务显身手

针对疫情救治等医务特殊场景和利用5G云端技术,开发出



多种新型服务机器人,让智能制造产业借势上扬。特重症智能远程医疗诊断机器人、防疫喷雾消毒机器人、智能物流机器人、城市漫步测温机器人等不断涌现。据不完全统计,仅3月份,机器人领域融资超12起,预计今年我国服务机器人市场规模达300亿元。

线上订单势头猛

线上下单,送货上门,满就立减……疫情期间,迅速上涨的线上订单倒逼传统商超等零售企

业数字化转型。一季度,社会消费品零售总额同比降19%,但实物商品网上零售额同比增5.9%。

线上直播受热捧

装备企业线下销售渠道受阻,不少企业选择转战直播间。甚至本该在车展、装备展上扎堆的“大块头”也登录各大网络平台。

武汉吉利汽车4S店销售负责人大海,就通过网上直播向客户推出一款车,最多一次直播卖了5辆车。

三一重卡也策划多场直播,集中展示了8处工厂场景,一举完成2小时5000万元销售任务。

新产业新业态成未来经济增长点

中国宏观经济研究院产业所工业研究室主任付保宗说,线上消费和生产,通过替代补充传统线下模式,对疫情造成的经济活动收缩形成了对冲作用。疫情中表现突出的应用,很可能成长为未来经济的新增长点。

据人民网

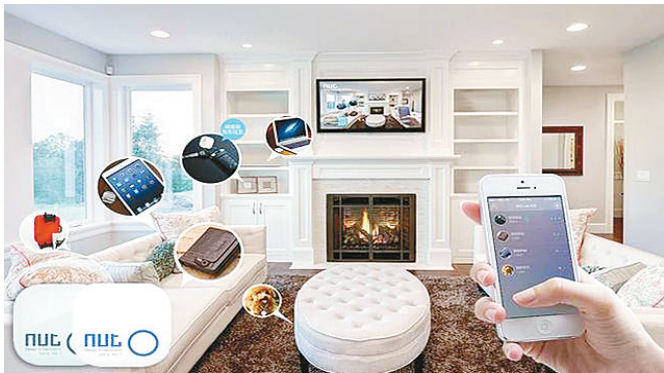
行业聚焦

智能家居进入寻常百姓家

用手指纹解锁开门,进入房间,射灯、吊灯依次亮起,灯光自动调节成温馨模式,窗帘缓缓从两侧向中间合拢,电视屏幕亮起,中央空调和空气净化器也已开始工作了。“你好紫光,我想看电影。”随着主人的一声令下,100英寸的激光电视大屏便开始播放影片……

如今,越来越多的智能家居产品开始进入寻常百姓家。很多智能家居都是通过一款手机APP来控制家里所有的智能设备,例如可以提供家电控制、照明控制、窗帘控制、电话远程控制、室内外遥控、防盗报警、环境监测,以及可编程定时控制等多种功能和手段。

随着“80后”“90后”消费者日渐成为买房、装修的主力军,智能家居产品作为新鲜事物被接受程度也越来越高。家电不再是冷冰冰的摆设,而是被



赋予了审美需求和情感需求,个性化、品质化的特征。“懒人经济”下,人们愿意花时间去工作、健身、学习、社交、娱乐,而吝于花力气去做家务、逛超市等。于是,智能家居产品越来越受到人们的青睐。

随着技术的成熟,智能家居将逐渐告别单品销售,进入真正的场景销售,未来更趋于

家电、家装、家具一体化的整体解决方案。BAT、海尔、美的、华为、小米等互联网、传统家电、科技公司巨头已经开始扎堆进入智能家居市场。

随着人们消费观念的转变,越来越多的智能家居产品进入消费者的视野,并逐步由小众的富人消费群体走向普通家庭。

据新华网

消费观察

创造条件刺激消费

□刘天放

近日,随着疫情防控形势持续好转,复工复产的稳步推进,迎来了一个消费的“小阳春”。餐馆、景区、茶楼,以及商场、超市、健身馆,都出现了“报复性消费”。这对提振消费信心,拉动经济,无疑是利好消息。

但据媒体开展的调查,多数网友选择了“不会报复性消费”。显然在“报复性消费”上,跟风的盲目者减少,理性消费者增多,甚至一些原来大手大脚花钱的年轻

消费者也开始重新思考自己的理财观和消费观,悄然转变生活方式,从“月光族”转向“储蓄族”。

究其原因,一则受疫情影响,部分行业不景气,从业者收入下降,影响了消费能力;二则疫情期间的“宅家封控”也让不少年轻消费者警醒,希望通过储蓄增强自己抵御风险的能力。此外,尚不理想的消费环境也不利于消费者大胆消费。

消费需要刺激,短期释放仅是表象,中长期消费还要靠稳定的就业、不断增长的收入,以及良好

的消费环境来支撑。

消费首先要“量入为出”,因此,提高居民的可支配收入,才是恢复消费信心,提升消费需求的根本。只有藏富于民,才能做到持久稳定消费。只有改善消费环境,才能让消费者放心消费。

指望“报复性消费”不如创造消费条件,如加快复产复工进程,在提高劳动者就业和收入上再发力,人们才能有更多可支配收入,有更强的消费能力;打击不法商家,改善消费环境,让消费者大胆、放心地消费。

购三星中央空调 全套家电带回家

□本报记者 杨旭

时下正是装修旺季,还没选购空调的消费者迎来了好消息,三星中央空调推出优惠活动,消费者花购买中央空调的钱,即可把三星电视、冰箱、洗衣机等大件家电带回家。近日,记者从三星中央空调漯河经销商处了解到,由于活动力度空前,漯河地区只有10个名额,活动即日起至6月15日,感兴趣的消费者可到位于市民主路与泰山路交叉口附近的门店咨询。

活动期间,购买6P一拖五三星中央空调,即可获赠价值5299元的三星55英寸电视、价值3690元的三星8公斤洗衣机、价值6890元的三星双开门冰箱,以及价值2100元的30平方美国霍尼韦尔地暖。该款空调活动价仅需46800元,不同于部分商家为制造噱头赠送的鸡肋赠品,三星中央空调的赠品可谓诚意满满,诱惑力爆棚。

购买5P一拖四中央空调的消费者同样可获得电视、洗衣机、冰箱和30平方地暖,活动价仅需39999元。如果这些赠品并非刚需,消费者还可选购活动价

32800元的5P一拖四中央空调,另加1990元即可获赠美国霍尼韦尔全屋地暖。

乍一看,中央空调的价格似乎高于传统家用空调,为何还能成为家装新趋势?三星中央空调漯河经销商马振乾算了一笔账:“就拿一拖四空调来说,购买同档次的一个柜机、三个挂机,价格也要两三万元,但中央空调享受到的是更低的噪音、更柔和的送风、更均衡的体感、更合理的空气循环、更美观节地的视觉感受,以及更加省电、更长的使用寿命,将购买成本放在产品使用周期上来看就更显优势。此次活动由三星工厂发起,这样的优惠力度比较少见。”

中央空调一次购买长期使用,因此在选购时一定要选择可靠的大品牌。马振乾告诉记者,三星作为排名领先的世界500强企业,其中央空调产品质量和技术更有保障。核心部件压缩机和电脑版均由三星自主研发,故障率低。室内外机均采用直流无刷电机,IPLV值最高可达7.2,远超国家一级能效3.6。在零下15℃的严寒环境下可做到制热不衰减,无须电辅加热,更适合北方地区家庭使用。

消费提醒

警惕网络刷单陷阱

“兼职网络刷单,足不出户,轻松又赚钱。”疫情期间,不少消费者都在网上看到过类似广告。面对这种“刷单”诱惑,山西省消费者协会警示广大消费者警惕网络刷单陷阱,以免遭受损失。

此类骗局的常见套路首先利用受害人疫情期间无法复工、急迫赚钱心理发布虚假宣传广告;之后发送链接,称“先垫付,后退款,有返利”引诱受害人垫付商品款项,待完成任务后以各种理由拒绝返还,甚至引导受害人向诈骗账户汇款或持续刷单才能得到返利,不断使受害者陷入更大金额的骗局中。

首先,注意辨别细节。如果是常用网站,特别要注意有无之前的收货人地址,能否通过该网站联系店铺客服等,假链接一般无法做到;如果是陌生网址,可故意输入错的账号密码,倘若仍能登录,证明链接和网站为假。



其次,对于软件下载链接,建议消费者直接从手机应用商店搜索软件名称下载。社交工具上陌生人给的App下载链接,尤其要谨慎。

第三,手机支付注意辨识假二维码和钓鱼链接。留意有无二维码二次覆盖,以防被一些假二维码替换;扫码付款时,注意核对付款商家的名称是否正确。对有疑惑的平台或银行短信,注意与之前的短信记录核对细节,遇到需要点击链接的,建议先拨打相关平台的客服热线核实。

消费者协会建议,消费者切莫贪图小利,一旦受骗,及时保存证据,向市场监管部门投诉。 据中新网

消费曝光台

本栏目接受消费者投诉,对典型案例和不良品牌商家进行曝光,针砭行业发展中的弊端,维护消费者合法权益。 电话:3117156

15839581290



请扫码关注沙澧商圈微信公众号。