

消费视窗·激发有潜力的消费

市场漫步

依托现代科技手段,让消费体验更便捷、更友好

# 智能产品和服务走进千家万户

本报记者 齐志明 宋豪新 张文豪

消费是我国经济增长的主引擎。中央经济工作会议提出,“培育壮大新型消费”。扫地机器人、智能音箱、全屋智能家居……如今,越来越多智能产品和服务走进千家万户,为百姓生活增光添彩。当前,智能消费领域有哪些新亮点?如何推动更多“智能+”产品走进人们的日常生活?记者进行了采访。

## 智能消费生态更加贴合百姓需求,发展空间广阔

自助点餐、扫码支付后,全自动智能熟面机开始启动:面粉和水科学配比,揉搓、醒面等环节自动完成,鲜面条随即进入煮熟、配料等环节。“红烧牛肉面制作完成,请您取餐。”随着机器发出语音提示,不足3分钟工夫,一碗热腾腾的面条便由机械臂递了过来。

这是河南许昌市高铁东站候车厅“智慧未来面馆”里的消费场景,这一科技感满满的面馆已在候车厅营业近3年,吸引不少顾客前来自助品尝。

所谓智能消费,即依托于5G通信、人工智能、大数据、云计算等现代科技,让消费对象和场景更为智能化,消费过程和手段也更为智能化,消费者获得更便捷、更友好的消费体验。

2020年3月,多部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》,提出加快构建“智能+”消费生态体系。近年来,越来越多的智能产品和服务进入大众消费领域,彰显出广阔的发展空间。

智能家电让生活更美好。前不久,陕西西安市雁塔区居民张兔雅来到南大明官家电商场,为装修的新房子添置家电设备。多番比较后,她相中了方太集成烹饪中心这款厨电新品。“这套高端全场景产品可以根据消费者不同身高、不同习惯,以及不同烹饪方式,智能定制操作高度。吸油烟机、燃气灶、洗碗机、冰箱、消毒柜等都能够实现智慧协同,体验很棒。”张兔雅说。

“我们面向用户需求,精准推出方太高端全场景厨电,为消费者带来智慧高效的功能体验。”方太品牌部负责人余小芳介绍。

智能电子产品刷新消费体验。在广东广州市正佳广场的OPPO旗舰店,市民王小兵选购了一台刚刚上市的OPPO Find X7新手机:“我最喜欢其中的智能消除功能,体验很好”。近日,70亿参数的AI大模型在这款新手机落地,包含智能消除、文字生成图片等功能,为消费者提供更加实用的AI体验。

智能汽车让出行更轻松。2023年底,湖北武汉市居民李大勇购买了一台智能汽车极越01,他说:“这款车的语音操控、智能驾驶性能很好,让开长途变得更轻松更安全。”集度、极越首席执行官夏一平说,大模型在汽车领域的应用,让人们可直接用语音和车交互,智能驾驶体验越来越好。

智能消费引领消费升级。更多“智能+”的美好生活成为现实:“智能+交通”缓解交通拥堵,“智能+医疗”提高诊疗水平,“智能+教育”推动城乡教育均衡发展……未来,



图①:安徽省合肥市蜀山区合肥体育中心,孩子们在和AI机器人对弈。  
图②:在石头科技公司广东惠州工厂,工人组装扫地机器人。

陈三虎摄  
张宝源摄

智能消费生态将更加贴合百姓需求,满足人们对美好生活的向往。

关灯、调节室内温度湿度亮度等多种功能,近距离感受智能家居的便利。

## 高质量供给创造和引领新需求,新模式新场景更加丰富

随着政策红利持续释放,“智能+”领域创新创造加速,高质量供给创造和引领新需求,新需求催生更多高品质产品和服务,新业态新模式新场景更加丰富。

智慧家居沉浸式体验馆让消费者更便利。走进江苏沭阳县月星家居城,智能扫拖一体机、智能冰箱、智能窗帘、智能灯控等商品琳琅满目。“最近新房正准备装修,家里需采购一批智能家居设备,来到这里可以实现一站全购,非常方便。”家住沭阳县沐城街道的陈佳说。

沭阳县积极引导当地家居商场设立智慧家居沉浸式体验馆,方便消费者感受新产品和生活方式。记者进入体验馆内,通过在平板电脑上操作,让样板间内实现一键开

关灯、调节室内温度湿度亮度等多种功能,近距离感受智能家居的便利。各地统筹推进线上线下消费渠道,顺应数字家庭发展趋势,探索家电、家居一体化融合消费。支持家居企业围绕“家场景”,在步行街、一刻钟便民生活圈开设绿色智能家居体验馆,不断提升消费体验。

商旅文体协同,让旅游更舒心。日前,张文勇带着家人来到四川成都市新津区兴义镇张河村的“集趣·共享”农庄。一进民宿房间,屋内的窗帘、空调、灯光和热水器都会自动打开,感到非常舒服方便。全家外出游玩时,也可以通过手机APP,远程控制屋内空调温度、热水器温度等。

新津区通过与华为开展合作,发挥新津智慧城市市场创新能力和示范应用带头作用,引进全屋智能行业上下游企业,促进生态产品公司落地,在全区打造出多个示范点。近年来,各地积极探索新消费模式,建设“智慧景区”“智慧商圈”,促进线上线下互动、商旅文体协同,加速消费新业态、新模式、新场景的应用。

智慧物流让产销对接更顺畅。近年来,许多经营主体在自动配送车、无人机等智慧物流上持续发力,助力畅通产

销循环。从2020年初至2023年12月底,美团自动配送车已经累计给用户配送近400万单,达到日均配送数千单,完成里程测试超过500万公里,自动驾驶里程占比99%。

美团副总裁、自动车配送部总经理夏华夏表示,经过3年迭代升级,美团自动配送已经从技术上“送得到”发展到追求运营的精细化,致力于用科技为消费者提供“送得更快”“送得更好”的服务体验。

2022年全国智慧物流市场规模近6995亿元,5年平均增速达到13.1%,智慧物流对现代物流高质量发展的引领作用更加突出。

## 进一步扩大优质产品供给,建立健全智慧服务网络

“以前办理业务要跑很远,现在在村里就能办,真是太方便了。”在浙江浦江县西部山区的花桥乡塘波村便民服务点内,村支书陈红卫说,许多老人通过远程视频就能办理用电业务。

近年来,国网浦江县供电公司聚焦偏远山区老龄人口占比高、智能手机操作不便、语言沟通不畅等问题,自主研发“驿电通”服务平台,覆盖全县244个乡镇、社区便民服务点,通过“一键呼叫”等适老化改造,破解服务老年人的“最后一公里”问题。同时,当地供电公司还联合水、气、网、社保、医疗等社会各方,全方位拓展服务网,为老年人提供更方便更贴心的服务。

《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》提出,鼓励以高水平社会服务机构为核心,建立面向基层地区、欠发达地区、边远地区的远程在线服务体系。专家表示,与广阔的市场需求相比,智能产品和服务等智能消费生态有待进一步完善,要补短板、强弱项,进一步扩大优质产品供给,建立健全均衡普惠的智慧服务网络,切实增强百姓智慧生活的可及性与获得感。

在智能产品上,以科技创新增加有效供给。走进江西浮梁县乐华智能家居项目生产车间,智能化机械手不停运转,工人们在生产线上紧张有序地赶制订单,一派热火朝天的生产景象。该项目以打造现代科技陶瓷洁具品牌为目标,自投产以来装配线保持高速运转状态。“我们坚持自主开发设计,模具的设计、铸造、机加、抛光、组装等一整套生产流程全都靠自身完成,有效开拓了市场。”乐华智能家居项目工艺主管赖春燕说。

专家表示,要加快新一代信息基础设施建设,利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动各类电子产品智能化升级,增强智能供给对需求的适配性。各地要加快完善机动车、家电、消费电子产品等领域回收网络,结合实际制定消费品更新换代政策,鼓励企业开展以旧换新,引导消费预期。

在智能服务上,要大力发展“互联网+社会服务”消费模式。大力推进“智慧广电”建设,推动居民家庭文化消费升级。促进教育、医疗健康、养老、托育、家政、文化和旅游、体育等服务消费线上线下融合发展,拓展服务内容,扩大服务覆盖面。探索建立家庭医生电子化签约等制度,支持发展社区居家“虚拟养老院”。

加强信用监管,增加信用激励,让“守信者走遍天下,失信者寸步难行”,构建统一开放、竞争有序的全国大市场

不久前,“中国质量奖”“省政府质量奖”“中华老字号”等企业信誉信息在国家企业信用信息公示系统集中公示。目的是加大对诚实守信、质量优良企业的展示力度,通过正向信用激励,增强守信企业获得感。

市场经济是信用经济,信用应当成为促进资源优化配置的有效手段。日前,我国对5000多万家企业实施信用风险分类管理,按照信用风险状况由低到高将企业分为A、B、C、D四类,分别表示信用风险低、信用风险一般、信用风险较高、信用风险高,并采取差异化监管措施,对守信者激励,对失信者惩戒。

对于守信企业,要加大激励,让其享受到更多的信用红利。对信用风险低的企业,市场监管部门尽量“无事不扰”,在监管中合理降低抽查比例和频次。也就是对守信企业亮“绿灯”,让企业可以节省更多的时间、人力、物力,全力在市场中奔跑、竞争、成长。

对于失信企业,要联合惩戒。对信用风险高的企业,有针对性地提高抽查比例和频次,必要时主动实施现场检查。对失信企业亮出“红灯”,是提醒其主动纠正失信行为、消除不良影响,加快信用修复。而那些屡教不改、严重违法失信的企业,则会“处处受限”,比如对列入严重违法失信名单的企业,在市场或行业准入、政府采购、工程招投标、授予荣誉称号等方面依法实施限制和禁止。

信用有价值,守信有力量。企业信用风险分类管理让“无形”的信用变成有形的“价值”,大大增强了守信企业的获得感,助推市场形成“良币驱逐劣币”的循环。下一步,希望有更多的企业信誉信息能够在企业信用信息公示系统集中公示,持续增加对企业守信激励的手段,给予信用等级高的企业更多正向鼓励,提供更多便利服务、创造更大市场机遇。这将有利于营造诚信致富、守信致远的市场氛围,形成更加健康的营商环境。

加强信用监管,增加信用激励,让“守信者走遍天下,失信者寸步难行”,有助于构建统一开放、竞争有序的全国大市场。亿万经营主体通过公平竞争,必将发挥更加磅礴的力量,让市场上优质的产品和服务越来越多,更好地满足人民群众日益增长的美好生活需要。

# 让守信企业享受更多信用红利

林丽鹏

## 市场资讯

### 全国标准化工作会议在京召开

本报电 全国标准化工作会议近日在京召开,国家市场监督管理总局相关负责人表示,2023年全国标准化战线深入贯彻实施《国家标准化发展纲要》,标准化事业发展取得积极成效,标准助推创新发展步伐加快、标准引领产业发展作用凸显、标准支撑绿色发展渐成体系、标准助力城乡发展和社会建设稳步推进、标准服务对外开放有力有效。会议要求,要充分发挥标准在扩大内需、对外开放合作、产业稳链中的重要作用,推动形成投资和消费相互促进的良性循环,稳步扩大标准制度型开放,支撑现代化产业体系建设,推动标准化事业发展行稳致远,为推动经济回升向好和社会稳定贡献力量。

(林丽鹏)

### 供销合作社系统对口援疆成效显著

本报电 近日,由中华全国供销合作总社、新疆维吾尔自治区人民政府、新疆生产建设兵团共同主办的全国供销合作社系统对口援疆协作暨产销对接会在新疆乌鲁木齐市举行。近年来,全国供销合作社系统发挥独特优势,加强协同配合,创新工作举措,推动对口援疆工作各项任务取得明显成效。2020年全国供销合作社系统对口援疆协作暨产销对接会以来,全系统设立新疆农产品销售专区专柜3024个,线上线下累计销售新疆农产品近400亿元。财政部、农业农村部、供销总社共同建设的“832平台”(脱贫地区农副产品网络销售平台),累计销售新疆脱贫地区农产品13亿元。下一步,全国供销合作社系统将发挥组织体系和经营服务网络优势,多措并举助力新疆农产品销售、带动特色产业发展、促进农牧民增收致富。

(齐志明)

### 中消协提醒中小學生慎用鼻吸能量棒

本报电 近期,一种名为“鼻吸能量棒”的产品进入中小学校园,吸引不少学生家长购买。其外形像一个打火机,内含有两根棒状的塑料管,号称通过吸入管中樟脑、薄荷等清凉的气味来刺激鼻腔和大脑,能够提神醒脑,缓解疲劳和困倦。专家指出,随意将“鼻吸能量棒”插进鼻孔里是不正确的,不仅可能带入细菌,而且会破坏鼻黏膜,轻则引发鼻炎,重则造成鼻腔溃疡、出血等。中国消费者协会提醒广大学生家长和中小學生提高防范意识,慎用“鼻吸能量棒”,引导青少年科学、安全、理性消费,保证青少年身心健康。中小學生在学习劳累疲惫时,尽量通过健康科学的方式调整学习状态,养成良好的作息和饮食习惯,注意劳逸结合。

(钟震宇)

### “生鲜灯禁令”实施以来成效显著

## 消费者购买肉菜瓜果更放心

本报记者 林丽鹏

进行全面排查,对使用不符合要求灯具的商户现场提出整改要求,并督促落实,取得显著成效。

据不完全统计,“生鲜灯禁令”实施首月,各地市场监管部门已检查食用农产品销售者30余万家次。群众普遍反映,原先市场里红红绿绿的生鲜灯不见了,购买肉菜瓜果更放心。

国家市场监督管理总局相关负责人介绍,近年来,使用生鲜灯对在售食用农产品进行“美颜”,逐渐成为一些农贸市场、商超、生鲜门店等场所的营销手段。生

灯的使用,虽然不会影响食品质量安全,却能遮掩瑕疵、美化食品外观颜色,影响消费者在选购时的辨别能力,在一定程度上侵害了消费者的权益,不利于市场公平竞争。

市场监管总局发布的《办法》明确规定“销售生鲜食用农产品,不得使用对食用农产品的真实色泽等感官性状造成明显改变的照明等设施误导消费者对商品的感官认知”。依据《办法》,食用农产品销售者仍使用不符合规定的照明等设施的,将由县级以上市场监督管理部门责令改

正,给予警告;拒不改正的,处5000元以上3万元以下罚款。

禁用生鲜灯之后,什么样的照明设施是符合要求的?《建筑照明设计标准》(GB 50034—2013)中规定了商店、超市、农贸市场等各类公共建筑的照明标准值,可以作为商超、超市、集中交易市场、生鲜门店等食用农产品经营场所设置照明灯具的参考依据。许多地方还结合本地实际,采取多种形式进一步细化食用农产品经营场所照明等设施监管要求。

下一步,市场监管总局将持续加大市场监管检查力度,切实维护消费者合法权益,保障人民群众买得放心、吃得安心。

## 消费万花筒

本版责编:齐志明