

网上中国

“银发网红”走俏 直播带货圈粉

## 老年人网上开启“潮生活”

本报记者 李嘉宝

近年来，越来越多的中老年人在互联网平台上大放异彩。发短视频、开通直播、网上卖货……他们颠覆了人们对老年生活的传统印象，吸引了大量粉丝围观，成为移动互联网时代的一道靓丽风景线。

## “银发网红”展示别样风采

伴随着古风音乐，4位身着蜡染旗袍的女士正款款走来，她们或举着红伞，或舞动折扇，笑脸盈盈，充满自信。这是抖音账号“时尚奶奶团”发布的一段15秒短视频，获得了近150万的点赞量。很难想象，她们是一群平均年龄为68岁的“银发网红”。

在快手、抖音、B站（哔哩哔哩）等短视频平台上，圈粉无数的“银发网红”比比皆是。如抖音账号“秦巴奶奶 秦巴忆味”记录大巴山附近两位老人的乡村生活。奶奶烹饪的红烧猪蹄、洋芋粑炒腊肉、浆水面等陕南美食令网友们垂涎三尺。目前，该账号已获得273万粉丝，获赞3400多万次；帅气的“北海爷爷”经常穿西装、戴礼帽、打领结出镜，他对生活的热爱和“不服老”的精神令许多年轻人羡慕不已；“济公爷爷”发布的短视频以“亲爱的娃娃们”开场，用朴实的话语讲人生经验，谈世间百态，如邻家爷爷般亲切；“只穿高跟鞋的汪奶奶”一场直播带货，销售额能达到数百万元，超过许多年轻的直播网红。

在“人人都有麦克风”的互联网时代，老年人早已不是网络绝缘体。他们追求时尚、自信热情、懂消费爱生活，展现出“最美不过夕阳红”的别样风采。

《第45次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，中国网民规模达9.04亿，手机网民规模达8.97亿。网民中50岁及以上网民群体占比16.9%，人数超1.5亿，互联网正持续向中高龄人群渗透。

## 从直播中感知岁月温度

记者梳理发现，目前走红网络的“银发族”主要分为三类：一是展示年轻的心态和自律的生活习惯。他们往往衣着讲究、保持



左上图：“秦巴奶奶 秦巴忆味”抖音账号截图。图片来源于网络

右上图：在浙江省杭州市临安区锦城街道胜利社区，青年社工指导老人们如何使用手机购物。新华社记者 徐昱摄

右下图：一位老年人正在直播。图片来源于网络



网红老人在引发同龄人共鸣的同时，得到了大批年轻人的喜爱和追捧。比如看到“秦巴奶奶”和老伴儿互相陪伴照顾的温馨画面，许多网友羡慕不已，纷纷表示“这才是爱情，平淡中包含幸福”。业内人士分析指出，相比之下，“网红爷爷”“网红奶奶”们的视频更加真实、坦率、亲切，唤起了许多年轻人儿时的美好回忆，也唤起了他们对亲人的思念、对家庭和亲情的向往，更具有穿透力和用户黏性。

## “银发经济”市场在崛起

今年5月，抖音网红“我是田姥姥”开启直播带货首秀，获得了150万元销售额的成绩。专家指出，“银发网红”爆发背后，是万亿规模“银发经济”市场的崛起。

近日，中国发展基金会发布的《中国发展报告2020：中国人口老龄化发展趋势和政策》称，到2022年左右，中国65岁以上人口将占到总人口的14%，实现向老龄化社会的转变，2050年中国老龄化将达到峰值，65岁以上人口将占到全国总人口的27.9%。“银发经济”将成为未来老龄化社会中，带动中国经济可持续发展的新增长点。

盘古智库老龄社会研究中心副主任李佳认为，中老年人需要的是找到更多渠道释放能力和精力，成为社会发展进步的参与者。随着受过高等教育的“60后”开始步入退休生活，中老年人将与过去“数字难民”的刻板印象彻底分离，其社交需求日益增长，而这正是市场成熟的好时机。

“银发网红”不仅向社会传播了热爱生活、重视亲情的正能量，还是一片蕴藏无限机遇的蓝海。业内人士认为，目前“银发网红”的市场消费潜力并没有被彻底挖掘，还有巨大的市场空间。若要实现“银发网红”的经济效益，还需要团队包装和持续性的内容输出。此外，老人们由于精力有限，对互联网经济及粉丝心理不熟悉，直播带货还面临不小的挑战。

良好的体态和精神风貌，为人们展示了老年人的“精致生活”。二是记录日常生活片段。在老人们与老伴儿、儿女、孙辈的温馨逗趣中，网友们能够感受到浓浓的亲情，看到老人们童心未泯、可爱直率的真性情。三是分享生活常识和经验。如通过直播介绍健康知

识，录制短视频演绎常见骗局并告诫人们如何应对等。

“银发网红”的魅力何在？有业内人士指出，高龄网红身上存在三个“度”的优势，即人生阅历的长度、知识面的宽度、专业领域的深度。具体来说，老年人丰富的生活经

验和社会阅历是年轻人所不具备的，他们见多识广，对自己的专业领域研究得往往很透彻，处理问题的综合能力强，具有独特的岁月沉淀魅力。当他们以过来人的身份娓娓道出人生中的小哲理时，会给人一种可靠、安心的感觉。

## 多地印发区块链发展行动计划

## “区块链+”蓄势展身手

本报记者 彭训文

近日，河北、贵州、湖南、北京、广州、赣州等多省市发布区块链发展行动计划，对区块链平台建设、促进企业“上链”方面进行规划，国内区块链产业正迎来难得的发展机遇。当前，区块链技术已在司法存证、政务服务、民生服务、食品溯源、供应链管理场景中落地，未来或将在新基建、产业链改造、公共服务等领域大展身手，为高质量发展蓄势赋能。

## 各地积极“上链”

防疫期间，北京市民马先生喜欢上了网购。他最近收到一箱安徽砀山酥梨后，发现包装上有一个印有“区块链溯源”的二维码，用手机一扫，这箱梨的销售商名称、正宗原产地位置、产品特点、所属的品质联盟等“身份”信息一目了然，甚至连扫码次数都被清晰地显示出来。马先生说：“看到这么详细、精确的产品信息，我对产品质量更有信心了。”

区块链技术在网购上运用，是各地近年来主动创新技术应用场景的一个缩影。根据中国区块链生态联盟发布的《2018—2019年中国区块链发展年度报告》，区块链技术在金融领域应用最为活跃，在跨境支付、资产管理、供应链金融等方面已经形成了一批能够承担实际业务的新产品；在电子存证和公益慈善领域取得了阶段性成果；在医疗服务、政府管理、交通物流等领域开始探索。

在此背景下，国内多省市近来接连印发区块链发展行动计划。在规划中，建设区块链开放创新平台，促进重点企业“上链”成为各地下一步工作重点。例如，北京市7月初印发的《北京市区块链创新发展行动计划》提出，到2022年率先形成区块链赋能经济社会发展的“北京方案”；贵州省5月初印发的《关于加快区块链技术应用和产业发展的意见》提出，到2022年，将建设3至5个区块链开放创新平台及公共服务平台，引进培育100户以上成长型区块链企业；湖南省在4月底印发的《湖南省区块链产业发展三年行动计划（2020—2022年）》提出，到

2022年建成10个以上区块链公共服务平台，推动3万家企业上链；广东广州、江西赣州也提出将培育一批区块链重点企业，并推广典型应用示范场景。

疫情期间，进各地“加码”区块链技术发展。专家表示，今年以来，数字化的社会治理创新和软硬基础设施建设需求大幅提升，区块链技术在产业链和政务治理的技术性改造等方面潜力更为凸显。

“当越来越多人意识并享受到数字化生活带来的便利后，更坚定了进行数字化改革、积极‘上链’的决心。”中南财经政法大学数字经济研究院院长盘和林说，防疫期间，区块链技术在信息管理、应急物资和食品安全追溯以及身份认证管理等方面优势明显。对于数字经济或者区块链技术来说，此次疫情是一次发展机遇，在疫情催生大量数字化需求之后，区块链将在生产与供应链协同、公共安全预警、中小企业融资等方面发挥出更大能量。

## 瞄准难点堵点

运用区块链技术打造南康家具“虚拟工厂”，进行赣南脐橙产品溯源……近年来，赣州区块链企业不断涌现，涉及的数字证照、数字票据、防伪溯源、备案公证、版权保护、数字金融等业务也越来越多。为此，当地近日成立区块链服务大厅，确保这些业务集中办理。

据赣州市相关负责人介绍，该服务大厅一方面关注教育、就业、精准脱贫等民生领域的区块链服务应用推广，另一方面注重与实体经济结合，通过实地测试、试用，引入一些与实体经济结合紧密又易于推广的区块链服务平台，加快实体经济转

型升级。

有专家表示，从全国范围看，这种进行区块链服务模式创新，破解区块链技术与民生、实体经济结合难的尝试正在逐渐增多。作为数字经济时代的新兴技术，区块链技术在科研、落地等方面同样面临诸多难点堵点，包括技术方面，区块链加密技术面临被推断乃至追溯等技术风险；落地方面，存在应用领域有限、产业集聚效应低等问题；另外还存在缺少专业人才等瓶颈问题。

多地发布的行动计划也瞄准了这些难点堵点。例如，《北京市区块链创新发展行动计划》提出了4项重点任务：创新引领，打造区块链理论与技术平台；需求带动，建设落地一批多领域应用场景；集聚发展，培育融合联动的区块链产业；要素保障，建设领先的区块链人才梯队。

## 让产业链“转”起来

受疫情影响，一些行业下游工程项目账期变久，上游中小供应商的压力随之增大。这一度让一些小企业主很焦虑，碰上大单子也不敢接了。

如何打通商流、物流和资金流，让产业链上下游一起“转”起来？浙江的做法是打造区块链应收账款平台。该平台将供应链沉淀的应收账款上线为“区块链应收款”，解决了传统应收账款融资难以防范的造假风险。上游供应商收到供应链企业在该平台的区块链应收款后，当天就能向银行转让变现，省去以往核保核签、见证确权等繁琐手续，产业链上下游间的“板结”资金被盘活了。

目前，区块链应用仍处于早期、小众和试运行阶段。随着5G技术落地，市场数据量提升以及技术问题改进，未来有望出现更多应用案例。专家表示，区块链技术要实现安全可持续发展，首先要解决其中的技术难题，尤其是实现技术安全性、去中心化、可延展性等问题，这需要各方通力合作；其次要及时通过立法保障区块链技术发展过程中可能面临的法律问题，同时严厉打击利用区块链技术进行违法犯罪行为。

互联网「冲浪」上天了！



7月7日，中国首架国产高速互联网飞机青岛航空QW9771航班在青岛首航，同时开启了中国民航史上首次机载Ka卫星宽带互联网直播。据悉，机上旅客可使用手机连接空中互联网，无论访问机上的2000多个优质内容还是直接通过网络刷直播视频，都能享受与在地面上网一样的网络冲浪体验。

张进刚摄（人民视觉）

互联网大咖秀



提谟修斯·霍特吉斯：

## 克服数字化焦虑

海外网 陈菲扬

Deutsche Telekom（德国电信）是世界领先的综合电信公司之一。提谟修斯·霍特吉斯（Timotheus Hottges）是一位经验丰富的管理者，也是电信行业数字化的专家，德国电信在他的领导下取得了长足进步。

霍特吉斯1962年出生在德国索林根。1988年，他在德国科隆大学获得工商管理学位后，在一家商业咨询公司工作了3年。1992年，他跳槽到德国领先的电力和工业公司VIA集团，在那里担任了多种管理职位，负责公司规划和合并收购等工作。霍特吉斯于2000年加入德国电信集团。他最初负责集团战略业务部门T-Home的销售和服务业务，在他的带领下，T-Home成为相关市场领军者之一。霍特吉斯从2014年起开始担任德国电信公司的首席执行官。

德国电信成立于1995年，在国际发展策略上以泛欧洲为基础，重点在移动通信和在线市场巩固已有地位。目前，德国电信正在瞄准进一步增长。在此期间，霍特

吉斯指出，德国电信的“三级跳”计划发挥了重要作用：第一，公司对基础设施进行大规模投资。第二，公司以优越的网络质量给越来越多的客户留下深刻印象。第三，公司增加收益为进一步投资创造资本的方式。

“数字化是下一代繁荣昌盛的最大机遇。我们想要利用它，就要克服现存的焦虑。”霍特吉斯表示，德国电信将其视为数字世界人们值得信赖的合作伙伴，是网络安全方面的领先者，同时也是为客户、员工和所有者创造价值的成功企业。

如今，5G的不断发展为移动通信和互联网发展提供了新动能。霍特吉斯表示，整个行业正面临着重大变化，移动通信正在进入5G时代。据悉，目前，德国电信已经成功展示了欧洲首个在实时网络中的5G数据链路，正在柏林中部建设一个完整的5G集群，为德国推出5G奠定重要基础。

图片来源：Deutsche Telekom官网