

网上中国

新品牌、新品类备受年轻消费者青睐

把好网红食品的“质量关”

本报记者 林子涵

自热火锅、半成品拉面、速食螺蛳粉……近期，众多网红食品品牌强势崛起，备受年轻消费者青睐。数据显示，受“一人食”与“宅经济”等影响，加之电商直播等形式助推，网红食品已成为消费市场的热门增长点。但食品安全、虚假宣传等问题也随之而来。专家指出，市场多方参与者共同打造消费者友好型的互联网市场生态环境，才能持续提振消费信心。

网红食品正走俏

“看完网红拉面的测评视频，我就入手了5个口味，现在也经常‘囤货’。”大学生小陈是某网红速食品牌的忠实拥趸，对做法和口味如数家珍。“疫情期间宅家，外卖不好点，自热火锅、自热盒饭、半成品面食就是‘救星’。”

以即食食品为代表的网红食品掀起消费热潮，新品牌、新品类不断涌现，获得众多年轻消费者支持。有机构数据显示，淘宝、天猫平台2020年方便速食市场总成交额达213亿元，市场规模可观；其中，方便面食、即食螺蛳粉、自热火锅等品类表现最为抢眼。此外，35岁及以下消费者成为网红食品的下单主力；四线及以下城市消费者占总支付人数比例近40%，下沉市场空间广阔。另据《2021中国食品消费趋势白皮书》显示，2021年包装食品、自热食品、预制菜肴等品类仍将加速成长，代餐、功能食品等聚焦健康的细分品类将获更多关注，整体消费市场持续革新。

一批新品牌乘势崛起，一批创业企业随之走到市场的前台。今年2月，自热火锅品牌“自嗨锅”完成逾亿元C+轮融资；1月，方便面品牌“拉面说”获近5年内第6轮融资。2020年12月，轻食品牌“王饱饱”进行数亿元C轮融资……行业资本助力下，创新企业的品牌创新日益活跃，新产品不断“破圈”，冲击传统食品企业的同时，也为消费者带来更多升级选择，推动消费市场活力涌动。

直播电商助发展

中国人民大学法学院教授刘俊海接受本报记者采访时指出，随着互联网发展进程加快，新兴的消费需求、消费方式、消



在山东省临沂商城食品电商供应链基地，销售人员正通过直播带货推荐食品。
许传宝摄（人民图片）

费活动和商业模式层出不穷。网络直播带货对防疫期间的市场活跃与经济发展起到积极助推作用。

受直播电商带动，网红食品品牌把握线上流量入口，乘势而上。有机构统计，仅今年1月，知名网红李子柒旗下螺蛳粉产品参与电商直播场次就近1700场，直播销量超85万份，销售额超过3100万元。正因为直播与新品牌的相互赋能，销量奇迹才得以实现。数据显示，2020年中国直播电商市场规模达9610亿元，同比涨幅121.5%。随着直播逐步扩展至电商各领域，预计2021年直播电商整体规模将继续高速增长。未来，“直播间”仍会是网红食品流量的流量必争之地。

部分网红食品品牌还积极打通线下零售渠道，力争线上、线下不留渠道短板。

同时善用互联网内容流量逻辑，抓住短视频APP、兴趣社群等“讲故事”平台，用符合产品风格的策划，推动产品触达目标消费者。

此外，消费群体的变化也是网红食品“爆火”的原因之一。年轻群体逐渐成为消费市场生力军，消费品牌的对应“打法”也应随趋势变化做出调整。有业内人士指出，年轻群体快速转换品牌的消费习惯，造就了如今大量的网红品牌；年轻消费者的新圈层、新偏好也为细分市场的新品牌带来机遇。

食品安全守红线

网红品牌引领消费潮流，但部分产品食品变质、虚假宣传等侵犯消费者权益的

事件却屡有发生。今年1月，消费者投诉某网红代餐品牌促销活动涉及虚假宣传；今年2月，有消费者发帖投诉称某知名自热火锅产品的发热包突然爆炸；今年3月，某热门品牌螺蛳粉被消费者投诉吃出烟头。食品行业的老问题成为新兴市场的“绊脚石”。

刘俊海指出，商业实践中，不少互联网企业与电商偏重发展，忽视规范。由于消费者维权成本高于维权收益，很多消费者面临维权窘境，必须多方共同打造消费者友好型现代互联网市场生态环境。立法上，“宜细不宜粗”，提高法律的可操作性、可诉性与可裁性；司法上，“凡诉必理”，通过尽快建立消费者公益诉讼等措施，完善司法救济体系；行政上，政府有义务充分运用法律赋予的行政指导、行政调解与行政处罚等手段，维护互联网市场秩序。同时，完善行业自律体系与媒体监督体系，敦促企业慎独自律，通过强化质量管理来提升核心竞争力。

此外，网红食品参与直播营销，也必须警惕直播间发布虚假信息误导用户等违规行为。刘俊海指出，直播模式容易导致消费者的冲动与不理性，有必要对互联网直播营销市场予以规范。销售者在直播平台上销售不符合食品安全标准的食品，使消费者合法权益受到损害的，消费者有权利主张直播平台与食品销售者承担连带责任。名人直播带货如涉及虚假宣传或造成消费者损害，名人应承担相应的法律责任。直播营销平台也应健全投诉举报机制，降低直播举证难度，协助消费者维权。

专家表示，消费是拉动国民经济持续健康发展的重要引擎，只有全面推进消费者权益保护事业，共促市场激浊扬清，才能持续提振消费信心。

云中漫笔

别再让老年人上网尴尬

赵壹晨

在移动互联网迅速普及的今天，“没有手机、寸步难行”成为人们生活的真实写照。然而，老年人却成了一个被“落下”的群体。字体小导致阅读困难，违规广告随意弹出诱导消费，“数字鸿沟”无处不在，老年群体无所适从。近日，工信部印发通知，部署进一步抓好互联网应用适老化及无障碍改造专项行动实施工作。鼓励互联网应用加快适老化改造，有利于保障老年人在互联网中使用信息的平等权益。

问题频出，互联网应用适老化改造势在必行。在互联网世界中，辨识能力较弱的老年人成为一些不法分子“下手”的对象。例如，有些手机清理类应用频繁弹出“清理手机缓存”字样，诱导老年人点击下载，从而盗取用户信息，严重的可能为网络电信诈骗提供可乘之机。另有诱导消费的违规广告弹窗，也源源不断“跳”到老年人面前，一旦老年人听信广告进行不理性消费，损失不可估量。针对这些问题，工信部提出，适老版界面或单独的适老版手机应用中严禁出现广告内容及插件，也不能随机出现广告或临时性的广告弹窗。从根源上杜绝“乱跳”的广告弹窗，将瞄准老年人的犯罪行为扼杀在摇篮中。

大字体、宽间距，互联网应用适老化改造是实实在在的便民之举。工信部近日发布的《互联网网站适老化通用设计规范》和《移动互联网应用（APP）适老化通用设计规范》，针对老年人常见的互联网使用困难，做出了详实具体的技术更新要求。用户可自行调节字体大小，文字行距至少为1.3倍；验证码提供文字或语音形式，而非拼图、选图等老年人不易理解的验证方式；移动应用中，避免需3个或以上手指才能完成的复杂手势操作，并为用户操作留下充足时间。这些具体到“手指尖”的新规，为老年人使用互联网清除“路障”，让老年人上网不尴尬。

应时而动，互联网应用适老化改造是互联网向前发展的必经之路。老年用户是互联网发展进程中不可忽视的用户群体。中国互联网络信息中心发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，中国50岁及以上的中老年网民群体占比为26.3%。疫情后日益火爆的社区团购、健康码出行、网上挂号等新业态，老年用户也是其服务重点。也许，互联网新产品的研发更多针对更具消费活力的年轻群体，但长远来看，互联网向前发展离不开老年用户的支持，其服务对象必然是广泛的。

互联网不是只为年轻人服务的工具，老年人同样应是互联网科技发展的受益者。互联网应用加快适老化改造，既是服务老年人生活的便民之计，也是互联网发展日趋完善的表现。

数字化为各行业带来新增长点

传统企业按下“智造”加速键

海外网 李雪钦



4月8日起，位于成都高新区的成都市中和中学、成都市第七中学初中学校、成都市中和职业中学、成都高新区益州小学、成都高新实验小学5所中小学被“升级”为全国首批5G未来学校。因为孩子们在成都高新区益州小学的5G智慧教室内通过VR技术感受虚拟现实场景。
李向雨摄（人民图片）

海南国际互联网数据通道开通

新华社海口电（记者王存福）海南自由贸易港国际互联网数据专用通道开通仪式日前在海口复兴城互联网信息产业园举行。

据介绍，海南自由贸易港国际互联网数据专用通道是以省为单位申报建设的专用通道，服务覆盖洋浦经济开发区、海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区、海口国家高新技术产业开发区等9个园区，是以园区企业为服务对象，旨在提升企业国际互联网访问体验的信息通信基础设施。

中国信息通信研究院副总工程师史德年表示，经中国信息通信研究院测试，海南自由贸易港国际互联网数据专用通道至全球大部分区域性能均得到显著提升，专用通道的全球网络平均时延和平均丢包率较非专用通道分别降低12.84%和89.54%，可为网页访问等常用国际互联网业务提供更优质的用户体验。特别是专用通道至东南亚方向的平均时延降低44%；至东南亚、大洋洲等方向的平均丢包率低于0.5%，主要性能指标与韩国、日本、新加坡等国家相当。

扫码支付、外卖配送、直播带货，“数字化”销售在实体店展开；手机打车、远程办公、在线教育，“数字化”服务空间不断拓宽……近年来，中国经济社会的数字化进程加速，数字化转型成为传统企业的重要发力点。如何抓住产业数字化转型、智能化升级的新机遇，是各行各业关注的焦点问题。

企业纷纷乘“云”而上

中国船舶集团设计建造了可远程遥控、自主航行的智能船舶；中国宝武钢铁集团借助机器人实现行车操作的准“无人值守”；国家电网打造新能源云平台，推动3000余家上下游企业协同发展……中国企业在生产运营智能化、产品创新数字化等方面迈出坚实步伐。

为实现转型升级，运用“互联网+”打造新业态新模式，不少企业大展身手，纷纷拿出实招。以主营物流配送服务的香港胜记集团为例，其业务遍及全球60多个国家和地区，集团把科技放在优先发展的位置，积极运用大数据、云计算、物联网等新技术提升经营管理效率。“现代贸易，没有数据、信息，就是聋子、瞎子。”胜记集团董事长兼总裁郭泰诚说，物流行业已从普遍性和专业性向综合化和个性化方向发展，在发展过程中要跟信息科技紧密结合。

据郭泰诚介绍，胜记集团目前正推动“世界商品市场交易中心”建设，逐步形成“商品线上交易、商品线下博览、商品线上溯源、生产企业征信、交易统一结算、物流统一配送”的市场体系，打造“虚拟经济+实体经济”共同发展的新商

业模式。“数字技术的助力，能够有效推动各行各业的发展。”清华大学互联网产业研究院副院长刘大成接受本报采访时说，数字赋能，对传统产业改造升级，把资源配置优化能力变得越来越大，满足差异化供给和个性化需求，能让供需精准对接匹配，通过规模化实现降本增效，还能“一业带百业”，实现“全场景穿透”，带来更多的工作机会和就业岗位。

“个性化”转型规划图出炉

为促进数字技术与实体经济深度融合，全国各地转型升级规划图接连出炉。北京将做强智能制造与装备、智能网联汽车、航空航天等精益型“北京智造”产业；重庆将推动工业企业智能化改造，建设更多的数字化车间和智能工厂，培育10个左右在全国有着较强影响力的工业互联网平台，吸引更多中小企业“上云上平台”；福建将建设100个以上高水平数字创新平台，计划到2022年培育3000家以上数字创新企业、领军企业；广东致力于把粤港澳大湾区打造成为全球数字经济发展高地。

“每个行业都有属于自身的数字化发展机会。企业转型升级是新一轮科技革命和产业变革的大势所趋，也是推动中国经济高质量发展的重要途径。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林接受本报采访时说，当前数字经济已与实体经济深度融合，它在赋能传统产业转型升级中，为各行各业带来新的增长点，也不断改变生产和生活方式。

例如，新型智慧农业通过田间摄像头、温度湿度监控、无人机植保等数字化设备，有效提升农业生产经营效率。大型养殖场开始运用大数据、物联网等，探索实践饲料精准投喂、环境监测、动物检验检疫和畜产品扫码溯源等智能技术。

缓解中小企业“升级焦虑”

在数字经济浪潮中，不同规模的企业在数字技术应用方面仍存在着不平衡、不充分问题。例如中

小微企业由于资金有限、数字化人才较短缺、转型成本较高等，在数字化升级过程中面临不少挑战。业内人士指出，可搭建统一的企业数字化转型支撑平台，为企业提供咨询指导、协作交流等服务，帮助中小企业“上云用数”。还应鼓励龙头企业打造一批数字化转型的标杆项目，通过自身示范带动产业链上下游企业升级。

为助力企业加快数字化转型，一系列针对性举措正频频落地。国家发改委等部门近日发布《关于加快推动制造业高质量发展意见》，提出大力发展智能制造，实现供需精准高效匹配，促进制造业发展模式和形态根本性变革，加快发展工业软件、工业互联网，培育共享制造、共享设计和共享数据平台。国务院国资委印发的《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》提出，围绕企业实际应用场景，加速突破5G、大数据分析、人工智能等技术，打造形成安全可控的数字化转型技术体系。

“企业数字化转型升级，还需要在人才储备、法律法规等方面做出改变。要坚持问题导向，着力补齐短板，持续加快数字技术研发和实体经济数字化转型，让更多人在数字化浪潮中享受发展红利。”有专家表示。



工作人员在河北唐山港智慧码头控制中心进行远程操控作业。
刘满仓摄（人民图片）