

网上中国

今年一季度全国网上零售额达3.01万亿元

新型消费正蓬勃发展

本报记者 彭训文

国务院办公厅近日印发的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》提出，促进新型消费，加快线上线下消费有机融合，扩大升级信息消费，培育壮大智慧产品和智慧零售、智慧旅游等消费新业态。

近年来，在科技赋能和消费升级驱动下，依托互联网、云计算、人工智能等新技术的深化应用，新型消费蓬勃发展。2022年一季度，中国网络零售市场总体运行平稳。国家统计局数据显示，一季度全国网上零售额达3.01万亿元，同比增长6.6%。专家认为，新型消费契合了居民消费向发展型、享受型和品质型消费快速升级的趋势，已成为消费增长的新空间和发展的新动能。



今年“五一”假期期间，海南5家免税经营主体旗下的10家离岛免税店推出发放消费券等多项促消费举措。图为在海南省海口市海控全球精品免税城内，顾客在选购免税商品。 苏弼坤摄（人民图片）

数字技术不断应用

“试戴”效果非常好，连手表指针都是实时走动的，和当下时间同步，这种还原度让我在选表时有了非常直观的参考。”家住北京市的“90后”女生陈玲想通过网络平台选购一款手表作为生日礼物。在得物APP上，她通过增强现实(AR)功能“试戴”了几款手表，对手表表盘大小、金属质感、皮革纹理，甚至连表带扣等雕花细节都有了深入了解，最终选定了一款。

腕表能“试戴”、鞋可“试穿”、口红能“试色”、艺术品会上“墙”……得益于得物平台在AR等数字技术应用方面的不断创新，年轻消费者正在获得越来越多沉浸式的购物体验。在球鞋、美妆、箱包、配饰、潮流艺术等近10个消费品类，消费者不仅可通过AR、3D功能感受商品的尺寸大小、细节特征、穿搭效果，还可通过扫描“鉴别证书”查看部分商品的AR模型，获得产品品质保证，提升网购安全感。

据了解，新型消费是指利用各类新技术实现供需、产销高效匹配，形成一系列新业态、新模式、新场景和新服务，从而有效满足消费者对更好产品和服务的需求，并促进消费高质量发展的各类消费的总称。近年来，在科技赋能和消费升级驱动下，新型消费迸发出新活力。

“新型消费不是一成不变，而是随着技术进步和经济社会发展水平变化而不断变化的。”中国宏观经济研究院

对外经济研究所副所长王蕴认为，新型消费具有明显的数字化、网络化和智能化特点，主要包括网络购物等线上商品零售业态、“互联网+服务”等线上服务新业态、无接触式消费等新模式、平台型和共享型消费新业态等。

防疫期间，智慧超市、智慧商店、智慧餐厅、智慧商圈等无接触式商业模式和业态快速发展，在线文娱、在线健身、在线旅游等成为消费恢复性增长的新动力。以在线医疗为例，中国互联网络信息中心发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年12月，全国在线医疗用户规模达2.98亿人，同比增长38.7%，成为用户规模增长最快的领域之一。

线上线下深度融合

骑行途中电动车突然爆胎、没电、无法行驶……这些麻烦让很多消费者在购买电动自行车时十分谨慎。前些天，江苏省南京市李女士在上班路上遭遇电动车爆胎，一时找不到维修点，她打开购买哈啰电动车时下载的手机客户端，在道路救援服务选项中发送实时定位、救援类型，然后下单。不到5分钟，附近电动车门店工作人员就联系了她，并在10多分钟后赶到现场，很快补好车胎。由于她购买的电动车还在“三包”期内，此次服务并不收费。

如今，电动车道路救援服务正朝着平台化、智能化方向发展。据哈啰电动车相关负责人介绍，消费者购买电动车后，车辆信息等会被录入后台数字系统，不仅实现了道

路救援快速响应和派单，还在收费上做到公开透明。在“三包”期内，零件更换、上门服务不收费，超出“三包”期后，系统会根据车型及需要更换的配件自动计算、生成相关费用，负责维修的门店不能干涉价格。同时建立服务过程监控流程，服务工单“一单一结算”、好评奖励、线上服务订单差异化结算等模式，确保服务优质化。

线上与线下、业态与场景的融合发展，正在成为新型消费的典型特征之一。线上线下和预订、线下体验和配送越来越普遍，线上线下融合消费日益成为主导消费模式。

受疫情影响，多类市场主体主动“上线”。在武汉户部巷、北京簋街等餐饮街市，一些餐厅堂食人气少了，但线上订单十分火爆。在浙江义乌国际商贸城，外贸公司业务员一边拿着自拍杆，一边指着商品为手机另一头的外国客商询价，“云采购”“线上淘”成为外贸新方式。

各大网络电商平台积极拓展线下布局。近日，京东APP上线“京东新百货”频道，主打来自全球的著名品牌和首发、限定品以及礼盒套装、反向定制新品等；还将在全国范围内布局新百货线下实体店，实现线上线下场景一体化。

专家认为，与传统消费相比，新型消费具有较强创新性、成长性和适配性，特别是线上与线下的深度融合性为其中长期增长创造了新空间。

不断挖掘消费潜力

“太划算了，不管是去超市、酒店、景区，都可以使用消费券，类似消费福利很吸引我。”今年“五一”假期中，海南省海口市王女士使用了多张消费券；她还购买了“嗨游福袋”乘坐“福袋巴士”游海口，虽没能中奖，但巴士途经商圈的优惠券让她觉得挺值。5月3日起，海口市连续13天向市民游客发放海口促经济消费券，首批消费券涵盖1.3万个离岛免税消费券包和5200个生活消费券包。

北京、广州、深圳、云南等地发放消费券，成都打造数字消费生活节、杭州开启数智新消费暨文三数字生活嘉年华……多地近来通过线上与线下结合方式，不断挖掘新型消费潜力。

在多地积极培育下，富有地方特色的新型消费场景正在形成。在北京，通过完善网络零售、“互联网+流通”、跨境电商等政策体系，“互联网+”消费新模式不断壮大。在广东，5G网络、数据中心和工业互联网等基础设施建设成为新型消费发展的重要抓手。去年广东新建5G基站4.67万座，累计建成17万座，限额以上单位通过公共网络实现商品零售额增长22.5%……

随着新型消费不断发展，下一步如何打通制约消费的堵点成为关键。中国社会科学院财经战略研究院流通产业研究室主任张华建议，应全面实施市场准入负面清单制度，引导生产要素流向新业态新模式发展领域，促进生产方式转变，更加注重技术、工艺和功能提升；深化税收金融制度改革，减轻企业负担的同时，使资金高效、自发进入具有发展前景的新兴领域；建立跨部门、跨地区数据共享平台和协同管理机制，提高现代化治理能力；优化营商环境，通过降低市场交易成本、强化对新型消费企业资质评价、完善知识产权保护及其配套制度体系等，进一步激发新型消费发展动力。

“积极备战米兰冬奥会”

2022年北京冬奥会，中国短道速滑队运动员武大靖与队友为中国代表团夺得首金。4月8日，在北京冬奥会、冬残奥会总结表彰大会上，武大靖被授予“突出贡献个人”称号，习近平总书记为他颁授奖章和证书。

“这是总书记对我们运动员无微不至的关心和爱护。”武大靖说。近期，人民日报海外网访谈节目《海聊》专访了武大靖。他表示，接下来他将积极调整好身体，积极备战2026年的米兰冬奥会。

“我最想推广短道速滑”

“运动员是要靠竞技水平说话的。”武大靖说，每一名队友都有着不屈不挠、迎难而上的精神。“我和队友们认识很多年了，默契是一点点培养起来的。比赛当中的不确定因素，考验着队友之间的默契。”武大靖表示将在赛场上继续拼搏。“因为这就是我所热爱的。”

2022年北京冬奥会带动了中国3亿人参与冰雪运动，推动了全民健身的发展。武大靖说：“我们的生活离不开运动，特别是青少年朋友，要多走出教室，多走向操场。”“在注意安全的前提下，大家可以尽情地享受冰雪运动带来的快乐。当然，我最想推广的肯定是短道速滑项目。”武大靖笑着说。



人民日报海外网《海聊》专访武大靖

海外网 李昂尧

《海聊》专访武大靖的节目海报。海外网 张子旭制图

中国数字阅读用户规模已达5.06亿

科技赋能，阅读越来越有趣

海外网 李雪钦



智慧大棚 助农增收

近年来，浙江省湖州市南浔区创新建设示范“智慧大棚”，引导农户通过物联网设备对大棚内空气温度、湿度、光照进行实时监测，智能化控制棚内蔬菜的灌溉、通风等，节约了人力维护成本，实现产量与效益双提升。

图为5月10日，在南浔区旧馆街道的果蔬孵化园，当地村民在智慧大棚内进行黄瓜苗期管理。 张 斌摄（人民图片）

互联网时代，以电子书、有声读物等为代表的数字阅读已成为人们获取知识、信息的重要方式。专家认为，要坚持精品战略，不断丰富数字阅读产品的文化内涵，以优质内容给读者更多文化滋养；要坚持创新驱动，主动适应移动化智能化的阅读趋势，让全场景的数字阅读惠及更多读者。

“随时随地都能阅读”

“6年来，我在平板电脑书房APP的‘书架’里下载了600多本书，每天花四五个小时读书或听书。在阅读中，我享受快乐，充实生活。”来自湖北的程先生说。

科技赋能，不只是阅读方式迭代更新，数字阅读的场景也更加多元化。“下载有声阅读APP，不仅可以听小说，还可以听新闻等，重要的是解放了双眼，还能达到阅读的效果。”安徽省蚌埠市的王女士说，她平时工作忙，所以选择有声阅读，在做饭、做家务的时间听书学知识、了解新闻。

“在音频和短视频平台成为阅读推广重要阵地的今天，唯有以变应变，才能跟上时代节奏、满足读者需求。”江苏省扬州市全民阅读活动办公室工作人员杨静路说，扬州充分运用各类新兴媒介和传播平台，如发挥“学习强国”平台作用，推进数字农家书屋建设，加强与喜马拉雅等听书平台合作，满足读者多样化阅读需求，实现“随时随地都能阅读”的目标。

互联网时代，数字内容的创新表达和呈现方式令人眼前一亮。书中的物动起来，演绎精彩故事情节；书中的植物、动物、建筑惟妙惟肖，阅读变成了身临其境的体验……在近日举行的首届全民阅读大会上，数字阅读体验馆设置了数字阅读成果、IP精品等展区，集合了VR阅读、5G高清视频、5G高清听书、AI智能导读等创新阅读服务，为用

户提供丰富有趣的沉浸式阅读新体验。

“随着互联网、移动互联网的迅猛发展，数字出版已经成为出版业的重要组成部分，数字阅读也成为越来越多人的重要阅读方式。”中国新闻出版研究院出版研究所所长、国民阅读研究与促进中心主任徐升国接受本报采访时说，数字出版形态包括电子书、有声书、视频传播、多媒体课件、虚拟现实3D内容等多元化呈现方式，也包括个性化内容推荐、用户参与内容创造等新型知识生产与传播方式。“数字出版与传统出版的深度融合发展，正成为中国出版业的重要发展方向。”

年轻人成为数字阅读主力军

由于存储量大、检索便捷、便于保存、传播迅速等优势，数字阅读备受青睐。

中国音像与数字出版协会发布的《2021年度中国数字阅读报告》显示，2021年中国数字阅读用户规模达5.06亿，其中44.63%为19岁至25岁用户，27.25%为18岁以下用户，年轻人成为数字阅读主力军。

“数字阅读正在为全民阅读带来新增量。《论语》是阅文平台2021年最受欢迎的读物，全年站内阅读人次接近3000万。这些阅读《论语》的读者，超过80%是30岁以下的年轻读者。读者在评论区讨论经典、答疑解惑，让经典文化在数字空间焕发新生命力。”阅文集团相关负责人表示。

数字阅读发展迅猛，形成了多元内容题材格局。据统计，目前电子书涵盖

文学小说、人物传记、历史社科、教材教辅和经营管理等方面。《2021年度中国数字阅读报告》显示，中国数字阅读加速出海，2021年出海作品总量超40万，成为书写和传播中国故事的重要力量。

“数字出版大有可为。”四川大学文学与新闻学院教授王炎龙接受本报采访时说，从市场来看，近几年，中国的数字阅读产业规模持续增长，用户规模逐步扩大，用户黏性持续攀升，整体行业市场保持良好的发展势头。“数字阅读将开启一个全新的阅读时代。对个人而言，书籍是不可或缺的精神食粮来源。书籍内容能与多样态的技术形式进行融合叠加，从而带给人们多感官、多时空、多体验的阅读氛围。新的阅读模式也将影响未来社会的文化形态、社交模式等。”

优质内容是核心竞争力

随着数字阅读用户的持续增长，人们对数字阅读的需求日益多元化，这对数字阅读内容和供给提出了更高要求。

为加快推动出版深度融合发展，一系列针对性举措正频频落地。2021年12月，国家新闻出版署印发《出版业“十四五”时期发展规划》，提出壮大数字出版产业，强化新一代信息技术支撑引领作用，有效整合各种资源要素，创新出版业态、传播方式和运营模式，大力提升行业数字化数据化智能化水平，壮大出版发展新引擎。

近日，中宣部发布《关于推动出版深度融合发展的实施意见》，提出要立足

扩大优质内容供给、创新内容呈现传播方式、打造重点领域内容精品，强化出版融合发展内容建设，充分发挥技术对出版融合发展的支撑作用。

“我们应看到传统出版单位数字出版技术应用能力不强、传统出版与新兴出版融合程度不高等现象困难和问题，核心问题是出版融合发展人才队伍建设方面。”中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然接受本报采访时说，现有数字出版人才队伍不足，对数字出版人才的考核、评价与管理的体系和机制较欠缺，应做好数字出版人才的岗位能力素养提升、职业规划和考核评价管理体系建设，为中国出版业高质量发展打好内容、技术、管理和人才基础。

“技术时代浪潮之下，数字阅读成为新蓝海。”王炎龙认为，数字阅读服务提供者需从内容、技术、人才等方面作出全面布局，积极推进数字阅读平台的内容建设，创新平台的服务模式。“版权是未来数字阅读市场竞争中的核心要素，是数字阅读的起点，是平台服务的中心，如何横向拓展‘版权池’、并对版权产业链进行纵向开发是业界亟须解决的问题。”

徐升国说，新兴网络技术将推动出版业进一步发展，通过对包括虚拟现实、增强现实、混合现实、区块链等新型交互技术的广泛应用，数字出版业将迎来全新的升级。

专家认为，无论阅读形态和场景如何变化，优质内容仍是数字阅读的核心，应将数字出版产品的内容导向和内容质量放在首位，更好满足人们多场景化的阅读需求。