

网上中国

抢抓网络机遇,推动社会进步

数字经济为创业青年搭台

本报记者 彭训文

以信息技术为核心的数字经济正成为实现经济复苏、有效推动经济社会高质量发展的新动能和新引擎。据工信部统计,2017年到2021年,中国数字经济规模从27万亿元增长到了超过45万亿元,数字经济在整个国内生产总值(GDP)中的比重已经从33%提升至39.8%。

数字经济催生新产业、新业态、新模式,给当代青年的生活和观念带来巨大变化。不少青年人借助数字经济创造新的解决方案,闯出一片新天地,勇当时代“弄潮儿”,并不断推动着社会进步。



在江西省新余市高新区康展教育智能制造专业部机器人实训车间,老师指导学生进行智能数控操作。

赵春亮摄(人民图片)



“我的命运是被手机改变的”

“能有今天的生活,我很感谢短视频。”25岁的藏族女孩格绒卓姆,在网络上是一名拥有几百万粉丝的短视频博主。她的家乡位于四川省甘孜州稻城县,由于交通不便和地理条件等因素,这里的人们以务农、采摘山货、放牧为生。格绒卓姆读书不多,从小和父母一起做农活。

5年前,格绒卓姆偶然间将拍摄的挖虫草视频传到网络上,引发网友关注。后来,她用手机记录生活的点点滴滴:晒松茸、采菌子、唱山歌、用雪水煮茶……这些反映农村生活风貌的视频很快吸引了大量粉丝。2019年,她与当地村民成立合作社,销售虫草、松茸等山货,带领村民一起致富。“我的命运是被手机改变的,手机、互联网让我迈入更加广阔的天地。”格绒卓姆说。

“互联网+”、网络协同制造、在线办公、电子商务、数字文娱、互联网营

销、网约配送……随着数字经济发展,新的从业模式和职业岗位不断涌现,数字化新职业成为很多年轻人的新选择。记者了解到,人力资源和社会保障部发布的4批56个新职业中,与数字经济相关的新职业超过20个。《中国青年报》近日进行的一项调查显示,75.1%的受访青年愿意在数字经济领域就业或创业。

“数字化新职业不仅是青年实现梦想的舞台,更是经济社会发展的重要组成部分和驱动力。”清华大学国情研究院研究助理刘东浩认为,相比传统的职业,数字经济下的新职业更具有多样性、趣味性、灵活性、科技性,数字化、智能化、网络化的特征更加突出。

“数字化新职业不仅是青年实现梦想的舞台,更是经济社会发展的重要组成部分和驱动力。”清华大学国情研究院研究助理刘东浩认为,相比传统的职业,数字经济下的新职业更具有多样性、趣味性、灵活性、科技性,数字化、智能化、网络化的特征更加突出。

图:在贵州省榕江县计划乡加宜村某民宿工作的王仙桃除了负责民宿的日常运营管理之外,还利用空闲时间拍摄短视频,宣传家乡的旅游业。图为王仙桃(右)在录制短视频。

新华社记者 欧东衢摄

如今,在一些医院、商场门口总能看到一种能够消杀和检测体温的机器人。这些机器人极大提高了体温检测效率,也降低了人们因近距离接触所带来的风险。

这些机器人的创造者是一个年轻团队。“移动机器人平台一直都是我们的专长。防疫期间,我和同事都在想用机器人做点啥?”优艾智合机器人科技有限公司联合创始人兼海外事业部总监齐芸芸说,经过一番“头脑风暴”,大家决定制造一款白天检测人体温、晚上执行消杀的抗疫机器人。

3天设计、2天模拟、7天制造、22天测试……经过近1个月研发、测试,他们将第一台机器人捐赠给武汉一家医院试用。“当听到电话里反馈非常有效时,我们兴奋极了。”齐芸芸说,那一刻,大家真正体会到数字技术的重要意义。随后,他们收到世界各地数百封求助电子邮件,赶制的数百台机器人在数十个国家参与抗疫。

随着新基建加速、互联网迭代升级,青年正在成为促进数字经济发展、推动社会进步的生力军。中华全国青年联合会副主席傅振邦在近日举行的世界青年发展论坛数字经济主题论坛上指出,中国始终重视发挥青年对数字经济的促进作用。在信息技术、科技应用等以数字技术为基础、以创

“感谢中国同行给我提供学习机会,现在我也是一名电商达人了。”马来西亚数字乡村项目Parcel365的创始人艾迪·莫克5年前创办了一家提供快递柜服务的企业。但是,由于许多农村基础设施落后,他的企业运营效率不佳。

3年前,艾迪·莫克获得了一个免费到中国接受电商培训的机会,他和其他学员一起到中国的“淘宝村”学习。学成回国后,艾迪·莫克将原先功能单一的快递柜升级为可以快递取件、物流跟踪、统计分析业务数据的智能快递柜,并在农村地区培训合伙人。而今,当

促进数字经济发展的生力军

新为核心竞争力的行业中,青年占比均超过一半。

有业内人士指出:“在解决就业、减贫、缩短数字鸿沟、赋能企业数字化转型等方面,数字技术已展现极大潜力,中国需要更多青年投入数字经济。”

中国信息通信研究院云计算与大数据研究所副总工程师王蕴韬认为,今天的青年一代可以利用人工智能、大数据、区块链、云计算等数字技术,将数据程序转化为现实服务,以数字技术赋能各个产业,推动社会进步。

下图:空气环境自动消毒机器人在安徽合肥南站通过自动识别路径进行喷洒消毒。

新华社记者 周牧摄



提高参与国际合作的本领

地农村成为一个个“淘宝村”,小卖部店主帮助村民网购、寄件、收件,成了艾迪·莫克的合作伙伴。

随着数字经济在促进世界经济发展中发挥重要作用,加强青年合作,共建全球信任网络,成为迈向数字文明的必然选择。“下一步,我们愿与各方一道,坚持互学互鉴,深入开展产业数字化政策与实践经验分享,释放数字化对经济发展的放

大、叠加、倍增作用。”工信部总经济师许科敏表示,中国将坚持共建共享,发挥世界各国间的协同效应和互补优势,推动数字技术、标准、产品在全球范围内广泛顺畅流通。

天津财经大学教授从屹认为,年轻人在参与数字经济国际合作过程中,应积极结合中国的发展建设,提高自身本领。比如年轻人在“走出去”的过程中,会遇到各国不同的数字经济政策和规则,青年一代要认真学习国际规则,更好地在国际化过程中发挥自身优势。

明码标价,让网购更放心

本报记者 高乔



科技大篷车进村啦

近日,浙江省台州市科协的科技大篷车开进路桥区蓬街镇五联村,科技志愿者通过操作机器人、科学小实验、航模制作等趣味活动,为小朋友们送上一份“科技大餐”。

图为在台州市路桥区蓬街镇五联村,小朋友正观看科技志愿者操作的机器人表演。

蒋友青摄(人民图片)

在电商平台购物,似乎总能赶上些“节日”——电商购物节、夏日游泳节、“88”狂欢节……各种名目的购物节接连不断,促销活动和打折价格往往让消费者“手痒”。然而,网络交易的虚假报价甚至价格欺诈现象也时有发生。国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》近日正式实施,提出经营者通过网络等方式销售商品或者提供服务的,应当通过网络页面,以文字、图像等方式进行明码标价。网络交易纳入标价市场监管,消费者网上购物有了更多政策法规层面的保护。

虚假促销成消费痛点

蹲守“购物节”促销活动、查看商品折扣规则、为凑齐“满300减30”之类的满减优惠券……随着网上购物逐渐普及,关注并研究电商购物平台的促销活动已成为许多网购消费者的实用生活小技巧。

国家统计局近日公布的数据显示,今年上半年全国网上零售额6.3万亿元,同比增长3.1%。其中,实物商品网上零售额5.45万亿元,增长5.6%,占社会消费品零售总额的比重为25.9%,较去年同期提升2.2个百分点。中国网络零售市场保持稳步增长,成为促进国内经济发展的重要力量。

随着电商平台快速发展,花样繁多的网络促销活动层出不穷,网上购物的新型价格欺诈现象也随之出现。借助

电商平台的便捷操作和网络销售特性,部分商家通过先提价再打折、促销期间涨价、活动结束后就降价、虚构原价、虚构优惠折价等方式,炮制“跳水价”等虚假促销信息。

根据中国消费者协会发布的《2022年“6·18”消费维权舆情分析报告》,今年“6·18”促销活动期间消费负面信息主要集中在产品质量、价格促销和直播带货等方面。其中,有关价格类负面信息约29.6万条,关注点集中在先涨价后打折的虚假促销行为。众多消费者反映部分品牌产品在活动中先涨价后降价,实际成交额与原价几乎无差,甚至有产品叠加折扣后比原价还贵。华而不实的电商促销活动已是不少消费者的痛点。

新规为网购保驾护航

针对网络交易的新特点和消费者网上购物的新需求,《明码标价和禁止价格欺诈规定》(以下简称《规定》)就明码标价和价格欺诈制定了更具针对性的相关规定,更加贴合当前电子商务的实际交易状况。

《规定》第二十条规定,网络交易经营者不得实施下列行为:在首页或者其他显著位置标示的商品或服务价格低于在详情页标示的价格;公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则不一致;其他虚假或者使人误解的价格标示和价格促销行为。网络交易平台经营者不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假

的或者使人误解的价格标示。

“网络促销活动中先涨价后打折等‘套路’,侵害了消费者知情权、选择权、公平交易权,消费者有权撤销合同。而如果确实构成欺诈,消费者可以要求退还一倍价款以及赔偿三倍价款。”中国人民大学法学院教授刘俊海认为,此次《规定》有利于保障消费者合法权益,优化企业之间公平竞争的商业生态环境,打造消费者友好型的市场生态环境,促进经济高质量发展。

业内人士认为,对于电商平台而言,自觉完善价格监管的相应操作,规范平台商家的价格策略,既有利于维护消费者利益,也有利于平台提升用户的忠诚度和信任度。对于商家而言,“价格战”从来不是市场营销战略的上策。提高产品技术含量、降低成本,提升产品质量和服务水平,才是提升消费者满意度和品牌价值的正道。商家如果只想在降价方面走一些“歪门邪道”,不仅无益于提升自身产品综合竞争力,更会对市场环境造成破坏。

电商平台应完善价格监管

随着价格监管的完善,不少电商平台上架价格保护功能,用户可点击“一键保价”来申请价格保护,在保价期内,商品降价即可退差价。保价服务的推出,在一定程度上可以防止商家恶意标价,刺激消费者的购买欲,增加成交量,避免消费者集中下单带来的经营、物流压力。但目前,保价不顺畅影响了不少

消费者的购物体验。

“商家以活动结束、商品下架等各种理由拒绝保价”“客服已经同意保价但是迟迟不退款,再次联系客服,又变了说法”“提起保价申请后,商家以使用过平台优惠券不参与保价为由拒绝退差价”……保价服务在落地执行中遭遇了种种限制,不少网友吐槽“保价”之艰难。

2021年7月,国家市场监督管理总局发布《价格违法行为行政处罚规定(修订征求意见稿)》,新增“针对新业态中的价格违法行为”的相关处罚规定,对电商平台杀熟、低价倾销、独占市场等违法行为重拳出击。国家相关部门曾在“6·18”“双11”等网络促销活动期间发文,禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销。此次新发布的《规定》针对各种新型价格标示和价格欺诈行为进行相应的价格监管执法调整,进一步满足当前执法实践需求。

专家指出,在遏制价格违法行为方面,市场监管应当重点对相应的关键责任主体、关键行为与关键节点进行有针对性的强化管制。一是加强对经营者主体在信息披露方面的管制,更好地消除信息不对称、不充分问题。二是加强对电商平台、信息披露平台等的管制,促使平台主体责任对等,防止其利用自身优势进行不公平竞争。三是监管部门应优化监管方式,如利用平台信息汇集功能,更迅速收集消费者反馈与监管意见等,加强监管理念、思路、手段、方法的更新与改进。