

网上中国

智能助老：老人舒心，子女放心

本报记者 杨俊峰

随着互联网技术不断发展，借助网络平台和模式创新，养老服务也越来越“智能”。聚焦老人高频需求，开发智慧服务平台，守护老人生命安全；建设智慧医养平台，老人在线下单，医护上门服务；跌倒报警设备，第一时间响应老人的求助需求……中国多地积极探索新业态，开发新产品，让科技为养老服务赋能。专家认为，智慧养老产业的兴起和技术的迭代升级，让老人的生活更舒心，子女更放心。

一键呼叫，随叫随到

一个呼叫终端，一台红外感应设备，一个24小时服务平台，让越来越多老人享受到安心的居家养老服务。

在山东省日照市岚山区安东卫街道，小小的“遥控器”成了86岁独居老人陆新皆的好帮手。陆新皆需要送餐、保洁等服务时，就按下这个“遥控器”。另一端，专属护理人员黄昌丽接到系统通知，及时赶往老人家中，提供相应服务。“一键呼叫，随叫随到，真方便！”陆新皆把这个呼叫工具当成“宝”。

据了解，山东省加快构建居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系，将发展智慧养老摆在重要位置，充分利用互联网、大数据、云计算等信息技术手段，建立起智慧养老管理平台、智慧养老服务平台、养老信息网，依托省级“两网一库”，市、县搭建起智慧养老综合管理服务平台。

“岚山区搭建的智慧养老综合管理服务平台，汇聚全区养老数据，实时分配任务订单，为居家老年人提供助餐、



在浙江省湖州市长兴县画溪街道姚家桥村区域居家养老服务中心，志愿者指导老人使用远程问诊智能服务终端。

助浴、助医、助乐、助洁和助行等“六助”服务。”岚山区民政局副局长胡宾介绍。

在天津市河西区“一库一网一平台”智慧养老服务体系中，智慧养老服务平台建立起应急救援机制，为独居老人免费安装了京东“一键通”呼叫设备，开展“7×24小时”应急帮扶，解决辖区内老人居家安全的难题。

家住河西区桃园街道广顺园社区的翁奶奶就是社区养老新服务“一键通”的受益者。翁奶奶家里免费安装了“一键通”呼叫设备，当有应急需求时，只要拨通“一键通”，便可以直连智慧养老服务平台，由社区网格员和志愿者组成的“敲门小组”会上门查看老人情况，提供帮扶。

足不出户，居家就医

“再巩固一次就差不多了，后续还要注意行动姿势，减少坐立时间……”湖南省长沙市长沙县果园镇卫生院院长王涌江对李剑忠说。这是他第三次到果园镇杨酒店社区居民李剑忠家上门服务。李剑忠处于腰椎间盘突出狭窄手术后恢复期，以前从家里去一趟镇卫生院要半小时。“多亏了智慧医养平台，现在我可以足不出户在家就医了！”李剑忠说。

凸显文化自信，促进产业升级

年轻人争相打卡“国潮”消费

本报记者 孙亚慧

产品新潮有趣

出生于1995年至2009年之间的“Z世代”群体格外青睐“国潮”，已成为一股不容忽视的新兴消费力量。

业内人士认为，“Z世代”成长于物质生活富足、互联网与新媒体环境快速普及发展的时代，同其他年龄层的消费者相比，“Z世代”的民族自豪感与文化自信更强，对兼具设计与质量的国货认同感更高。同时，他们具备较高的消费能力并逐渐成为线上“国潮”市场的消费主力。

如今，“国潮”产品正上演一场与年轻消费者的“双向奔赴”，很多传统企业开始迎合消费者的时尚需求，推出新产品线，变得更“潮”更有趣。例如，特步推出“特步少林”跨界产品，通过解构传统武林文化，让运动装更酷更时尚。拥有400多年历史的“中华老字号”制药品牌马应龙与湖北省博物馆联名推出的妆奁礼盒产品“楚盒”成功“出圈”，纹样考究的妆奁让不少网友眼前一亮。

上海社会科学院经济研究所副研究员邸俊鹏认为，多样化的年轻消费为老字号注入了新活力，带来了新增长。“打通老字号与年轻人之间的供需障碍是关键。一方面，传统企业要理解年轻一代所追求的精神共鸣和情感认同，进而改善产品与服务品质；另一方面，年轻人的新需求和新主张从消费端也能推动‘国潮’品牌不断创新，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。”

此前，有海外媒体评价，“国潮”在中国方兴未艾，年轻人正塑造着消费新潮流，这些产品在质量和原创性上与世界大牌相比毫不逊色。报道称：“在观察人士看来，‘国潮’之所以能够站稳脚跟，是因为代表着中国消费者心态真实而深刻的变化。对商业世界来说，中国消费者的文化、身份和市场重要性及影响力与日俱增。”

“云”上风流行、国货热销，“国潮”涌动，凸显出中国消费者的喜好之变。在汉辰表业集团首席执行官徐创越看来，越来越多的中国年轻人正在回归传统文化、欣赏国产品牌。线上“国潮”兴起所折射出的文化自信，给市场带来了很大机遇。

变身社交符号

不少年轻人喜欢通过社交平台分享国潮消费体验，寻找“同好”与归属感。2022年6月发布的《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示，年轻消费者不仅为老字号品牌注入新活力，也助推新兴品牌迎来快速发展的窗口期。不少老字号品牌将年轻人作为新品研发的参照坐标，通过开辟年轻潮流产品线、跨界联名等新玩法实现“逆龄”生长，打破品牌固有形象和边界，成功获得年轻圈层青睐，甚至让产品成为一种“社交符号”。

专家认为，消费者面对“国潮”时的情感认同，让“国潮”产品更容易具备社交属性，诸如得物APP、小红书等拥有许多年轻粉丝的平台，可以实现从社区到交易的“闭环”，这有利于“国潮”品牌在社群内更好建立口碑。

“社区是供需互动、需求发现和培育的重要场所。平台可以通过潮流生活社区帮助老字号、‘新国潮’更好理解年轻人，也拉近了与年轻人的心理距离。”国潮品牌可以借助电商平台首发多样化新品，并以此作为沟通契机，融入年轻人的日常生活。”邸俊鹏说。

业内人士提醒，打造“国潮”品牌的持久竞争力，还要警惕透支“国潮”红利，回归品牌本质。应在产品研发、供应链打造、数字化建设、组织能力培育等长期工程上持续投入，逐步实现以数字化为基础的商业模式升级。唯有靠质量与设计展示出核心竞争力，才能让“国潮”站稳脚跟，带给消费者更多惊喜。



在海南省海口市举办的第二届中国国际消费品博览会上，一件国产黄金头饰吸引观众拍照分享。

新华社记者 杨冠宇摄



安徽省阜阳市颍上县南河镇姚岗村的花农在直播带货，通过网络平台销售蝴蝶兰。

王彪摄(人民图片)

首批数字技术工程师评价考核在渝举行

本报重庆电(记者常碧罗)根据人力资源和社会保障部、工业和信息化部、科技部等部委实施的数字技术工程师培育项目统一部署，由工业和信息化部教育与考试中心统一组织、重庆市人力资源开发服务中心具体实施的全国首批数字技术工程师大数据工程技术人员(初级)等级评价考核近日在重庆举行。考核合格学员将取得全国首批数字技术工程师大数据处理与应用(初级)专业技术等级证书。

“本次考核针对的是已经参加数字技术工程师大数据专业培训并取得合格证书的学员，大多数来自各信息技术公司，也有事业单位、运营商、教育机构的人员。考试科目分为理论和实操，力求较为全面地检验培训成果，选拔数字技术人才。”重庆市人力资源开发服务中心相关负责人介绍，“本次考核是全国首次数字技术工程师大数据专业技术等级考核，证书将

由工业和信息化部教育与考试中心统一发放。”

据介绍，重庆已于去年5月在全国率先启动数字技术工程师师资、大数据工程技术人员学员培训，率先在全国颁发首批师资培训合格证书；率先在全国举办大数据专业评价考核；研究制定支持数字技术工程师发展的10条配套措施，新增设立数字技术专业职称；开展数字技术领域新职业专业技术培训。

截至目前，重庆“满天星”行动计划已引进软件和信息服务急需紧缺人才4000人，培养软件领域专业技术人才5055人。据悉，2022年至2030年，重庆将围绕人工智能、物联网、大数据、云计算、数字化管理、智能制造、工业互联网、虚拟现实、区块链、集成电路等数字技术领域，实施规范化培训、社会化评价，计划每年培养培训数字技术人才3000人左右。