

网上中国

云中漫笔

互联网“新年俗”传承“新年味”

网上春节也热闹

本报记者 叶 子

玉犬献瑞辞旧岁，金猪添富迎新春。除夕至，年味浓。在每家每户，热腾腾的年夜饭即将出炉；在互联网上，过年的喜悦也处处洋溢。科技与传统的结合，催生了新年俗、新年货和新的祝福方式，这一切让拜年、过年、分享“年味儿”更有趣味。

新年俗

“你集齐五福了吗？”这可能是最近人们见面时最高频问候语之一了。正值新春佳节，互联网时代应运而生的集五福这一新年俗又热起来。

“父亲写福字，母亲贴福字，我来‘扫’福字，家里年味儿浓浓的。”大学生小刘很热衷于网上集五福的活动，他不仅和同学朋友之间交换福卡，还拉着父母一起参与。小刘说：“重要的不是最后能分到多少钱，而是和父母一起玩，让他们也感受、体验互联网时代的新年俗。”数据显示，2018年春节，参与支付宝集五福的中老年群体数量达到7000万，集福成为春节期间长辈与晚辈情感交流的利器。

今年，支付宝“集五福 过福年”活动有了更多新玩法。除了传统的AR（增强现实）扫福，网友们还可以通过给蚂蚁森林的福气林浇水、上“答答星球”比赛答题、在蚂蚁庄园喂小鸡吃糖葫芦等玩法获得福卡。其中，为福气林浇水所累积的能量，将以一定比例转换成在内蒙古科右中旗等地种植树木，为绿水青山做贡献；而网友在“答答星球”上的比赛题目，都与安全教育有关，可以说是寓教于乐。

除了集五福，抢红包、拼手速也成了春节假期的一道风景。玩短视频分享红包是今年春节的一大热门。例如，在快手平台上，拍摄拜年短视频分享给朋友，能发拜年红包；而亲朋好友聚会时一起拍摄全家福可以抢红包，人工智能会自动识别视频中合影的人数，人数越多，分配红包数量和金额也会越多。

新年货

“妈，我给家里备了点年货，快递显示今天配送，您记得收货。”“爸，您喜欢的



陕西西安商场内，支付宝用户用手机扫福字集福卡。

资料图片

海鲜我在网上买了，全程冷链配送，到家还是新鲜的，您不用赶早去市场抢购了”……今年，多家快递公司推出“春节快递不打烊”服务，帮用户实现了“人还没回家，年货已送到”的心愿。

网购兴起，不仅使购买年货更方便，也催生了许多不同以往的新年货。天猫发布的《2019年货消费报告》显示，坚果、蜜饯和膨化食品仍是年货必备“老三样”，但新需求和新场景正在诞生，在增速方面，游戏机、景点门票和运动手环成为年货界的“新三样”。

京东大数据研究院发布的数据显示，1月4日至1月14日期间，全国销量前五的年货

分别是食品饮料、手机通讯、服饰内衣、电脑办公和母婴类产品。另外，年货的选择走向全球化。在京东平台上，进口商品的销售同比增长了64%。泰国的香米、英国的饼干、俄罗斯的糖果都成为备受网友喜爱的洋年货。

在北京工作的小赵选择了运动手环作为新年礼物。“我给爸妈和自己都买了一个。”他看中了手环可以记录运动数据、睡眠质量等功能，希望能帮父母加强身体锻炼，也希望自己摆脱“每逢过年胖三斤”的尴尬。张先生购买的年货是一套全家出游的机票，“忙碌了一年，春节假期我想带着全家出国放松放松，感受不一样的

年味。”

新祝福

“诸事顺意”“福星高照”……一个个圆润饱满的汉字，搭配可爱呆萌的卡通小猪形象——这个春节，许多人都被这样的祝福表情包“刷屏”。在社交软件上，春节系列表情包成为人们交流中不可或缺的部分。

“我精心挑选了几套祝福表情包，猪的形象要可爱，祝福语要齐全，颜色搭配要温馨，然后提前下载好，就等着过年的时候给大家送上祝福。”小刘说，“现在这个时代，很少有人会手写拜年信了，表情包是聊天的调味剂，不管老人小孩、朋友同事，都适用。”

比表情包、电子贺卡更能直接传达心意的，还有短视频。陈阿姨今年就迷上了用短视频送祝福。她特地穿上鲜艳的红色衣服，站在自家客厅，让女儿给她拍摄了一段数十秒的短视频。视频中，她双手合十，讲出祝福的话，女儿还给她加了特效，屏幕上出现梅花、灯笼等喜庆元素。“现在科技进步了，过年变得更好玩了！我把这段小视频发给朋友，大家都很喜欢。”陈阿姨说。

确实，如今过年，大多数人可能无法见面，但社交网络将人们紧紧地联系在一起。互联网上送祝福的新玩法，让网民体验到了科技进步的欢乐，也让更多人感受到分享的喜悦。

小郭在英国攻读硕士学位，这段时间他不忘与国内的好友交换福卡、在朋友圈分享生活。“一些久未联系的朋友因为春节祝福又聊了起来，大家更新了各自的近况，还相约新年的相聚。我们的友谊、亲情都热络起来。”小郭说，即使一个人身在异乡，通过互联网，他感受到了同一个春节、同一份喜悦。

网红食品需严守安全底线

李 嘉 宝

最近几年，网红食品大行其道。为了买到一杯奶茶、一块蛋糕，人们愿意花上几个小时排队，甚至出高价从“黄牛”手中拿货，拿到美食后，再拍照上传到社交平台“打卡”……这已经成为时下许多年轻人的饮食新时尚。

在互联网时代，食品销售方式发生巨变，销售渠道也更加丰富。网红食品的最大共性是对“流量”的娴熟驾驭。借力人际传播和社交媒体，许多网红食品凭借新奇的概念和独特的形式，被贴上“高颜值”“文艺范儿”“小清新”的标签，受到众多消费者的追捧和喜爱。

网红食品走红，一定程度上满足了人们不断变化的新消费需求，体现了商家在激烈市场竞争中的创新精神，值得鼓励。

但必须注意的是，部分商家在追求利益的同时无视食品安全问题，一些网红食品借助网络平台隐蔽销售，游离于监管体系之外，存在较大的安全隐患。从网红饮料“咔哇潮饮”被查处，到热卖的“三只松鼠”开心果产品被查出霉菌超标，再到网红餐饮店“一笼小确幸”发生食物中毒事件，网红食品质量问题频发，令人心忧。

求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源。对于网红食品来说，食品安全“红线”是其生存之本、发展之源。只有严格遵守这根“红线”，网红食品才能破除“来去匆匆”“昙花一现”的魔咒，获得长远的发展。

如何让网红食品“红”得健康、“红”得长久？各方需形成合力。2018年1月1日，《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》正式实施，走出了规范网络餐饮服务经营行为、保证餐饮服务食品安全的关键一步。监管部门要加强对网红食品的监管，对违法违规行为零容忍，警惕某些“黑作坊”摇身变为“网红明星”，切实保障消费者的权益。同时，商家也要严守职业道德，真正认识到质量才是长久经营之道，从源头把好关、守好门，让消费者从网红食品始于颜值，俏于口味，最终立足质量。对消费者来说，要擦亮眼睛，理性消费，不盲目跟风，保持自控力、辨别力和判断力。

民以食为天，食以安为先。食品安全问题关乎人民群众的身体健康和生命安全。严守安全“红线”，让网红食品成为“真金”网红而非“镀金”，才是正道。

海客游



微笑海滩七星潭

海外网 夏丽娟

“七星潭”在台湾省花蓮县，这个地名很有迷惑性，只有当你亲眼看见的时候才会惊呼：这明明是一片海呀，哪里有潭！是的，七星潭并不是一个潭，而是一片布满鹅卵石的美丽海滩。其实，这里原有几处名为“七星潭”的湿地湖泊，后来因附近修建机场而被填平。不过，居民仍习惯性地称这里为七星潭。

不同于白沙湾的喧嚣与热闹，七星潭是安静而神秘的。海浪层层叠叠，碧蓝和湛蓝的海水总是让人眼前一亮。长达20多公里的洁净海滩布满了大大小小的鹅卵石，这些石头在海水的冲洗摩擦下变得异常光滑，纹理浑然自在。在越靠近海边的部分，鹅卵石就被磨得越细碎，让人感慨。海滩上有许多被来往游人堆叠的鹅卵石塔，仿佛是一场精心编排的仪式，重筑与消逝更替，潮起潮落间，好像什么也没发生过一样。

七星潭的海浪是晶莹剔透的，挟带着一层层乳白色的泡沫翻滚而来，不时漫过脚面。当我走近大海，会听见欢快跳跃的海浪声，大浪来时，会将小石头蹦蹦跳跳地冲上石滩，浪走时又会带走一些石头，所以这里的海浪声特别有趣，也很悦耳。一阵阵的浪，忽大忽小。

傍晚时分，空气中褪去了热，洒在身上的光也变得柔和，整个七星潭被暖色调包裹着。此刻，晚风拂起海面平稳、柔和的波浪，打鱼的小船摇晃在海水中，似是在陪我一起看太阳一点一点隐退在远山里，消融在波光中。远山、鱼船、石塔、波浪共同构成了一幅画卷，让人对这些大自然最原始的美丽肃然起敬。

计程车师傅称七星潭为“微笑海滩”。的确，弯弯的弧度，像极了个可爱的微笑。在这样的海边，总让人变得快乐，快乐后生出一点点浪漫，而浪漫过后总略带一点点伤感。仿佛这美景，走了，就再也看不到了。

很早之前听杨弦的那首《带你回花莲》时，对台湾的原乡风光之秀美，就有了憧憬。而终有这么一天，在七星潭的风和日丽里，我再次聆听到了这样美丽的声音。



智慧养老靠科技

本报记者 何欣禹

智能鞋垫预防老年人跌倒，智能平台实时监测老年人身体健康……近年来，智能化技术被越来越多地应用到养老产业中。在日前举办的第二届智慧健康养老产业发展大会上，工业和信息化部、民政部和国家卫生健康委再次明确相关产业政策。这意味着，智慧健康养老将迎来发展黄金期。

智能技术助力养老

智慧健康养老的兴起与中国的养老现状息息相关。当前，中国老龄人口持续增加，老龄化程度不断加深，截至2017年底，中国60岁及以上老年人口有2.41亿人。面对庞大的老年群体，中国在健康、养老资源的供给上呈现不足态势，信息技术水平较低，难以满足人民群众对健康、养老等日益增长的需求。随着新一代信息技术的飞速发展，智慧健康养老正成为中国化解养老资源供需矛盾的可行途径和必然选择。

所谓智慧健康养老产业，是指面向居家老人、社区及养老机构，基于物联网、计算机网络、智能化设备等科学技术，将家庭养老、社区养老、机构养老等传统养老方式结合起来，为老年人提供全天候、多层次、高效便捷的养老服务，满足老年人物质需求与精神需求的产业。根据《智慧健康养老产业发展白皮书》显示，目前，市场中的智慧健康养老项目包括终端设备、软件产品和系统集成服务，应用服务主要包括老年人远程监护、慢性病管理、在线医疗、社区健康养老等。

工业和信息化部副部长罗文认为，发展智慧健康养老产业为应对人口老龄化提供了有力的科技支撑，为扩大国内市场提供了重要的消费引擎，更为电子信息产业转型升级提供了难得的发展契机。

近年来，在国内信息技术产业与健康养老产业融合不断加深的背景下，2017年中国智慧健康养老产业市场规模达到2.2万亿元。有业内人士预计，未来3年中国智慧健康养老产业将保持高速增长，市场潜力巨大。届时，老年人的多层次需求将得到最大化满足。

智慧养老落地生根

随着智慧健康养老的推行，已经有许多养老机构、街道社区借助云计算、大数据、智能呼叫等先

进科技对养老资源进行优化，并对养老服务管理平台进行智能化升级。此外，帮助监测、安慰和照顾老年人的智能产品也日益普及。智慧健康养老的落地，衍生出各种科技形态。过去的两年里，三部委已公布了两批智慧健康养老应用试点示范名单，目前，全国共有79家智慧健康养老示范企业，130条智慧健康养老示范街道（乡镇）和29个智慧健康养老示范基地。

上海市首批入围智慧健康养老示范街道（乡镇）的8个街道，都是个典型的老龄化老旧社区。在这样一个老龄化程度较高的区域中，“智慧养老”无处不在。在一家老年服务中心，一个个普通的床位凝聚了满满的高科技。智能床垫和床头的平板电脑，可以实时监测老人的心率、呼吸，记忆老人的每一个动作，再搭配上为老人配备的智能手环，每个数据都会及时反馈到服务中心的检测系统，如有异常情况，系统会第一时间通知家属，联系医院。当地还尝试将“嵌入式养老物业+生活服务”的设计变为现实，将区域内各小区物业办公室升级为“嵌入式养老”服务点，建立“惠老家园”。小区内，老人就可在家门口享受智慧健康养老服务。

对于老年人来说，这些融入了智能科技的产品和服务不仅会在一定程度上延长生命，更重要的是，能让他们的生活质量更高、活得更有尊严，使老有所养、老有所学、老有所乐。

推动线上线下融合

从企业到养老机构再到社区街道，智能技术接入养老服务的优势明显。在家庭陪伴、老人陪护、社区居家养老、老年公寓及远程健康医疗等领域，智慧健康养老得到推广和应用，适老化智能产品正在逐渐被老人接受。不过，作为新兴业态，智慧健康养老仍处于发展起步阶段，市场环境缺乏稳定性，多数企业还未形成成熟、可持续盈利的服务模式，仍需不断探索创新。



辽宁省一家养老服务中心服务人员为空巢独居老人安装机器人监护系统。李铁成摄（人民图片）

目前，市场上很多智能化产品都需要连接互联网，而一些智慧健康养老科技产品脱离老人的实际需求，功能繁多操作复杂，老人使用起来很不方便。许多老人没有网络条件，也缺乏操纵复杂智能系统的的能力，产品体验不好，导致有需求的老人得不到好的养老服务。

罗文指出，智慧健康养老关键在“智慧”，要在智能产品上下工夫。开发满足不同人群、不同需求的智能产品，突破核心关键技术，提高实用性、经济性和适老化水平，推动智能产品在老年人中的普及应用。探索政府引导、多元共建、市场运作的有效模式，形成可持续运营能力，探索建立良性商业运转机制。与此同时，要推动线上线下融合，进一步加强跨行业合作，避免“重硬件投入、轻服务保障”“重概念推广、轻有效落地”的现象，让用户实实在在地感受到信息技术带来的健康养老服务的提升与改善。