网上中国

“银发族”即老年人。互联网时代，越来越多的银发老人触网，体验着新鲜丰富的网络生活。如何让老年人跟上时代发展的步伐、更好地融入互联网浪潮，也成为了构建老年人友好型互联网生态环境的关键。

“银发族”触网新体验

海外网 **陈菲扬**

1月19日，江苏大学志愿者走进镇江市和平路街道桃二社区老年网校，手把手指导老年居民学习用电脑和智能手机上网购物、观看新闻、下载音乐等知识和技能，帮助老年人玩转互联网，乐享智慧生活。图为1月19日，江苏大学志愿者在指导老年人上网下载音乐。 **石玉成**摄（**人民视觉**）

网红老人玩直播

直播架、iPad、充电宝……看到这些物品，多数人脑海里都会浮现出年轻的网络主播在直播的画面，很少会将它们与老人联系到一起。而在过去的3年时间里，62岁的王金香几乎每周都与k歌、直播相伴，持续不断地为粉丝带来作品，被粉丝亲切地称为“金香奶奶”、“香妈”。

金香奶奶在全民k歌平台上已拥有超过22万的粉丝，是名副其实的“网红老人”，也是老年人精神生活的代表。她最初只是喜欢唱歌，经常在微信群里给大家唱歌，经人引荐，才开始接触在线唱歌平台。后来随着直播平台兴起，金香奶奶也“玩”起了直播。

“现在，在工作中或者任何的场合下，会用手机和电脑很重要，我刚开始不太会操作手机和这些软件，但是我喜欢尝试新鲜事物，刚好有平台的老师教我流程，所以我后来在直播的时候，也会分享体验心得，希望大家能通过更流畅的操作实现更好地歌唱效果。”为了直播和作品能不断进步、带给粉丝新鲜感，她经常在其中加入一些亮点，比如精心搭配的服装、编排过的手势动作和配合演出的道具等。

在当“网红”之余，金香奶奶还在几家企业做兼职会计。“网络不是我生活的全部，每个月上半个月工作，下半个月唱歌直播，我觉得工作和生活合理安排，这样生活才会充实。”

鸟巢、北海、前门……这位家住在北京的“朝阳大妈”，依托地理优势，用直播的方式为粉丝们展示着京城的美景。听歌、聊天、跟着金香奶奶“逛”北京，有趣又独特的互动方式，不仅使金香奶奶受到大批粉丝追捧，还让金香奶奶从众多“网红老人”中脱颖而出。

打造老人智能产品

随着全球数字技术更迭，互联网步伐并没有适当地为中老年用户慢下脚步，在整个社会迈向老龄化的同时，互联网的设计更加需要关注老人需求，避免将他们遗弃在科技的洪流中。

我国社会老龄化步伐加快，被称为“银发经济”的老年产业也呈现蓬勃发展之势。可穿戴式智能助力机器人、老年人辅助药理水杯、心肺复苏仪……越来越多的为老年人设计的高质量智能产品被研发出来。这些智能产品设计体验不仅为老年人带来了便利，他们在学习使用方法的同时也在一定程度上积极参与了互联网。目前，老人产品市场发展前景广阔，老年人购买力强，他们在追求产品质量的同时也会注重服务体验，并且喜爱交流分享体验。

通过互联网平台的架构，老年人逐渐拉近与时代的差距，但在互联网方面依然处于相对弱势。老年人通过自己的生活经验和他人传授的经验构建了独特的互联网使用方式，形成了区别于年轻人的互联网文化。因此，打造老年人智能产品时要注重老年人的用户体验，为老年人带来良好的服务体验，促进新技术在养老方面的应用。此外，除了用户体验，更多地关注老年人的需求，以老年人的需求为中心，研发更加适合老年人的智能产品，从而更好地帮助他们体验丰富的网络生活。

跨越老年数字鸿沟

在一般的印象中，老年人跳广场舞、带孩子，似乎与互联网时代有着难以逾越的鸿沟。但如今，老年人越来越“潮”，不少老年人热衷于网购、直播、唱k等，这也颠覆了人们对老年人的刻板印象。

西南交大国际老龄科学研究院副院长杨一帆表示，在引入新技术时要充分考虑到年龄多样性，为老年人提供更多的支持和帮助；另一方面要多走进老年人的生活，了解他们的真实需求。在对老年人的互联网体验进行设计时，进行包容性的治理和创新必不可少。“包容、创新、公平的互联网设计一定会为黑发时代、灰发时代、银发时代带来全新的体验和前所未有的创新。”杨一帆说。

随着互联网的力量日渐融入时代的发展中，社会不断发生改变，如何帮助所有年龄的人去适应和拥抱这样的改变是亟待解决的难题，需要多方面共同努力解决。积极面对人口老龄化，帮助老年人跨越数字鸿沟，让老年人在互联网时代不掉队，实现社会的全面发展。

云中漫笔

个人网店『持证上岗』方能长久

李嘉宝

近年来，从平台购物到直播购物，从代购到海淘，网购渠道越来越多，逐渐成为人们“买买买”的主要方式。国家统计局发布的数据显示，2018年全国网上零售额90065亿元，比上年增长23.9%。

在电子商务繁荣发展的背后，大批缺乏线下实体经营场所的个人网店难以按照原有法规办理营业执照，一直处于无证经营的“裸奔”状态。在市场主体资格缺失的情况下，这些网店成为市场监管的灰色地带，鱼龙混杂。一方面，消费者深受其害，合法权益难以得到有效保障，另一方面，也严重扰乱了电商业的良性发展，破坏了市场交易环境。

今年1月1日，《中华人民共和国电子商务法》（以下简称“电商法”）正式实施，这是我国电商领域首部综合性法律。电商法规定，电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。同时，该法也明确定义：“电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织。”

电商法靴子落地，对包括微商、朋友圈代购等在内的个人卖家提出了“持证上岗”的要求，恰逢其时，利好各方。经营者能够告别“黑户”身份，取得市场主体资格，在监管“紧箍咒”下进行合法经营，实现长久发展。个人卖家被纳入“法内之地”，使消费、维权等都有法可依，更好地满足了消费者的需求，保障了其合法权益。同时，这也是对个人创业精神的肯定与呵护，从长远来看有利于促进电子商务健康有序发展，为经济发展注入新活力、新动力。

在电商法正式实施前，2018年12月4日，国家市场监管总局发布《关于做好电子商务经营者登记工作的意见》，对电商经营者的登记要求进行细化，规定电商经营者可以将网络经营场所作为经营场所进行登记，并将经常居住地登记为住所。意见着眼于电子商务虚拟性、跨区域性、开放性的特点，使得个人网店经营者能够低成本、更便利地办理市场主体登记，打消了人们对电商法规定的顾虑。

法立于上则俗成于下。目前，仍有一些经营者还在观望。政府部门的宣传与监管不能缺位，相关商家的法律意识有待进一步增强，消费者也应提高维权意识，拒绝无证卖家。相信随着电商法的全面落地，会有更多的个人网店经营者真正认识到，一“证”在手，方能心中不慌。

互联网大咖秀

迈克·默奇森：

人工智能不应盲目发展

海外网 **濮阳艺婧**

迈克·默奇森是Ada Support（艾达支持）公司的联合创始人兼首席执行官，被福布斯评为“30位30岁以下富豪”之一。Ada公司提供AI（人工智能）聊天机器人自动化的客户服务，旨在为公司节省时间和金钱。Ada Support的总部位于加拿大多伦多，目前，公司已拥有超过100个商业客户和超过2000万的终端用户。

迈克·默奇森和另一位创始人在创建Ada之前，曾亲自加入客户服务团队，回答了成千上万个咨询问题。根据这些经验，他们创建了能消除人为和技术障碍的Ada AI平台，让非技术支持的团队能得到人工智能的帮助，提高为客户服务的速度和成功率。

2007年，默奇森还是多伦多大学国际关系专业的一名大一新生，却被诊断为短期记忆能力缺失和认知功能有限，这对他无疑是个巨大的打击。他决定退学，去医院接受治疗。在漫长又令人沮丧的康复时间里，默奇森想要证明自己的诊断结果是错误的。在此期间，他沉迷于探索人类认知能力。也许正是因为自己有“缺憾”，他对自我认知以及个人如何建立、塑造并形成新的智慧有了深刻理解。

出院后，默奇森把他的新发现带回多伦多大学，在那里开始进一步研究人机交互，打开了通向人工智能的大门，而这仅仅是个开始。他与设计师戴维·哈里里合作并创建公司，尝试解决人类认知和计算机系统交叉的问题。

默奇森对自己的研究有始终如一的热情，但同时也具备着冷静和理智的良好心理素质。默奇森认为，在软件编写代码之前，开发人员一定要“手动执行任务，直到将这件事变得痛苦”。Ada在创建自动化为客户服务的聊天机器人之前，创建者必须先手动回答数千个客户咨询。对默奇森来说，“软件本身是没有价值的，软件只是现实世界中的价值倍增器。”默奇森曾指出，我们需要了解人工智能在各种情况下的适用性以及它对现实世界的影响，而不是盲目地去发展它。

人工智能助力预报天气

本报记者 **汪灵犀**

随着大数据和人工智能的发展，海量数据深度学习、复杂神经网络等逐步应用，人工智能预报天气已成为热门话题，甚至有科研团队称研发出新算法，能提前一周预测台风，这或许意味着人工智能在天气预报方面已经开始发力。它的表现如何？会比人类预报得更准确吗？

解决难题预报更精准

在记者的印象中，过去经常在天气预报里听到“局部地区”。例如局部地区有阵雨、局部地区有暴雪等。现在，天气预报中的提到“局部”的次数变少，地点和时间比较精确的预报变多，这是中国大数据计算能力不断提升的结果。

“天气预报是预测科学，不可能100%准确。”中央气象台副台长宗志平说，天气预报的本质是根据已知的气象条件，用超级计算器进行海量数据计算，但计算结果与真实天气状况之间不可避免存在偏差。把天气预报得更准确，就是一个不断缩小计算结果与真实情况差距的过程，这是现实世界中的难题。

人工智能提供了一种解决难题的新思路。“天气预报本身就是大数据问题，涉及到不同时间和空间上的海量数据，正是人工智能非常好的应用场景。”中国气象局北京城市气象研究所副所长陈敏认为，可以用人工智能算法把超级计算机的预报结果尽可能地、自动地、不用人工干预地修正到与实际观测数据更接近，以达到“天气预报越来越准”的终极目标。“人工智能这么火，我们不用新技术就落伍了。”

中央气象台台风与海洋气象预报中心副主任钱奇峰称，将人工智能应用到天气预报在全球范围内都是热门话题。实际上，2018年的世界气象日主题就是“智慧气象”，中国气象局局长刘雅鸣指出，要充分应用大数据和人工智能技术，建设全覆盖、智能化的气象预报业务体系，做出更精准的天气预报。

跟人类不存在竞争关系

随着中国天气业务现代化建设的推进，近年来，不仅在临近天气的预报上，在气候应用研究、台风海洋预报、海雾预报等领域，也有人工智能技术助力。在国家气象中心，研究人员已将数据挖掘技术应用于海量集合预报数据的预报信息提取，对提高预报准确率起到显著作用。各省级气象台开展相关研究，广东省气象局利用阿里平台，开展基于深度学习的短临降水预报效果良好；北京市气象局将机器学习方法应用于温度预报；福建省气象局基于机器学习的降水要素客观订正方法，已在多省气象局得到业务推广应用。

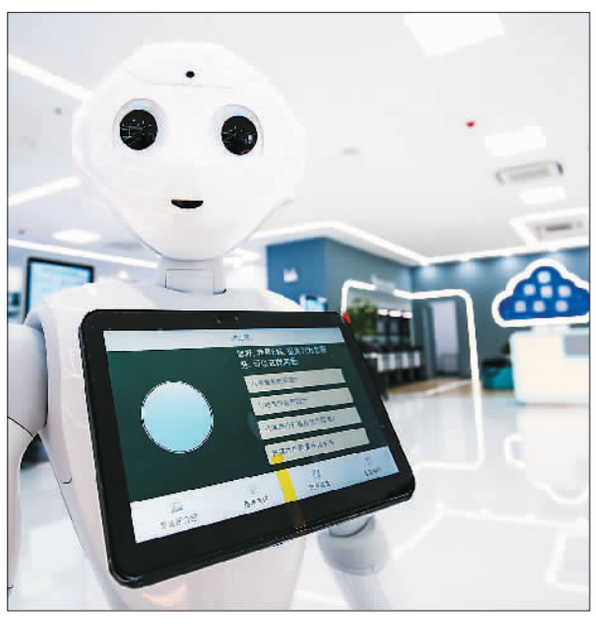
关于人工智能预报天气和人类预报员的预测结果谁更准确的问题，在业内人士看来，是一个伪命题。人工智能在气象领域更多是一种技术，它和人类预报员之间不存在竞争和淘汰的关系。目前，人工智能技术可帮助预报员做普通的、常规天气的精准预报，但在一些灾害性、极端性、转折性的天气过程中，仍需要预报员利用天气学知识、长期积累的预报经验发挥作用。

完全融入行业仍需时日

虽然人工智能在天气预报方面发挥着重要作用，但在招揽优秀的人工智能人才方面却不怎么讨喜。专家指出，目前人工智能领域存在严重的人才分布不均衡情况。出于行业热度和薪资等原因，优秀的人工智能人才聚集在自动驾驶、计算机视觉等领域，而矿业勘探、天气预报等关系国计民生的领域却很难聚集顶尖人才。

“我们需要的人工智能人才不一定需要接受过系统的大气科学教育，也不用特别深入地了解天气的机理，只需了解一些基本天气知识、掌握人工智能工具和算法，能够从数据出发，挖掘规律、深入分析。”陈敏认为，无论是人才厚度还是技术使用深度，人工智能完全融入气象行业之中仍需时日。

宗志平介绍，气象是十分复杂的系统，受影响的因素很多。比如降雨，即便水汽、湿度条件都得到满足，但大气没有抬升水汽无法凝结，空气中没有“凝结核”，雨滴也不会长大掉落地面。因此，既懂气象知识又有人工智能知识背景的复合型人才，是发展“智慧气象”最理想的人选。宗志平表示，目前，中国气象局相关团队已经与清华大学等合作开展人工智能技术研发工作，国家级气象部门联合组建了智能预报服务原型系统团队，国家气象中心一批资深预报首席、年轻研发型预报员、IT工程师共同组成了大数据及智能预报团队。随着人工智能技术的不断发展，这支队伍的力量也会不断扩充。



2018年8月22日，安徽省铜陵市供电营业厅引进人工智能机器人担任营业员，它能提供天气预报、交通路线等信息服务。 **陈 晨**摄（**人民图片**）