网上中国

平板电脑、笔记本电脑、打印机等热销

“云生活”带火了电子产品

本报记者 刘 峣

新冠肺炎疫情对中国各地今年一季度消费带来较大冲击。数据显示，1至2月，全国社会消费品零售总额同比下降20.5%。不过，在“宅”生活和“云”生活中，部分消费电子产品的销量逆势增长，成为消费短期遇冷之时的一抹亮色，以电子产品为代表的绿色消费产品，正在助力提振消费和消费升级。

山东临沂市沂南县岸堤镇暖泉村学生张欣欣家庭生活困难，以前需要借用别人的手机参加学校开设的『空中课堂』。图为沂南县大爱沂蒙志愿服务队志愿者（右）给张欣欣送去平板电脑并教她使用。 杜昱葆摄（人民视觉）

电子产品逆势热销

“Kindle阅读器、蓝牙音箱……”盘点防疫宅家期间入手的“宝贝”，在北京工作的工程师李喆发现，除了柴米油盐等生活必需品，自己在电子产品上的支出最多。

“阅读、游戏、音乐都是长时间居家防疫的学习娱乐活动，而这些电子产品让漫长和无聊的‘宅’生活增添了趣味。”李喆说。

学生正在翻阅电子阅读器推荐的个性化书籍。 施亚磊摄（人民图片）

在消费因疫情而遇冷之时，“云生活”带动部分消费电子产品销量大增，新兴产品供给持续增加，让不少新业态得以逆势发展。

国家统计局数据显示，今年1月到2月份，3D打印设备、智能手表、智能手环等电子产品需求增长较快，产量同比大幅增长，增速分别为101.0%、119.7%、45.1%。新兴动能成长势头没有改变。

在几大电商平台上，电子产品的销量也有增无减。2月，苏宁易购、京东等电商平台上，笔记本电脑、平板电脑、打印机、智能摄像头都成为热销品，一些产品甚至脱销。或许正是看到了疫情催生的消费新需求，不少消费电子企业选择在近期发布自己的新产品。其中，苹果公司近日推出新款的平板电脑iPad Pro和电脑Macbook Air，受到广泛关注。

智能手机触底反弹

中国疫情防控形势持续向好，消费市场正在随暖春复苏。与此同时，相关企业也积极展开“自救”。

在智能手机领域，消费的反弹和复苏态势较为明显。此前，受疫情影响，不少手机厂商关闭工厂，正常的手机生产无法保证。在全社会复工复产的背景下，手机行业正加大生产力度，产量逐渐接近正常水平。近日，华为等多家手机厂商均表示，正全力恢复供应链以保证市场供应。

有手机厂商负责人表示，从3月初的销售表现来看，中国智能手机的销量已接近甚至超过去年同期水平。业内人士预计，国内5G智能手机市场有望在今年二季度恢复增长势头，

在加足马力确保生产的同时，各大厂商的新机发布也陆续进行，从2月下旬开始，5G手机新机上市速度明显加快。中国信息通信研究院的数据显示，今年2月共有16款新机型上市，其中5G手机有11款。近日，华为公司举行线上发布会，面向全球发布P40系列3款手机——P40、P40 Pro和P40 Pro+。值得一提的是，该机型搭载了华为自主研发的HMS Apps终端云服务生态系统。

专家表示，在“新基建”涵盖的领域中，5G被认为是重中之重，而5G延伸出的产业链也将被迅速带动。得益于“新基建”加速，5G基础设施的建设和5G通信环境的完善，将进一步刺激行业复苏，推动5G手机“换机潮”的到来。

打造消费新业态

为了更好地释放新型消费潜力，连日来，中央和地方陆续出台一系列促消费相关举措，推动电子产品等领域的消费。

日前，国家发展改革委等23个部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，加大对电子产品等领域的支持力度，提出要鼓励绿色智能消费，加快完善家电、消费电子产品等领域回收网络，鼓励企业利用物联网、大数据、人工智能等技术推动各类电子产品智能化升级。

与此同时，多地政府加快推出优惠举措，通过发放消费补贴、电子产品以旧换新等举措，鼓励绿色智能消费，促进产品更新升级。许多电商平台也相继推出家电、电子产品等促销活动。

专家表示，在这次新冠肺炎疫情中，以电子产品为代表的消费新业态、新模式展示出强劲的增长潜力。随着科技进步和消费观念更新步伐加快，电子消费品等产品的更新换代和智能化升级将进入快节奏阶段。而如何将疫情催生的新型消费、升级消费能力培育壮大起来，如何让短期爆发的产品实现长期发展，是政府和企业面临的新考验，对于激发形成新动能、促进经济平稳增长意义重大。

云中漫笔

网络生态要守住底线

任天择

《网络信息内容生态治理规定》（下称《规定》）日前正式施行。《规定》主体依托于2019年9月10日国家互联网信息办公室发布的《网络生态治理规定（征求意见稿）》，细化明确了互联网各主体必须恪守的底线。

当前，中国网民规模已超过8.5亿人。据调查，2019年上半年，中国网民人均每周上网时间达27.9小时，换算成日均达近4小时。人们在线上世界投入的精力和时间不断增加，互联网已经深深嵌入日常生活，虚拟与现实的界线日益模糊。然而，从有害信息到网络暴力，再到网络谣言与黑色产业链，诸多乱象孵化于虚拟世界，进而侵蚀威胁到人们的现实生活，这就使得网络生态治理更加必要与紧迫。

社会治理需依法，网络治理亦需明确规则。《规定》的出台填补了网络生态治理中的法律性空白，从处置不良信息的相关标准中，可以看到以下亮点：

一是对未成年人弱势群体的关怀保护。《2018年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示，截至2018年7月31日，中国未成年网民规模为1.69亿，未成年人的互联网普及率为93.7%，而未成年网民在上网过程中遭遇违法不良信息的比例达30.3%。针对这一高普及、易受害的网民群体，《规定》中明确了网络生产者应防范抵制可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等不良信息，并鼓励各平台开发适合未成年人使用的模式，为未成年人网民打造安全屏障，也为今后出台《未成年人网络保护条例》和构建网络分级制度提供了契机。

二是致力于扯断互联网黑色产业链。不论是生产阶段文不对题、耸人听闻的“标题党”，还是运营阶段操纵账号、雇佣第三方甚至委托发布平台实施流量造假，都极大损害了产业合理健康发展，也拉低了互联网内容的总体质量。互联网消费者寻求的是快速、真实、有深度的讯息与服务，大量无意义乃至虚假的“符号爆炸”短期窃取的是人们直接或间接的付费投入，长期损害的则是互联网生产者整体的公信力。长此以往，互联网内容的土壤将劣化，产业之花亦会随之枯萎。目前网络内容生产的变现率逐渐提高，这是中国互联网产业走向成熟的重要标志。这个时候，更要严控不合理、不合法、不公平的经营方式，严防互联网产业发展变质。

网络信息内容生态治理是一场持久战、攻坚战，事关国家安全和公共利益，也关系到每一位网民的合法权益。新《规定》为构建“天朗气清、生态良好”的网络空间提供了有力保障，如《规定》中细致的规则设定，让网络活动的合法边界更加清晰，有助于增强互联网活动主体的自我约束力，也为主管部门的基层执法提供了明确依据。人们期待，随着网络空间逐渐清朗，网络生态越来越积极健康，将推动中国互联网行业进一步向上跃升、向前发展。

互联网大咖秀

华金·维拉巴：推动时尚零售业创新变革

海外网 陈菲扬

西班牙Nextail是一个用于零售推广的智能平台，旨在提供敏捷的数据驱动决策，以满足消费者不断增长的需求。华金·维拉巴是Nextail公司首席执行官兼联合创始人。

维拉巴拥有欧洲工商管理学院（INSEAD）的MBA学位。他曾是全球大型时装零售商Zara-Inditex的欧洲物流主管，管理1000多家零售商店，年销售额超过100亿美元。他还领导公司的技术创新，运用新的解决方案管理大批旗舰店的产品流程。维拉巴拥有超过10年的零售运营经验，这使他成为零售创新的全球领导者之一。

Nextail公司由维拉巴和卡洛斯·米拉戈尔（Carlos Miragall）于2014年创立。公司开发的软件将人工智能技术引入实体零售店库存管理中，协助零售商优化日常货物分配和库存补充的决策，从而确保零售商在任何时候都能保持合适的库存水平并以原价销售其商品。对此，维拉巴指出：“我们的产品能够帮助零售商通过调整其库存水平，把商品放到合适的位置上来获取最高的利润。”为了做到这一点，Nextail使用了快速时尚优化算法，结合机器学习和人工智能等先进技术，通过大规模云计算和协同决策实现了优化。

维拉巴表示，激情、创新和影响力是Nextail公司的核心价值观，而创新是Nextail的基因，其所有平台都基于新技术，是云计算的原生平台，旨在扩展和改变公司的决策方式。“维拉巴是完美的首席执行官。他很聪明，拥有很强的领导能力，在时尚和物流方面有丰富的知识。同时，他也是一位很好的合作伙伴，他关心团队、容易相处。”Nextail公司税务高级副总裁Gonzalo Hafner说。

如今，Nextail的用户包括来自30多个国家的知名零售商，Nextail正构建支持下一代零售的解决方案。整合大数据分析、移动技术等，为数字时尚零售商店提供创新的库存管理解决方案。维拉巴表示，Nextail的出现对于零售业是一种剧烈冲击，在时装零售业行业中，销售利润主要来自全价出售的商品而非折扣商品，打折只是处理库存的一种手段。因此，Nextail这款帮助零售商降低库存成本并原价出售商品的软件深受客户青睐。

图片来源：Nextail官网

运营商发力5G应用，拓展信息消费新业态

5G推动运营商转型升级

本报记者 叶 子

近日，中央纪委国家监委网站公布了中国移动、联通、电信关于十九届中央第三轮巡视整改进展情况，通信行业广泛存在的问题整改取得阶段性成效；另一方面，三大运营商相继发布的年报喜忧参半，5G等新基建的火热给行业带来发展新动能。在传统市场高度饱和、提速降费持续推进、4G红利渐退、5G仍需大量投入的背景下，三大运营商正经历转型期。

整改初见成效

套餐数量多、看不懂、选择难，新老用户不同权、虚假宣传不限流量，虚拟运营商骚扰电话多，服务质量不高……近日，中央纪委国家监委网站公布十九届中央第三轮巡视整改进展情况，中国移动、中国联通、中国电信被集中曝光存在上述问题。对此，三大运营商正在积极整改。

例如，针对巡视报告指出的“不知情定制等侵害群众利益”问题，中国移动增加客户满意度考核权重和范围，取消省公司行业份额等不利于公司长期健康发展的考核，全网不知情定制等服务质量问题投诉量同比下降73%；中国电信同样取消了市场份额考核，加大服务质量考核，将客户服务考核权重由8分调增至30分。

针对套餐复杂问题，中国联通及时下架不符合市场需求产品，精简套餐400余个；而截至2019年12月31日，中国电信在售公众套餐较2018年底减少60%。

对于骚扰电话和短信多的问题，中国联通强化了入网实名认证，清查违规语音专线，关停违规号码26.2万个、语音专线107条，同时推出“联通来电管家”服务，2019年10月份以来，骚扰电话日均举报件较中央巡视前下降33%；中国电信完成了“谢绝来电”平台的建设和推广试点，为客户提供骚扰电话拦截定制服务，还实施了黑名单全国共享，按天优化关键词拦截，全集团月拦截垃圾短信上亿条。

寻找增收突破口

近日，三大运营商相继公布了2019年的财报数据。

从营收数据看，2019年中国移动营收7459亿元，同比增长1.2%，是唯一保持增长的一家；中国电信营收3757.34亿元，同比下降0.4%；中国联通营收2905.1亿元，同比下降0.1%。

在净利润方面，中国移动净利润为1066.41亿元，同比降低9.5%，为三大运营商中下跌幅度最高；中国电信净利润为205.17亿元，比去年下降3.3%；中国联通净利润达到113亿元，同比增长11.1%，成为三大运营商中利润唯一保持增长的运营商。

根据工信部发布的2020年1月到2月的通信业经济运行情况，截至2月底，3家基础电信企业的移动电话用户总数达15.8亿户，与上年同期基本持平，移动电话用户数发展已进入稳定期。业内人士认为，在市场高度饱和、大力提速降费、市场竞争激烈以及4G流量红利逐步消退的情况下，运营商的传统业务增长必将受到挑战。而另一方面，打造差异化的业务优势、提升创新业务能力就成了运营商增收的突破口。

例如，2019年，中国联通产业互联网收入同比增长43%，达到329亿元，占整体服务收入比例达到12.4%，成为稳定服务收入的重要驱动力。得益于创新业务快速增长拉动，公司固网服务收入达到1057亿元，同比增长9.7%。新兴市场方面，中国移动扩大国际业务，股权投资、数字内容、金融科技四大新领域的发展力度。2019年，国际业务达95亿元，收入增长31.4%。

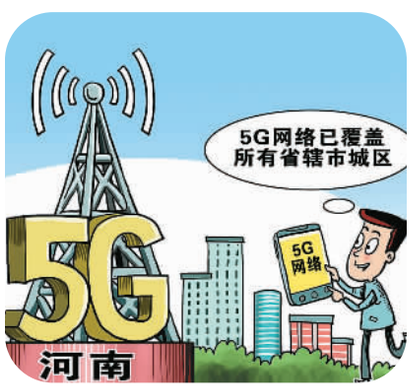
5G引领新发展

众所周知，新基建站上风口，5G成为领头羊，而运营商是5G网络的主要建设者和运营者。

目前，国内还处于5G大规模建设的阶段。中国信息通信研究院副院长王志勤分析认为，2020年是5G网络建设关键期，预计年底全国范围将累计开通5G基站超过55万个，实现地级市室外连续覆盖、县城及乡镇重点覆盖、重点场景室内覆盖。许多专家认为，此次新冠肺炎疫情不仅没有抑制运营商的网络升级，反而可能成为5G加速部署的催化剂。

日前，工信部印发《关于推动5G加快发展的通知》，明确提出加快5G网络建设部署、丰富5G技术应用场景、持续加大5G技术研发力度、着力构建5G安全保障体系、加强组织实施等5方面18项措施。运营商积极响应，研究提出加速5G发展的任务举措并迅速落地实施。中国移动表示，力争提前超额完成2020年5G基站总数达30万的目标，确保年内在全国所有地级以上城市提供5G商用服务，预计2020年净增5G用户7000万户。中国联通与中国电信启动了全国5G网络共建共享，到今年底，中国联通5G网络将覆盖全国所有地级市市区、发达县城等重点区域，累计达30万站。

此外，三大运营商今年对于5G的投资计划已公布。中国移动预期资本开支为1798亿元，其中5G相关的投资计划约为1000亿元，而中国联通、中国电信的5G资本开支预算分别为约350亿元和453亿元。值得注意的是，除了网络建设，运营商纷纷发力5G应用，加快推动5G融入百业、服务大众，拓展信息消费新业态新模式。



朱慧卿作（新华社发）