

@焦点网谈

“触网”不“怵网”
“银发族”成为网购“生力军”

网购进入我们的生活已超过10年。随着手机APP功能的不断优化,越来越多的老年人加入了网购大军,坐在家买买买,成了这些“银发族”的新常态。再过几天就是“双11”购物节,对于金钱、时间都充裕的“银发族”来说,这一天显然不容错过。

老年人逐渐成为网购的超级粉丝

无阻碍的网络,动动手指就能下单付款,许多老人开始迷上网购。据《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至去年12月,我国60岁及以上老年网民规模已达1.19亿,互联网普及率达43.2%,能独立网购生活用品的老年网民比例已达52.1%。

前几天,67岁的周女士正在市区瑞景园门口的丰巢快递柜取快递,手中正拿着两个

快递包裹。她说:“我经常逛淘宝直播间,了解自己感兴趣的产品。如果我想看哪个产品,就点击左下角的‘购物袋’,提交讲解要求,或者在直播间留言,主播就会把产品拿出来讲解、试用。”周女士喜欢这种能实时沟通的直播方式,给她一种“面对面”购物的感觉。

那么,“银发族”在线上都在购买些什么呢?经济日报日前发布的数据显示,“银发族”的购物种类丰富,以家庭消费为主。从衣食住行到个护家清,从厨具家装到智能数码产品,老年群体的网络购物车里可谓应有尽有,就连今年流行的户外露营风也刮向了“银发族”。今年1至8月,野餐用品、帐篷垫子、军迷装备等户外用品同比增长较低的为61%,最高有135%。

网购、点外卖越来越简单

在“银发经济”的浪潮下,京东、美团、饿了么、淘宝、拼多多等电商平台竞相“适老化”,均推出了字体更大、界面更简洁、操作更便利的“长辈模式”。就拿淘宝来说,在用户设置中将产品切换到“长辈模式”后,界面里的字体更大、更清晰、操作更简单。首页大幅减少老年人不需要的功能,仅保留了“金币抵钱”“领水果”“领现金”“消消乐”“淘菜菜”五个入口;页面下方设置了“按说话搜索一搜”,方便老年用户通过语音搜索商品;

商品的名称、价格、销量等都做了放大处理。

两年前,72岁的蔡爷爷腿脚不方便,在子女的帮助下,学会了使用外卖平台购买生活用品,他说:“自从使用了‘长辈模式’,放大的字体、简化的功能,以及平台使用橙色等显眼的颜色标明满减、活动价等我们十分关注的信息,便于我们买到实惠好用的产品。”

无独有偶,外卖平台饿了么也上线“长辈模式”——字大图标大,并在首页提供点外卖、去买菜、逛超市、去买药四大契合老年用户日常生活需求的功能频道。21岁的晓舒对“长辈模式”也十分认可:“该模式页面简洁,没有诱导下载、诱导付款等诱导式按键,也没有多余的广告内容,奶奶在使用过程中更顺畅,也放心不少。”

家庭与社会共同护航“银发经济”

打开各大购物APP,首页的促销广告令人眼花缭乱。各类限时秒杀、断码清仓、百亿补贴等促销口号,对于一向追求价廉、实惠的“银发族”来说极具诱惑力。“你看,同款衣服线下要100多元,线上购买只要30多元,我毫不犹豫就下单了。”李女士告诉记者。

学会网购给老人们的生活带来了便利。但商品货不对板、退换货流程复杂、网络诈骗等问题,也让他们陷入维权困局。

市民佳豪手把手教会奶奶如何使用淘



市民周女士麻利地拆快递
本报记者 林露 摄

宝、美团、拼多多等电商平台,多次鼓励奶奶接纳新事物。“由于老年人防范意识相对薄弱,在奶奶网购时,我经常陪在她身边挑选,帮她把关,解决她下单时遇到的困难,也减少她遇到网络诈骗的可能性。”

在切实维护老年人合法权益上,市市场监管局不定期开展“反诈防骗,敬老爱老”等志愿服务进社区主题活动,为社区居民、老人普及反诈防骗、消费维权等相关知识;发布养老诈骗领域典型案例、消费提醒等提醒老年用户。

今年4月以来,市市场监管局成立打击养老诈骗专项行动工作专班,制定专项整治行动方案,组织各县(区)、开发区(投资区)市场监管部门开展“涉老”食品安全、“涉老”产品虚假宣传、电子商务平台督导等专项检查,保持执法监管高压态势。

◎本报记者 林露

“双11”前,市民佳豪手把手教授奶奶使用电商APP。
本报记者 林露 摄



(资料图片)

日前,中国电子学会发布的《中国机器人产业发展报告(2022年)》显示,中国机器人市场规模近5年年均增长率达22%。在生活中,机器人在教育、医疗康复、应急救援等领域的应用不断深入拓展,也使我们的生活变得更加高效便利。

在未来,对于机器人的使用将更加智能与先进,但不是所有人都可以在第一时间接受机器人,还有不少人认为机器人的使用还是心存疑虑。记者采访了部分漳州网民,让他们谈谈在现实中是否有使用智能机器人,以及对智能机器人的看法。

智能机器人便利网民日常生活

随着科技的进步,不少网购平台也出现了智能机器人商品。虽说高端产品价格不菲,但诸如扫地机器人之类的物品早已成为网民家中不可缺少的一部分。

“很早之前就在朋友的新家看到他买的智能扫地机器人,觉得这个东西挺好用的,这次搬新家,索性我也买一个来试一试。”李先生最近正在对新房进行装修,装修结束后,他也跟朋友一样,买了一台智能扫地机器人,以此来免掉部分家务工作。“以前看爸爸妈妈扫地拖地,很是辛苦,现在这种智能扫地机器人已普及,确实能省下不少工夫。”李先生向记者透露,



(资料图片)

智能机器人
让生活更美好

自己还是买那种多合一的,就是扫地拖地等多种功能于一体的智能机器人。

除了智能扫地机器人外,各式各样的智能机器人也层出不穷。例如高端AI商用机器人、可以下中国象棋的早教学习机器人、能陪伴孩子的机器狗、车载语音机器人等。李先生表示,现在智能机器人算是很普及了,这些能够让日常生活更加便利的东西,我们当然很喜欢。“至于电影中那些高智能的机器人塑造的大反派,那就不是我这样的普通市民所需要考虑的了。”李先生补充道。

智能机器人让工作环境更具现代感

智能机器人的运用不仅仅局限于日常生活中,在工作上也有不少地方会用到智能机器人。例如国内各大物流都很中意的小型物流车,就是一种输入了代码指令的智能机器人。除此之外,还有不少高端智能商用机器人受到许多企业喜爱。

在淘宝等网购平台上,搜索“高端智能商用机器人”,便会弹出一系列商用机器人的搜索结果,获五星好评的产品也不少。看到这一情况,林先生也心动了,他的公司虽然不大,但是也希望通过这些商用机器人来增加公司的现代感。“能够接待客户,还可以帮助公司考勤,其中一些高端款还有跳舞的功能。”看着淘宝上各种各样的机器人,林先生都忍不住想下单了。

不少大型工厂也早早引入多功能操作性机器人,提高工厂流水线自动化进程,并替代人工去处理一些具有一定危险性和容易影响员工身心健康的生产流程。可以说,智能机器人在工厂生产线上的投入,既降低了成本,也让生产变得更具现代感。

升级智能机器人,任重而道远

如今,智能机器人深入日常生活的方方面面,从家庭打扫到智能导航,从陪伴家庭到教育孩子,种类越来越多,智能化程度也越来越高。仍有人觉得其中的人工智能还缺乏一丝人情味。

前些天一则为“AI画图吃面不会画筷子”的话题冲上热搜。“别人用筷子吃面,绘画AI画出来的吃面场景居然没有筷子。果然这些智能机器人和其中的AI还是缺少了一丝人性。”王女士坦言道。实际上,无论是智能绘画机器人,还是在科幻作品描绘的异性智能机器人,都需要为TA们注入人情味。

在2022世界人工智能大会上,有一个“灵魂拷问”引发各方热议:谁来为人工智能“植入”良知?事实上,机器人和人工智能目前没有“自知之明”,既不能“辨别是非”,也无法“承担责任”。要想TA们有良知,追根溯源应该是科学家、公司、使用者等要有良知,为其打造富有人情味的内容。

◎本报记者 刘健宁

@天下网闻

随着网络经济的发展,个人信息保护已成为广大人民群众最关心最直接最现实的利益问题之一。11月1日是《中华人民共和国个人信息保护法》颁布施行一周年,中消协提醒广大消费者,学法懂法用法,谨慎网络授权,切实提高保护个人信息的意识和能力。

中消协指出,侵害消费者个人信息的主要场景包括手机APP过度索权、大数据杀熟、非法推送商业信息和个人信息被不法泄露。其中,手机APP存在过度索取消费者个人信息的问题,主要表现为超过必要范围收集个人信息;超范围利用所收集的个人信息;未明确告知而收集信息。

如何保护好个人信息?对此,中消协提醒,消费者要主动学习个人信息保护法及相关法律法规,提升个人信息保护的意识和能力。在注册平台会员时,要仔细阅读相关的隐私政策及条款,了解经营者处理个人信息的方式、范围、目的和依据等,养成“非必要不提供”的良好习惯。

一些应用程序的个性化广告推荐选项默认开启,中消协建议消费者加强隐私保护意识,当发现个人信息被过度收集或者利用时,可以选择关闭个性化推送。

另外,及时销毁删除载有个人信息的资料单据。消费者要保护好带有个人信息的单据和资料,防止因随意丢弃、使用不当等造成个人信息泄露。

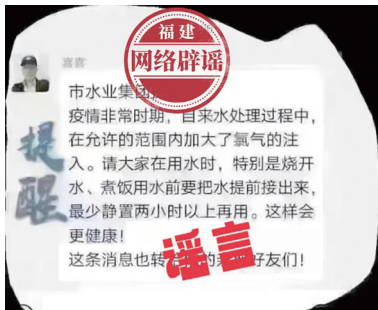
(据人民网)

中消协提示谨慎网络授权
个人信息保护法施行一周年

@一周辟谣

谣言:疫情非常时期,自来水处理过程中加大了氯气的注入,大家用水前要把水静置两小时以上再用。

真相:网传消息不属实。
(来源:福建辟谣平台)



需静置两小时再用?
自来水加大氯气用量?



健康码存在「黑码」?

谣言:福建健康码多了一种“黑码”。
真相:福州广播电视台记者向福州市大数据委核实后得知,给健康码赋黑码为不实信息。
(来源:福州广播电视台)