

网上中国

各式各样的网上服务派上大用场

线上买服务，带动新消费

潘旭涛 李舒蔓

想在家吃顿大餐但又不擅长厨艺，怎么办？可以在线点单，网约厨师上门做菜，饭菜口味可定制……“互联网+”激发服务业新动能，线上服务消费兴起，成为消费热点。

服务消费新场景涌现

今年6月，17岁的小程在湖南长沙某公立医院被诊断为精神障碍性疾病。为了能获得连续的医疗服务，小程的母亲在互联网医疗健康平台“微脉”上为其购买了3个月的精神心理全病程管理服务。

平台随即即为小程建立起包括主治医生、平台认证心理咨询师及微脉个案管理师在内的管理团队，在心理干预、情绪管理、用药提醒、音视频在线咨询等方面提供连续、个性化的医疗健康服务。近日，小程到医院复诊，结果显示他的病情已得到了明显控制与改善。

据中国互联网络信息中心8月发布的第50次《中国互联网络发展状况统计报告》，

截至今年6月，中国在线医疗用户规模达3亿，较2021年12月增长196万，占网民整体的28.5%。“多层次、多样化的医疗健康服务日益受到青睐，‘互联网+全病程管理’模式逐渐被大众认可、接受。”微脉相关负责人说。

如今，在线服务消费逐渐融入了人们日常生活。例如，想在家健身，可以购买“云健身”服务，请健身教练线上授课、指导等。大量服务消费新场景在线上涌现。

供给与需求在线匹配

专家认为，互联网与传统行业深度融合，通过“线上+线下”的方式持续释放服务消费新活力。

今年8月，家住重庆市渝北区的戴先生遇到一件烦心事。家里的马桶堵塞，家人齐上阵，还是没能疏通。在邻居的推荐下，戴

先生打开“啄木鸟家庭维修”的微信小程序，在小程序里找到“马桶疏通”业务，输入地址和电话，点击“下单”。大约30分钟后，维修师傅敲响了戴先生家门。

“师傅很快就把马桶疏通了，收费也不算高。”戴先生说，“生活中会遇到各种琐事，一时间真不知道找谁解决，这时各式各样的网上服务派上大用场了。”最近，戴先生下载了上门洗车、线上洗衣等服务类APP。“在网上有不少新鲜的服务，还挺实用的。”戴先

生说。据了解，越来越多的消费者习惯了线上预订购买、线下享受服务的方式，家电维修、家政服务、健康管理、旅游预订、汽车保养等领域加快线上、线下融合发展，其中餐饮业表现尤为亮眼。商务部发布的数据显示，今年上半年，在线餐饮销售额同比增长2.6%。国家统计局发布的报告显示，在互联网特别是移动互联网普及率持续提升等因素带动下，近年来外卖餐饮服务快速增长，2019年至2021年限额以上单位餐饮配送及外卖送餐服务营业额年均增速超过15%，其中2021年比上年增长超过30%，增速明显快于餐饮业整体水平。

中国国际经济交流中心副理事长王一鸣认为，目前，服务消费发展与数字经济迅速崛起交汇，加速了服务业线上线下融合，丰富了服务消费场景，改善了服务消费体验，促进服务供给与服务消费需求更有效匹配。

新技术支撑起新体验

线上服务消费火爆的背后，离不开云计算、大数据、VR（虚拟现实）、AR（增强现实）等新技术的支持。

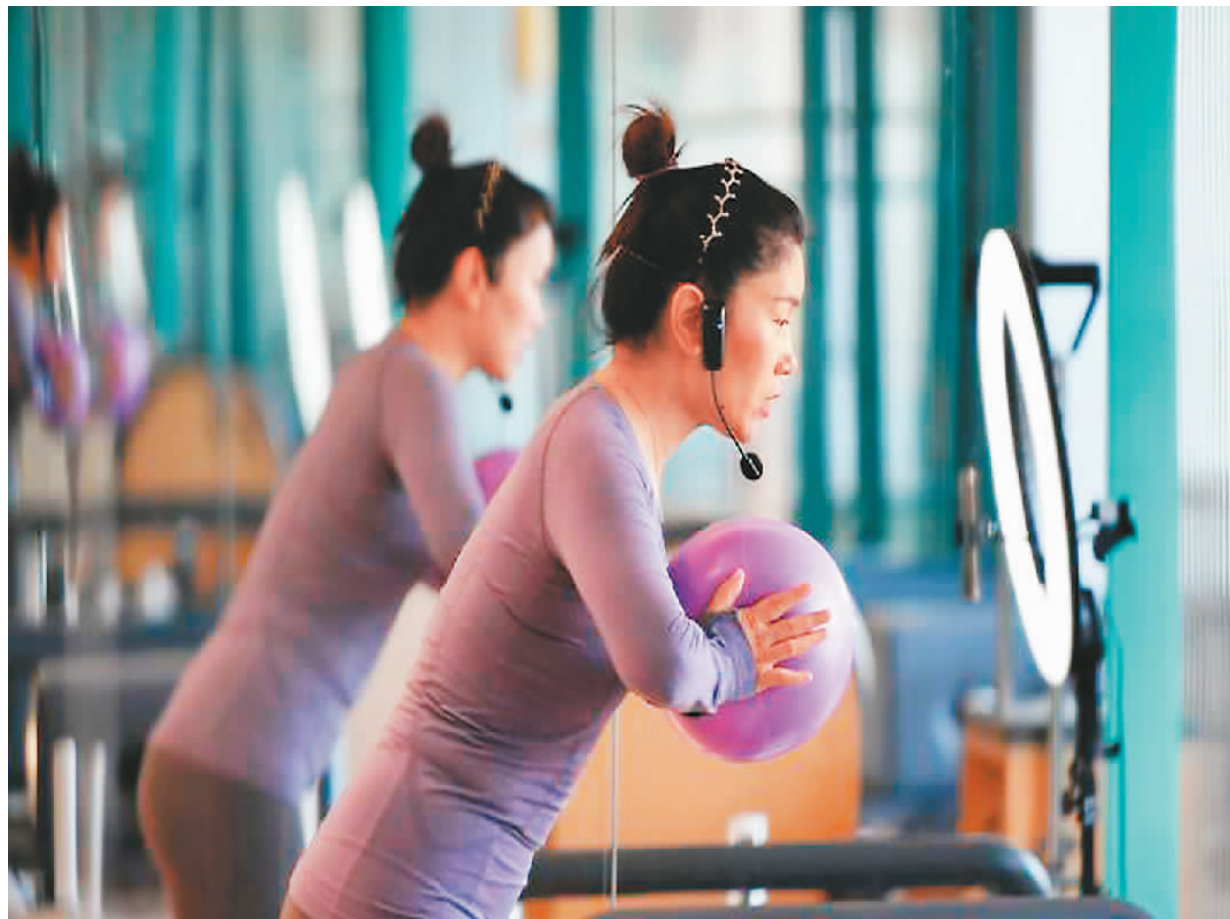
今年5月，家住北京市丰台区的邵女士通过北京链家买房，经过两周挑选，初步选定丰台区和朝阳区的几套房源。邵女士的父母想为女儿把关，因他们身在外地，北京链家经纪人园园为两位老人推荐了“VR看房”服务。

起初，老人不太接受这种方式，但看过几套房子后，他们发现，通过VR能清楚看到小区位置、房间户型、是否有遮挡等情况。那段时间，园园每天晚上在线上带着老人VR看房，边看边讲解。经过10多天的线上看房，邵女士父母最终帮女儿选定了一套房子，不久后顺利成交。

新技术让很多新“玩法”成为可能。“飞猪旅行”APP推出博物馆AR导览服务，通过AR等数字技术为游客带来AR特效、数字沙盘、地图导览、虚拟导游等功能体验；中国联通运用5G技术为景区提供慢直播和互动直播，以“5G+4K”多视角直播为国家大剧院、广州大剧院等带来线上直播新模式。

“新技术应用是线上服务消费快速增长的重要驱动因素。”中国贸促会研究院副院长赵萍说，新一代信息技术与服务深度融合，使服务消费市场增长潜力加速释放。

吸引了不少付费参加。图为付梓用视频指导一名学员进行产后恢复训练。新华社记者 刘潇 摄



近日，2022亚洲数字艺术展在北京时代美术馆开展。据悉，本次展览以“地球太空船”为主题，展出的数字艺术作品以AR、VR、人工智能、CG技术等数字艺术手段作为媒介，让观众从中感受数字艺术魅力。图为参观者在数字艺术展上观看艺术作品。新华社记者 任超 摄

形式新颖，参展便捷

“云展会”为经贸合作增添活力

丁美栋

时空限制，成为“永不落幕的展会”，提升了展览的受众覆盖面和影响力。

全方位展示产品

专家认为，线上办展的贸易展览新形式能够为海内外经贸交流与合作提供高效畅通的“云端”交往平台，为外贸企业打通国际市场的供需堵点并解决难点，促进中外招商引资和更多合作项目落地。

以东博会为例，“云上东博会”的新模式有力提升了东盟国家商团的参展热情与实效，带动并支持了中国与东盟各国在经贸领域更多的合作发展，有效促进双方互利共赢。

采用“云端”办展，推动国际经贸合作的交流展会还有很多。今年7月，第二届中国国际消费品博览会打造了线上“云展会”平台，进一步提升本届消博会在国际范围内的传播效果和影响力。充满沉浸式的“VR全景”体验、直播现场的精彩图片，借助“云端”平台，人们可将消博会的精彩尽收眼底，参展商也让产品得到了全方位的展示。

9月，第七届中国—亚欧博览会开通线上观展通道，线上线下相结合的模式盘活了展会的各项资源，同时，“云会议室”、在线洽谈等全链

条数字化的“云端”交流方式，有利于促进精准贸易配对和项目签约，深化中外人文交流，助力丝绸之路经济带核心区建设。

加快数字化建设进程

“云展会”的蓬勃发展，在疫情防控期间为一大批中小微企业提供了广阔的产品展示平台。业内人士指出，在数字化进程加快的今天，推动“云端”办展、普及线上展会成为社会各界的普遍共识。

近日，上海市人大常委会发布《上海市服务办好中国国际进口博览会条例》，提出推进数字化赋能进口博览会，支持承办单位推动线上线下融合，拓展数字化应用场景，提升参展、参会的便利性和体验度。有分析认为，这一条例的公布与出台，表明政府相关部门对优化“云上展厅”的重视，将加快进博会“云端”办展的建设进程，助力数字经济时代经贸展会的发展与迭代。

专家表示，“云展会”等模式为经济社会发展提供新抓手和新动能，激发市场主体活力，推动外贸提质增效。未来，应继续加快经贸展平台的数字化建设进程，在政策方面给予更多支持，让“云展会”“云洽谈”“云签约”更好服务于中国企业发展与经贸合作。

打造“永不落幕的展会”

今年5月，国务院办公厅印发《关于推动外贸保稳提质的意见》，提出促进企业用好线上渠道扩大贸易成交，加快展会数字化、智能化建设，加强与跨境电商平台等联动互促，积极应用VR（虚拟现实）、AR（增强现实）、大数据等技术，优化“云上展厅”、虚拟展台等展览新模式，智能对接供需，便利企业成交。

线上办展成为大势所趋。第19届中国—东盟博览会于9月16日至19日在广西南宁举办，共吸引超过2000家企业线上参展，“365天云上东博会+4天实体展”的办展模式引发关注。

据了解，2020年开始，东博会便采用了实体线下展和“云上东博会”相结合的形式，这不仅是应对疫情的明智之举，还充分挖掘了数字化、网络化、智能化时代经贸展会的全新动能。结合大数据、人工智能、虚拟现实等技术，本届东博会进行了技术服务支持的全局升级，“云展示”“云会议”“云洽谈”等功能作用一应俱全，保障“云上东博会”365天不间断的全年常态化在线运营。

一名“云上东博会”的观展者说，“云上东博会”形式新颖、观展便捷，通过H5动画《出发！云游东博会》、微信小程序“中国东盟博览会”等内容渠道，足不出户便可“漫游云端”，“24小时不打烊”尽览东盟各国“云上展厅”，令人流连忘返。

业内人士指出，相较于线下实体展会，线上“云端”的经贸展会依托数字化平台技术，让观众犹如身临其境，能够摆脱传统参展办展的

31个省区市开通广电5G网络服务

本报北京电（记者刘阳）近日，中国广电在西藏、青海两地启动5G网络服务。此前，已有20个省区市在6月27日、9个省区市在7月27日分别启动广电5G网络服务。至此，除港澳台以外的31个省区市开通广电5G网络服务。这标志着全国有线电视网络整合和广电5G建设一体化发展实现了新突破；也标志着中国广电和中国电信、中国移动、中国联通全面互联互通取得了新成果。

中国广电秉承创新、融合、开放理念，着力打造具有全球竞争力的媒体、信息和科技融合的平台型企业，以“有线+5G”精品网络为基础，以广播电视和网络视听精彩内容支撑，

加快推出面向未来电视发展愿景、满足更多市场需要的固移融合产品，创新提供正能量充盈的智能化个性化电视服务，赋能千行百业，赋能千家万户，彰显广电网络独特的社会价值和产业价值。

目前，中国广电手机应用、网上营业厅、小程序等官方线上渠道，全国上万家广电网络实体营业厅等线下渠道支持办理广电5G业务，全国统一客服热线10099已在全国范围启用，中国广电基于“手机+电视+宽带+语音+卫星+X”全融合业务体系，陆续推出一系列利民产品与服务，不断增强广大用户对智慧广电、信息服务、数字生活的获得感和幸福感。



日前，2022年黄河流域跨境电商博览会在青岛西海岸新区闭幕。作为全国首个黄河流域跨境电商专业展会，本次博览会创新双线联动，现场设立官方直播间，全程举办跨境电商云购节、跨境优品——RCEP线上对接会等线上直播活动，直接促成32家企业和超300家采购商在线达成合作意向。图为主播在博览会上推荐产品。张进刚摄（人民视觉）