

点燃“烟火气”小店经济翻红

□ 科普时报记者 史诗

商务部等七部门日前联合印发了《关于开展小店经济推进行动的通知》，旨在增强消费对经济发展的基础性作用，驱动经济多元化创新，促进小店经济健康繁荣发展。

《通知》明确，通过开展小店经济推进行动，培育一批试点城市，推动社区、批发市场、商圈、特色街等小店集聚区转型升级，推进电商平台、物流企业、商贸企业、中央厨房等以大带小“赋能”小店，加快发展以产品优、服务好、环境美、营销广为标准的特色小店，并要求地方加强联动，全国一盘棋，至2025年形成人气旺、“烟火气”浓的小店集聚区1000个，实现“百城千区亿店”目标。

作为市场经济中的毛细血管，小店一直是便利人们生活不可或缺的重要力量。眼下，“小店经济”迎来历史性发展机遇。

政策护航小店经济

作为《通知》附件发布的《全国小店经济发展指南》中明确了小店的内涵：小店即小型店铺，登记注册方式以个体工商户和微型企业为主。

从行业划分来看，小店通常指面向居民消费的批发、零售、住宿、餐饮、家庭服务、洗染服务、美容美发、维修、摄影、复印、配送服务等行业是个体工商户，雇员10人以下或年营业收入100万元以下的微型企业，及年营业收入1500万元以下的网店。

商务部的数据显示，截至2019年底，全国注册小店8000多万户，带动就业约2亿人。但今年新冠肺炎



疫情发生后，流通企业受到较大冲击，销售下滑，有将近6000万的小店经营困难。

今年5月，北京市发改委发布的《市政府固定资产投资支持便民商业设施项目管理规定(试行)(征求意见稿)》就披露，蔬菜零售店、早餐店、便利店(超市)等5类新建或在建便民商业项目均可申请，有望获得总投资30%甚至是50%的支持。

微信支付发布的6月《小店经济复苏大数据》同时显示，全国小商家交易总笔数5月环比1~2月增长5.1倍，零售、餐饮、出行等百余行当小店呈强劲复苏势头。

互联网平台迅速出招

一直以来，互联网产业在以技术赋能传统产业方面力度颇大，个体户、小微企业受惠程度大大提

升。例如，通过二维码收单，小店能够积累信用，进而可以通过互联网平台获得互联网银行的无接触信用贷款。同时，随着数字生活越来越普遍，更多的小店甚至利用数字信贷、外卖、消费券等数字工具做生意，极大提高了营业额。

政策一出，各大互联网平台纷纷发布支持小店经济发展的帮扶计划。

微信支付面向平台超5000万小微商家发布“全国小店烟火计划”，在线下线上一体化、福利补贴、经营保障支持等方面，助力小微商家实现增收；美团在“春风行动”百万小店计划的基础上，继续推出针对小商户的金融帮扶、数字化培训以及线上运营等升级举措；京东的“星星之火”扶持计划将为每个小店提供最高10万元人民币

的无息赊购。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示：“线上和线下的小店提供了多元化的服务和业态，为互联网平台布局下沉市场提供了重要机遇。发展小店经济，既为互联网平台夯实线下基础设施和发展下沉市场提供了新场景，又为互联网平台发展新业态提供了新机遇。”

数字化转型成小店自救突破口

早前，政企联动推出消费券，拉动线上线下消费。特别是717生活狂欢节启动后，不少小店用各种互联网平台补贴带动自己的生意。

据初步统计，疫情发生以来，有28个省份、170多个地市统筹地方政府和社会资金，累计发放消费券达190多亿元。支付宝介绍，过去17天里通过支付宝发放的全国版消费券，其共吸引超1000万小店商家主动报名。

一时间，小店赢得各大互联网平台的垂青，颇有翻红之势。对此，欧阳日辉表示，“在数字经济发展过程中，补贴和优惠是引流的常用手段。为了培育和发展小店经济，政府和互联网平台加大补贴和优势政策是十分必要的。”

小店经济不仅是人间的“烟火”，未来也将是促进经济发展的“助燃剂”。欧阳日辉称，新经济业态或新模式持续发展，必须遵循商业逻辑，回到成本与收益核算的商业基本规律，打造一个可持续的盈利模式。

中小微企业在国民经济和社会发展中占据着重要的地位，作为创业富民的重要渠道，在扩大就业、增加收入、改善民生、促进稳定等方面具有举足轻重的作用。

日前，中国中小商业企业协会联合阿里云研究中心共同发布了《后疫情时代中小企全链路数智化转型洞察报告》，系统研究疫情对中小企业的影响及其与企业数智化的关系。《报告》指出，数智化程度高的企业受疫情影响程度小，但中小企业总体上数智化成熟度低于平均值，转型诉求强烈。数智化为企业提供了显著的“免疫力”。企业数智化转型成熟度越高、转型起步越早，企业受疫情影响越小。

无论所属行业或企业规模，在数字化能力综合得分为“高”的企业中，有45%的企业在疫情中不受影响，而在得分为“低”的企业中，这一比例仅为22%。而且，数智化还影响企业对未来的预期：数智化能力较高的企业，对业务恢复的预计时间也远远短于尚未开始做数智化尝试的企业。

在商品、品牌、营销、零售、渠道和服务领域企业的智能化应用管理建设中，九成中小企业完全或部分依赖人为经验进行管理，并未引入自动化的管理手段。在这些方面具备更坚实基础的大型企业，则表现出更好的抗风险免疫力。

数智化对企业助力之显著，从受调研的中小企业表现出对数智化转型的强烈诉求中也可一见斑。57%以上的中小企业高级管理代表认为，本次疫情会大幅度加速企业内部数智化转型进度和进程，加深数智化技术应用对企业内部数字化转型项目的影响程度，对转型诉求也最为迫切。

《报告》基于调研给出了未来企业数智化的方向：如何依靠新一代数字技术来精准配置营销资源、发展和升级品牌新定位、打造智慧零售新场景，是中小企业所关注的核心发展问题，也是未来企业发力的重要方向。

对此，《报告》的联合出品方中国中小商业企业协会提出，要切实打通数字化赋能、全链路保障，切实解决中小微企业“不会转、不能转、不敢转”问题，通过共同构建“政府引导—平台赋能—龙头企业引领—机构支撑—多元服务”的联动机制，推行普惠性“上云、用数、赋智”服务，打造“数字化生态共同体”。

作为数字经济的基本设施，阿里云日前在2020年云峰会上正式发布了“云上春雷”计划，未来3年落地100个工业互联网平台，将打通阿里巴巴生态下的电商、供应链、金融等产业链路，为中小微工厂提供一站式服务，加速全面转型。

而在此之前，阿里巴巴宣布启动“春雷计划2020”，提出16项扶助措施，瞄准中小企业核心痛点，通过提升数字化能力助其渡过难关；依托速卖通、天猫海外等平台，帮助外贸企业实现海外线上“云拓客”；阿里巴巴国际站帮助线下外贸企业搭建线上展馆；联合各地打造地方特色数字化商贸市场和数字化产业。

□ 张爱华

后疫情时代需加快中小微企业数智化建设

工信部开展APP侵害用户权益专项整治

7月24日，工信部通报了今年第三批侵害用户权益行为、尚未完成整改的58款APP。所涉问题包括私自收集个人信息、账号注销难、不给权限不让用、私自共享给第三方等諸多方面。

同日，工信部发布《关于开展纵深推进APP侵害用户权益专项整治行动的通知》(以下简称《通知》)，明确为切实加强用户个人信息保护，开展纵深推进APP侵害用户权益专项整治行动，专项整治时间为通知印发之日起至今年12月10日。

本次专项整治的对象主要包括三类：一是APP服务提供者，即互联网信息服务提供者提供的可以下载、安装、升级的应用软件，包括快应用和小程序等新应用形态；二是软件工具开发包(SDK)提供者，即集成在手机APP里的第三方工具集合；三是应用分发平台，包括网站、应用商店、APP等承担下载、安装、升级等分发服务的各类平台。

在APP、SDK违规处理用户个人信息方面，重点整治违规收集个人信息、超范围收集个人信息、违规使用个人信息、强制用户使用定向推送功能四种行为。

《通知》明确，对第一次检查发现存在问题的企业，工信部将责令5个工作日内完成整改，对整改不彻底仍然存在问题的，将采取向社会公告、组织下架、行政处罚，以及将受到行政处罚的违规主体纳入电信业务经营不良名单或失信名单等措施。

共享住宿市场自3月开始回暖

国家信息中心分享经济研究中心日前发布的《中国共享住宿发展报告2020》(以下简称《报告》)显示，受疫情冲击，2020年前5个月，我国共享住宿市场规模交易额同比下降72.1%。不过，共享住宿市场自3月开始回暖，市场交易额、订单量和接待人数逐渐恢复。

《报告》显示，共享住宿市场交易额大幅下降，一方面是由于疫情防控下出行住宿需求大幅下降，订单量急剧减少，前5个月订单总量同比下降65%，接待人次同比下降63%；另一方面，需求的疲软也导致间夜价格出现了较为明显的下降，前5个月平均间夜价格同比下降16%。

《报告》指出，共享住宿行业发展长期看好，但近期仍然存在诸多不确定性。对此，国家信息中心分享经济研究中心副主任凤霞表示，共享住宿发展需要更有力的政策扶植，一方面需要做好前期已出台政策的落地实施，进一步加强政策宣贯，注重营造更好的营商环境；另一方面还需要进一步从刺激消费需求、丰富旅游住宿服务供给、创新服务方式，以及加强政府与平台企业合作等多个方面，进一步加大政策引导和扶持力度。

绿盟科技发布首款业务安全产品

7月22日，绿盟科技发布其首款业务安全产品——绿盟业务安全网关。这标志着绿盟科技正式开辟了业务安全领域这一新战场，同时也开启了绿盟科技自有产品体系的新篇章。

绿盟业务安全网关聚焦“Bot管理”这一前沿安全理念，借由监测、分析Bot背后操作者的意图，提供灵活的响应策略，实现主动的识别、检测和管理各类Bot流量，从根源减少恶意Bot给客户业务带来的经济与声誉损失。

绿盟科技副总裁宫智首表示，近年来随着数字化转型进程的加速，以及人工智能、云、大数据等新技术的广泛应用，数据价值得到商业维度认可的同时，也吸引了黑灰产等网络犯罪分子的注意。绿盟科技业务安全团队多年来一直致力于对黑灰产团伙进行从源头到终端应用的监测和应对。绿盟业务安全网关，便是这一领域多年积淀的成果。通过从更高视角实现对Bot流量更合理的管控，绿盟科技将协助客户和有关部门一起应对自动化攻击带来的安全挑战，以先进的技术和服务，与客户一起，牢牢把控住业务安全能力的“战略高地”。

超万名大学生疫情下兼职送外卖

最近，广州大二学生吴泽杭在疫情期间利用空闲时间送外卖的故事登上热搜，网友评论：“自己努力，值得自豪”。近日，饿了么联合新华网发布的《2020年00后蓝骑士报告》显示，疫情以来，有1.2万名00后大学生决定靠父母靠自己，兼职送起外卖。

充满活力的00后正在成为蓝骑手中的一股新鲜血液。近一年来，饿了么新注册00后蓝骑士数量同比增长近2倍。他们最喜欢的跑单城市前三分别是上海、成都和深圳，重庆籍贯的00后蓝骑士数量最多。

调研显示，相比其他年龄段的年轻人，00后整体更偏向于平视“送外卖”这份工作，对这份职业认可度和偏好度较高。对于00后蓝骑士来说，他们更加认可这份工作能带给自己的成长，同时灵活自由的工作时间也是他们选择这份工作的重要原因。

暑期一直是大学生兼职的高峰期，不少00后大学生会选择利用这段时间兼职送外卖。加上因疫情影响未去学校，他们中的四成选择在家门口送单。而饿了么报告显示，00后蓝骑士中近一半愿意把这份工作推荐给别人，他们中的四成也会开启新的职业尝试。

线上教育不能太过急于流量变现

“未来三年，我们每一年都是巨额的投入，甚至到第三年，我们都没有盈利预期。”日前，字节跳动教育业务负责人陈林首次阐释了字节跳动教育业务的理念、使命、优势和规划。

陈林表示，字节跳动教育业务的使命是“创新教育，成就每一个大人”。他认为，目前教育行业在社会、学校、家庭三个层面都有可改进之处：社会层面，优质教育资源分配不均；学校教育层面，老师陷入大量重复机械性工作；家庭教育中，家长缺少专业的工具甚至知识。而目前科技要素的变化，带来了改变这些问题的可能性。“字节做教育的最大优势并非技术、产品、流量，而是战略决心和组织文化，我们会持续大力度、大投入、长期不间断地在教育领域进行创新。”

过去几年，字节跳动持续在教育领域进行探索，包括领投美国高等教育创新公司Minerva，陆续推出一对一外教产品GoGokid、启蒙AI课产品瓜瓜龙，中小学在线辅导

教育产品清北网校等。

此前，有行业专家分析认为，教育业务是字节跳动流量变现逻辑下的产物。而陈林认为，教育业务目前一直在亏钱，但公司仍然持续大力度投入，暂时不考虑盈利。

在陈林看来，教育业务还有很

大创新空间，也只有创新才能带来新的增量和改变。外界普遍看衰在线一对一模式，认为成本高，天花板低，业务难做大，而GoGoKid正在做一些降低成本的技术尝试和创新，如果最后可以实现，市场会被颠覆。“虽然很多设想还在验

证阶段，但我们相信，这个业务模式有非常大的空间和未来。”

字节跳动创始人兼CEO张一鸣也表达过类似的观点。“我其实不焦虑，有耐心。”张一鸣在字节跳动8周年公开信中说，“教育业务必须有更根本的创新，当然前提是我们在有更深刻的认知。在新的领域大胆地尝试，是始终创业的重要标志。”

今年以来，字节跳动的教育业务明显提速。疫情期间，清北网校帮助武汉教育云“空中课堂”平台，为武汉市90万个中小学生的网络教学提供技术支持。3月，瓜瓜龙英语正式上线，主打2~8岁小朋友的英语启蒙AI录播课。

同期，字节跳动也在大规模招聘教育领域的人才。今年年初，陈林曾表示，字节跳动教育业务今年将会招聘超过一万人。据知情人士透露，目前字节跳动教育业务的探索横跨pre-k、k12、成人教育等多个年龄段，产品矩阵丰富，涵盖多学科、多种课程形式。

(陈杰)

数据成为企业数字化“新能源”

获得了解救和恢复。

当前，数据的存储、传输、处理和安全技术，都有了长足的进步。新基建、数据要素、产业互联网、消费互联网和未来城市的融合，通过“生态联动”，描绘出未来经济的蓝图——新基建是“路”，提供支撑；数据是新“石油”，提供动力；产业互联网、消费互联网是“车”，载人运货；城市则是未来经济运行的最大场景，通过高效的服务与治理，来保障经济和社会良好运行。“路-油-车”高效协同运转，为新经济提供了新动能。

未来经济要治好产业互联网的“智能车”，为各行各业提供高效的数字化运载能力，实现新供给、搭建新平台、形成新组织。

产业互联网包含“产业”和“互

联网”。其中，“产业”是主角，“互联网”是数字化助手。产业互联网这台“智能车”，一定是基于各行各业的实际需求，量身定制各种数字化解决方案；核心目标是以数据为动力高效运行，通过产销环节的数据化，实现更高品质、更高效率、更个性化的新供给。

“要实现‘新供给’，互联网需要在两个维度为产业提供助力。”汤道生认为，首先是能力的维度，互联网要为产业提供充足的数字化生产工具。产业互联网具有技术精深、分工垂直的特征，需要搭建新平台，实现内外部高效协同。

互联网企业将自身的技术和能力模块化、产品化，通过中台的形式向外输出。产业互联网也需要通过构建开放平台，汇聚生态能力，

通过行业协作、产业链协同，开拓新空间；其次是组织的维度，互联网为企业提供灵活、开放的数字化管理、创新工具，通过在线办公、云端协作，构建数字化新组织；最后，未来经济要让数据要素成为驱动经济发展的“新能源”。

新基建、产业互联网、消费互联网、未来城市，不是相互孤立，是以数据为要素的互融互通。作为新型生产要素，数据并不只是对传统要素的补充，而是以幂数效应，放大人、财、物的能量，增强经济韧性与厚度。对个人而言，数据带来更高效、更精准的服务；对企业而言，数据将提升生产运营效率，支持业务创新；对社会而言，数据将为经济和民生发展提供增量空间。

(一楠)

中国火星车全球网络征名活动启动

7月23日，我国首次火星探测任务“天问一号”成功发射。7月24日，中国第一辆火星车全球征名活动启动，百度APP成为全球独家征名平台。用户只需要在百度APP搜索火星车征名等关键词即可进入征名页面。

本次征名活动由国家航天局探月与航天工程中心主办，国家航天局新闻宣传中心、中科院月球与深空探测总体部、中国航天科技集团公司宇航部、中国运载火箭技术研究院、中国空间技术研究院、上

海航天技术研究院、我们的太空创新实践中心等协办，由嫦娥奔月航天科技(北京)有限责任公司与百度APP承办。

当天，航天员翟志刚、刘洋、王亚平录下的《新天问》视频用以致敬中国首次火星探测；百度移动生态市场部总经理尹英利在现场和百度旗下人工智能助手“小度”贡献了第一个人工智能提出的命名——朱雀。

据了解，本次征名活动分为征集名称提交、评委初评十强、公众

投票前三、加权评定三甲四个阶段，最后报批并公布结果。征集名称提交时间截止到8月12日24时。在征集名称提交阶段，参与者既可通过百度APP官方征集渠道提交，也可以纸质形式投递到中国首辆火星车全球征名活动办公室。后续，中国首辆火星车全球征名活动还将聘请航天专家、社会文化名人组成评审委员会评选并结果向社会各界公布。

除此之外，中国火星探测工程还联合百度APP共同发起了追踪

火星计划，邀请了航天领域专家和大咖组建火星探测知识团，用火星探测科普直播等方式为我国首次火星探测任务“天问一号”宣传预热。后续百度还将以建立AI火星办事处、火星邮局等多元化的方式，让广大网民参与进来，助力我国首次火星探测任务走进大众。在追踪“天问一号”任务传递权威信息和知识的同时，注重我国航天精神的发扬和传承，进一步激励创新和奋斗。

(婧语)