

玩剧本杀 拍短视频 购物旅游 银发族激发消费新动能

“你这‘长安城防图’线索时间线矛盾。”“这句话有漏洞,我在单位搞了几十年数据分析,不会被轻易糊弄。”近日,在位于西安市洒金桥的领潮老年俱乐部,几名平均年龄60余岁的老年人正在玩一场剧本杀游戏。

随着生活水平的提高和观念的转变,老年人的消费能力与消费意愿正不断提升。当下的老年人不再仅仅满足于基本生活需求,而是在健康养生、文化娱乐、旅游出行等多个领域展现出强烈的消费欲望。

新型退休俱乐部让银发族“潮”起来

在领潮老年俱乐部里,“乐龄拍客团”成员李援朝半蹲着身子,手机镜头对准窗外暮色中的古城墙,嘴里还念叨着老师教的构图技巧:“低角度、黄金分割线。”半个月前,他发布的西安美食视频在社交平台收获了2000多个点赞,如今的他已成为俱乐部里的“短视频达人”。

这样的热闹场景,每天都在西安的新型退休俱乐部里上演。不同于传统老年大学,这些以潮流活动为主的俱乐部,正成为银发族们拥抱新生活的“快乐星球”。

这些俱乐部将剧本杀、爵士舞等年轻人热衷的项目进行“适老化改造”,还创新推出了跳蚤市场、身临其境影视剧配音、户外研学等活动,让退休生活“潮”起来。

“以前总觉得退休后生活就该是跳跳广场舞、打打太极拳,没想到现在还能玩年轻人爱玩的桌游,真是让我们赶上

潮流了!”王阿姨的脸上洋溢着兴奋的笑容。

记者了解到,与传统老年大学注重文化知识和技能培训不同,这些新型退休俱乐部更强调体验式、互动式的活动。

比如短视频课堂上,俱乐部的学员们不再是传统意义上的学生,而是生活中真正的“拍客”。当学习完短视频这门课后,学员们在任何想记录的时候都可以随时拿起手机,找到好的角度,甚至完成后期的剪辑。

有些学员会将学习成果发在社交平台,只为记录和分享。“在这里,我们不仅能学到新技能,更重要的是找到了志同道合的朋友,重新找回了年轻的感觉。”参加短视频课程的李彩玲说。

数据显示,西安目前已有多家类似的新型退休俱乐部,学员中女性占比超九成,年龄主要集中在50-65岁之间。

银发经济激活消费蓝海

昨日,在西安市翠华路68岁退休工程师周明远的家里,客厅一侧的智能按摩椅正缓缓运转,手腕上的健康监测手环不时闪烁蓝光。患有慢性疾病的他,每月在保健品和医疗器械上的支出超过2000元。

“年轻时总觉得身体是铁打的,现在明白健康才是最大的财富。”周明远边说边展示他新购入的智能血压仪,“这设备能自动记录数据、生成健康报告,还能直接发给儿女,他们在外工作也能放心。”

《2024银发族消费报告》显示,不同于传统银发族的精打细算、谨慎花钱,如今以“60后”为代表的银发族群体个人自主意识增强,在消费支出上比年轻人预期更乐观。

数据显示,2024年1月至9月,银发族线上成交单量、购物用户数、成交金额较2019年同期分别增长238%、187%、105%,消费增速一点也不逊于年轻人。从基础的吃穿、个护,到数码、家电等科技新潮,再到家政保洁、搬家货运等服务型消费,银发族的购物种类愈加丰富、消费结构不断升级。

“报了个坐火车去南京的团,4天3晚花费2700多元。”7月3日,记者见到退休教师吴敏时,她正在收拾行李,“退休后就想到各个地方走一走、看一看。现在隔两个月就出去转一圈,放松一下。”

作为“银发游”的忠实拥趸,吴敏每年都要搭乘旅游列车出行:“坐着火车看风景,一路上和同龄人谈天说地,这种自由自在的感觉,年轻时做梦都不敢想。”

中国国家铁路集团数据显示,2024年国铁集团组织开行的旅游列车共运送游客超100万人次,其中老年游客占比接近80%。

据测算,中国银发经济规模在7万亿元左右,到2035年有望达到30万亿元,我国银发经济处在加快发展阶段。

据此前西安市民政局消息,西安市在全市深入开展新时代“银龄行动”,到2028年底,西安市新时代“银龄行动”将实现“机制健全、制度完备、管理规范”,成为老年人社会参与、老有所为的重要品牌。

本报记者 石喻涵
实习生 杜焱 袁泽

我国开展号码保护服务业务试点

700号段将成为“隐私号”专用码号资源

近日,为加强个人信息保护,同时规范中间号业务、强化码号资源管理、防范治理电信网络诈骗和非应邀商业营销信息,根据国家有关法律法规,工业和信息化部印发《关于开展号码保护服务业务试点的通知》(以下简称《通知》)。为更好理解和落实《通知》要求,现就有关内容解读如下。



新华社发 王鹏作

一、号码保护服务业务是什么?

近年来,快递物流、外卖配送、网约车等互联网平台服务被广大用户普遍使用,在这些线上线下结合的服务场景中,用户手机号码被广泛应用在仓储、物流及售后等环节,比如,为方便联系用户,外卖、物流行业将用户真实手机号码、姓名、住址等信息记录在商品外包装上,不论是在商品流转的各环节,还是在用户收货后丢弃带有个人信息的外包装,都有可能被接触到包装的有心人利用,有较大的个人信息泄露和电信网络诈骗风险。为减少用户手机号码在各服务环节泄露风险,各互联网平台企业普遍使用号码保护服务业务,即为用户分配临时号码(通常称为“中间号”或“隐私号”)代替真实号码,与外卖员、快递员、网约车司机等服务人员通信的一种业务。

号码保护服务业务可以应用在需要保护个人电话号码的各种线上线下结合的服务场景中。常见的如,在网约车服务中,司机和乘客可通过打车平台临时分配的“中间号”进行通信,相互隐藏双方的电话号码;在网络购物中,购物平台临时生成一个“中间号”,隐藏订单收件人的实际号码,商家发货和快递派送时均可通过该“中间号”联系到收件人;在外卖服务中,外卖平台临时生成一个“中间号”,对商家和骑手隐藏消费者电话号码。这些应用场景中,号码保护服务的使用有效降低了个人电话号码被泄露的风险。

二、为什么要开展号码保护服务业务试点工作?

前期,即时配送、电商平台、网约车等主要领域的头部互联网企业和基础电信运营企业做出诸多有益的探索和尝试,形成较为清晰的号码保护服务业务实现路径,但也面临一些问题:一是企业多使用手机号码作为“中间号”开展号码保护服务业务,用户接到电话时,不知道该手机号是“中间号”还是对方的实际号码,无法判断是否接

听。二是业务涉及主体较多,无统一的技术实现标准及服务规范要求,运营各方责任不够清晰,业务流程实现方式也不尽相同,给服务稳定性带来一定挑战。三是存在部分“散乱差”企业为逃避监管,以保护用户隐私为由,批量使用手机号码作为“中间号”拨打商业营销电话,甚至存在用于诈骗等违法犯罪活动风险。因此,开展号码保护服务业务试点,既是要制定一套可持续发展的方案,推动业务高质量发展,培育壮大新业态,打造新的经济增长点,又是要在业务全流程做好动态管理和安全保障,落实好码号、业务和电信网络诈骗等管理要求,努力营造健康干净安全的信息通信消费环境,切实维护用户合法权益,满足人民群众个人信息保护需求。

三、《通知》主要内容是什么?

《通知》从试点内容、工作安排、相关要求三方面,系统部署了试点工作。

一是完善政策制度。明确了业务定义和业务参与方,明晰了应用平台提供方、基础电信业务经营者、业务使用方等三方参与主体的责任边界和相关要求,强化合规经营、防范治理电信网络诈骗、加强商业营销电话防控等业务管理要求,限制应用平台提供方“转租转售”。

二是规划专用号段。当前我国号码保护服务业务日均订单量至少为3.5亿,规划700专用号段,在形式上可以与手机号码明显区分,方便用户识别,在数量上可以满足未来快递、外卖、网约车等场景千亿级的码号资源需求。

三是稳步推进试点。考虑到业务开展涉及多方调整,本着积极稳妥的原则,《通知》设置了三个月试点准备阶段、三个月试点过渡阶段、两年正式试点阶段。试点过渡阶段结束后,将全部使用700专用号段开展号码保护服务业务。

四是强化监督管理。坚持统筹发展和安全,严格管理业务试点和700专用号段申请。强化业务和码号分配的全流程管理,提升技

术监管手段,有效支撑违规行为溯源,切实防范700专用号码被滥用。对于试点期间出现严重违法违规行为的业务参与方,将依法依规撤销试点资格,并会同有关部门进行严肃查处。

四、如何办理号码保护服务业务?

号码保护服务是互联网平台等企业(即《通知》中的业务使用方)为保护用户的个人电话号码信息而提供的一项服务。用户在使用互联网平台服务时,可自主选择是否授权同意互联网平台提供号码保护服务。业务使用方需由取得业务试点资格的应用平台提供方提供业务能力。

五、如何识别是否使用了号码保护服务?

前期,企业使用手机号码、固定电话号码、95号码等开展号码保护服务,号码格式并不统一,也给用户带来了较多的困扰。自试点过渡阶段起,工业和信息化部开始受理号码保护服务业务试点和专用码号资源申请,700号码是工业和信息化部规划给号码保护服务业务的专用号段,和手机号码、固定电话号码等格式明显不同。用户在拨打或接听电话的时候,看到15位长的“700xxxxxxxxxxxx”号码,就可以认定本次通信使用了号码保护服务,对方看不到用户的实际号码。同时,也将组织对700专用号码进行标记,显性提示用户该号码为号码保护服务专用号码,提升用户感知。

六、号码保护服务是否会影响正常通信?

号码保护服务不会影响正常通信,使用该服务既能保障互联网平台的商家、配送等服务人员能够联系到用户,同时又不向这些人员提供用户实际电话号码。当服务人员或用户使用“中间号”联系对方时,双方拨打和看到的号码均是“中间号”,网络中会将“中间号”最终翻译成对方的实际号码完成通信。

据央视网