

商用一年后,资费降了,手机便宜了,覆盖城市广了……

5G“真香”,可还差点儿啥?

有业内人士表示,正如4G带来了移动支付、短视频一样,5G同样会有类似的“爆款”,但还需要一些时间

换机门槛不断降低

“最近来买手机的人选的都是5G手机。”北京市一家国产品牌手机体验店的销售人员告诉记者,今年4月刚推出一款起步价在3000元以下的5G手机,吸引了不少年轻消费者购买。近来,由于年中促销以及手机品牌与运营商合作的购机入网优惠等,优惠折扣十分可观,因此一些5000元以上的旗舰机型销路看涨。

中国信息通信研究院公布的数据显示,今年5月份中国市场的手机出货量为3375.9万部,其中5G手机的出货量为1564.3万部,占比达46.3%。与一季度的出货量相比,5G手机的普及正在加速。

降资费可否拉动用户快速增长

想要体验5G,除了手机,还需要网络。5G商用牌照颁发一周年之际,运营商纷纷下调5G套餐资费。用户现在最低可以88元的价格,享受到原价128元的5G套餐。

尽管相关优惠大多有1年至2年不等的合约期限制,但对此前就有5G套餐想法的消费者无疑是一个利好消息。记者走访北京多家运营商营业厅了解到,近期,新入网的用户多为5G用户,也有不少用户在购买5G手机的同时携号转网。

此前,5G配套基础设施建设刚刚起步,国内三大运营商5G套餐资费起步价都在129元左右,市场普遍感觉定价

曾经,5G手机的高昂价格令很多消费者望而却步。2019年7月,中兴发布的国内首款5G手机售价4999元。3天之后,华为首款面向国内发售的5G手机Mate 20 X售价6199元。此后,随着国内众多手机厂商相继加入5G阵营,5G手机的价格逐渐从5000元以上降低至3000元左右。最近,小米推出的红米10X将5G手机的起售价格杀至1599元的新低。

业内普遍认为,随着5G技术不断成熟,上下游供应链成本降低,加上规模效益的带动,5G手机的价格还将进一步下降,千元以内机型或将很快出现。

有些偏高。但随着基础设施建设的提速,5G基站以每周新增1万多个的数量快速增长,5G套餐降价的时机到了。业内人士表示,运营商只有及时降低套餐价格,才能刺激用户的人网积极性,从而争取更多的5G用户,分摊相关运营成本。

工信部最新统计显示,仅4月一个月,5G用户就增加了700多万户。目前,5G终端连接数已超过3600万。但也有消费者表示,折扣后的5G套餐资费依然较为昂贵,与现有同等价位4G套餐的流量和通话时长相比,性价比优势并不突出。

5G不能仅仅止于“快”

“5G除了速度快,还有什么优势”“现在到处都有WiFi,4G也够用了”……手机便宜了,资费也降了,但记者采访发现,还有不少消费者对办理5G入网不感兴趣。持观望态度的原因主要是,较之4G手机,现阶段5G手机在使用感上并没有颠覆性地提升,5G的应用场景乏善可陈。

在北京一家互联网公司工作的陈科是最早一批5G尝鲜者。他向记者表示,5G速度确实比4G快不少,但实际用处并不大。“5G手机里装的全是4G应用,除了有时候下东西快点儿,不知道5G还能干啥。”手机销售人员程先生告诉记者,他们在推销5G手机时,除了向用户描述5G下电影、玩游戏速度有多快,并不能提供更具体丰富的体验感受,许多消费者购买5G手机还是冲着屏幕、摄像功能等硬件方面的升级。

“现在很多应用还停留在概念阶段。”有业内人士向记者表示,5G会带来怎样的变革性体验,尚没有能够完全落地的应用范本。“这是一个大的发展趋势,正如4G带来了移动支付、短视频一样,5G同样会有类似的‘爆款’,但还需要一些时间。”

今年政府工作报告中提出,要发展新一代信息网络,拓展5G应用。目前,全国累计开展5G创新应用400余项,在建的“5G+工业互联网”项目超600个。记者梳理发现,不少手机终端厂商正在着力布局影音娱乐、高清视频创作、云游戏等能应用场景,与5G技术密切相关的物联网行业也正在加快布局。5G到底会有多少“香”,值得人们期待。

我国首个《儿童零食通用要求》团体标准实施 冰激凌、汉堡等每周食用不应超过一次

据光明日报6月15日消息 6月15日,由中国副食流通协会等联合发布的《儿童零食通用要求》团体标准正式开始实施,对儿童零食营养健康和安全性等方面进行了系统规定。这是我国第一个关于零食的专门标准,也是首个关于儿童零食的标准。

6月15日正式实施的《儿童零食通用要求》团体标准(由团体按照团体确立的标准制定程序自主制定发布,由社会自愿采用的标准),对儿童零食的原料要求、感官、营养成分、微生物指标、食品添加剂等做出了明确规定。

《儿童零食通用要求》将儿童按照年龄分为两个阶段:3至6岁(6个月以内)为学龄前儿童;6至12岁为学龄儿童。根据不同年龄段儿童的生长特征,确定不同的重点营养素需求。

此外,这一标准还提出儿童零食所使用油脂不应含有反式脂肪酸,不能使用经辐照处理的原料,少添加糖、盐、油,规定氯化钠、蔗糖、脂肪的限值,产品的组织形态不能有明显尖锐突出物,产品口感不崩牙等。

按照《儿童零食通用要求》,儿

童零食分为以下几级: 第一级:可经常食用的零食。主要是低脂、低盐、低糖类食物。包括奶和奶制品,内含优质蛋白有助于生长发育和骨骼成长;新鲜的应季果蔬,可以摄入丰富的维生素、矿物质元素和膳食纤维,增强体质;坚果类,营养价值高,增加饱腹感。这些食物虽然营养含量丰富,也要适量给孩子食用。

第二级:可适当食用的零食。适当食用就是可以每周1至2次,主要指含有中等量的脂肪、盐、糖类食物,这类食物是可以补充一些能量的,但是同时又不建议多吃。因为有些用脑量、活动量大的孩子不能只靠一日三餐,还需要适当的加餐来补充能量,它们含抗氧化成分、矿物质和膳食纤维,能有效补充能量,但是糖、盐的含量又较高,所以不建议常吃多吃。

第三级:限制食用的零食。所谓的限制食用,就是针对3至17岁的儿童和青少年来说每周不能超过一次,针对3岁以下的儿童食用的频率应该更减少,能不吃就不吃。这类零食多是一些高糖、高盐类的,也就是经常说的垃圾食品。如膨化食品、冰激凌、汉堡、炸鸡等。

日本 一日新增75例 新冠肺炎确诊病例 其中18例为一家夜店服务人员

据新华社6月15日电 据日本广播协会电视台统计,日本14日新增新冠肺炎确诊病例75例,其中18例为东京都新宿区内同一家夜店的服务人员。

东京都知事小池百合子14日举行记者会,确认东京都当日新增确诊病例47例,其中18例为新宿区内同一家夜店的服务人员。小池百合子表示将密切关注感染者动向。据日本广播协会电视台统计,这是自5月5日以来东京都首次单日新增病例数超过40例。截至目前,日本累计确诊病例达17529例,累计死亡927例。其中,东京都累计确诊5544例。

日本经济再生担当大臣西村

康稔在13日举行的记者会上说,已就夜店等3个行业明确防疫方针。方针要求制作包括客人姓名和联系方式的名簿以及人员间距至少1米,尽量达到2米左右等。西村说,制定防疫方针是为了在发生传染时便于锁定路径,是恢复营业的前提。

东京都11日晚解除“东京警报”,从12日零时起进入放松限制的第三阶段,进一步放宽部分行业的停业要求,如卡拉OK店可恢复营业。东京都计划到19日全面解除停业。日本5月25日解除东京都等最后5个都道县的紧急状态后,东京都新增确诊人数有所反弹。

德国 一求职平台调查结果显示 “后疫情时代”IT、销售等职业需求旺盛

据环球时报6月15日消息 德国《经理人杂志》14日报道,尽管各大企业因疫情面临裁员,但不同职业有着不同的命运。德国求职平台Stepstone近日对1200位企业高管调查发现,10个职业在“后疫情时代”仍需求旺盛。

35%的受访者表示,他们的企业复工后对公司人员的需求将会增加,特别是对IT专业人才的需求最为旺盛,约有1/3的企业将增加此类人员。专家表示,“后疫情时代”

企业都将增加IT领域的投入,因为“数字化对于业务模式变得越来越重要”。同时,高管希望招聘的其他热门岗位还包括销售、人力资源管理、研发、工艺和技术人员、管理、采购、营销与公关、财务和经理人。专家表示,相对而言,技术人员失业的可能性较小。疫情后,企业都将加大营销,因此市场营销人员的机会也不差。调查还显示,IT和医疗保健领域最缺人,这些领域的许多企业成为疫情中的“赢家”。

美国 白人警察又枪杀一黑人男子 引发新一轮示威抗议

据新华社华盛顿6月13日电(记者 邓仙来 孙丁)美国南部佐治亚州亚特兰大市民众13日走上街头举行示威活动,抗议前一天该市白人警察在执法中枪杀一名27岁黑人男子。

据当地媒体报道,示威民众在这名黑人男子被枪杀地点附近的快餐店纵火并烧毁周围的汽车,警方使用催泪瓦斯和闪光弹驱散示威民众。

事发快餐店12日晚间监控录像显示,一名黑人男子在快餐店外停车场与两名白人警察扭打。其间,该男子从警察手中夺过一支电击棒后逃走,警察立刻追赶;男子突然转身并用电击棒指向一名警察,这名警察随即向男子开枪。

根据佐治亚州调查局13日公布的初步调查结果,警方12日晚接到报警称,有一名黑人男子在快餐店门口停车并在车内睡觉,影响其

他顾客停车取餐。警方赶到现场后对这名名为莱沙尔德·布鲁克斯的27岁黑人男子进行酒精检测,结果显示其曾饮酒。检测过程中布鲁克斯曾抵抗,警方欲将其逮捕。布鲁克斯遭警方枪击后,被送往医院但不治身亡。

亚特兰大市警察局长埃丽卡·希尔兹13日晚发表声明,称将辞去局长职务。亚特兰大市长凯莎·博顿斯谴责涉事警察执法过度,并敦促警方将这名警察开除。佐治亚州调查局表示,将继续对这起事件进行调查。

目前,明尼苏达州黑人男子乔治·弗洛伊德被白人警察过度执法致死在美国引发规模空前的抗议示威尚未平息。今年2月,佐治亚州黑人青年艾哈迈德·阿贝里在慢跑时遭一白人父子枪杀,当地一家电视台5月发布记录事发时刻的一段视频,引发民众愤怒。

三文鱼“背锅”? 专家:查清案板病毒来源才是关键

据中国青年报6月15日消息 6月12日晚,北京新发地批发市场董事长张玉玺表示,相关部门抽检时从该市场切割进口三文鱼的案板中检测到新冠病毒。一时间,“三文鱼”被推上风口浪尖,引发热议:“三文鱼会感染新冠病毒吗?”记者采访有关专家,就相关问题答疑解惑。

三文鱼会不会感染新冠病毒?

“三文鱼‘携带’新冠病毒和蝙蝠‘携带’新冠病毒是两码事。”中华预防医学会健康传播分会常委、科信食品与营养信息交流中心主任钟凯6月13日表示,三文鱼的“携带”准确地说是在沾染,是被污染。而蝙蝠的“携带”是可以共生的宿主。

他告诉记者,目前新冠病毒已知的宿主基本都是哺乳动物,三文鱼体内携带新冠病毒的可能性几乎为零。

一位微生物学博士也告诉记者,新冠病毒是通过结合血管紧张素转化酶2即ACE2蛋白来实现感染的,且主要感染人类、蝙蝠在内的哺乳动物。尽管鱼类也含有这种蛋白,但根据当前的一些研究结果,鱼类、鸟类以及爬行类动物结合新冠病毒的能力较弱。

“既然相关部门抽检的结果是‘从切割进口三文鱼的案板中检测到了新冠病毒’,并不一定就是三文鱼的问题,也可能是三文鱼所在的家板等沾染了病毒,或是三文鱼表面沾染(而非感染)了病毒。”该微生物学博士说。

三文鱼还能不能吃了?

“当务之急是查清楚案板上的病毒来源,这才是关键。”一位专家告诉记者,在此之前,建议公众暂不生吃三文鱼。根据《北京日报》6月13日消息,北京的主要商超企业超市发、物美、家乐福都已连夜下架全部三文鱼。

在钟凯看来,截至目前,还没有新冠病毒通过吃喝传播的证据,“主要还是接触传播”。“如果是熟食,当然不会有问题。如果是生食,风险就大一点,因为病毒接触黏膜的机会多了。”

据他介绍,新冠病毒在物体表面的存活时间从几小时到几天不等。冰鲜三文鱼是空运过来,且有低温环境保护,因此理论上“是有可能存活下来的”,“虽然这种概率并不大,但考虑到一旦引起疫情,防控成本极大,因此近期相关部门可能会管控这类产品”。

钟凯告诉记者,个人通过生食三文鱼感染新冠病毒的概率极低,但建议大家最近先别吃生的三文鱼以及其他进口生鲜,等待官方调查结果明朗后再作决定。

“对于普通消费者,主要还是强调外出采买戴口罩,回家洗手,制作食物前后也要洗手,尽量不用脏手摸眼睛、鼻子、嘴巴。”钟凯说,“提高警惕,但也不必草木皆兵。”

强行“洗脑”贩卖焦虑,出卖用户“精准围猎” 医美App正在制造“美丽陷阱”

随着“颜值经济”不断升温,整形、医美成为不少爱美人士的选择,医美App平台应运而生。

众多定位为“社区+点评+团购”的医美平台,原本是从提供咨询、服务用户的立场出发,打造以内容创作、社群参与以及线上预订为主的商业模式,吸引用户和医美机构,弥合供需两端的信息鸿沟。然而,不少用户表示,一旦进入医美App便成了商家“精准围猎”的目

标,所有浏览内容都与商业紧紧绑定。再加上平台对入驻商家、发布内容审查把关不严,为不正规的从业者提供了生长温床,消费者利益难以保障。

被“洗脑”后,“对自己越看越不顺眼”

“为了营造‘全民整容’的氛围,这些app编造了大量‘整容改变命运’的凡人故事。”长沙一家医美机构营销人员王芮告诉记者。同时,各类明星整容、微整形等博眼球的话题充斥,“某女星整形实锤”等帖子点击量很高。“很多帖文动辄蹭明星热度,已经出现多起被明星起诉的案例。”王芮透露。

“看多了平台里的整容脸,感觉被‘洗脑’后审美都发生了偏差,对自己越看越不顺眼。”长沙市民徐乐说,只要不是欧美双眼皮、瘦削瓜子脸、高尖肋骨鼻,都觉得不对劲。

高价买“图”,催生“整容日记”造假产业链

不少医美App对平台发布内容监管不力,虚假营销、美化商家、竞价排名等行为屡禁不止,基本形成了“亲商家坑用户”的模式。

移花接木,真假难辨。对于整形消费者来说,商家说得再好听,也不如一个普通人真实的案例吸引人。因此,平台充斥着大量整形用户的日记和案例,通过术前、术中、术后的照片对比,来佐证医美机构的技术和服务。

记者发现,平台发布的几乎所有整容前后照片对比,都是手术前素颜+原相机拍摄,手术恢复后化妆+美颜相机拍摄,再加上各类滤镜、PS美颜技术,观感差别很大。

为了让整形成功案例更丰富,很多机构不惜高价买“图”,从而催生“整容日记”造假产业链。

“电商平台上有许多‘医美案例对比图’商品,有的机构还专门组织人,去悄悄拍摄其他机构整形者的术前照,再通过化妆、PS合成‘整容照’,宣称是自己的案例。”王芮透露,“如今PS技术发展,哪怕不整容,要做出这样的照片对比,在技术上也不是难事。”

一些细心的用户发现了其中的“猫腻蹊”:“同样的照片,在不同平台上出现,被冠以不同的人物、故事,指向不同的整形机构。”还有人甚至发现,同一个发文用户,在不同帖子中,描述自己所

“野蛮生长内容失控”的医美App需严管

据德勤咨询公布的报告显示,中国医美2017年的市场规模达到了1925亿元,居全球医美市场第二位。德勤预计,2022年中国医美市场有望达到4810亿元,居世界首位。

一方面是快速膨胀的市场需求,一方面是有资质的机构、医师供给不足,由此产生了巨大的市场缺口,催生了很多打擦边球、非法行医的医美机构。

这些机构大多依赖线上App做宣传、引流,湖南大学工商管理学院教授朱国玮说:“线上宣传造势,线下机构资质存疑,手术质量不高,售后难以得到保障,导致医美行业纠纷、投诉居高不下。”

做的整形项目都不一致。

补贴提成,激励造假。做过整形的人,一般都不太愿意承认,但平台上为什么会有这么多人愿意分享自己的整形经历呢?

实际上,一方面,平台方会以补贴的方式,激励用户分享案例;另一方面,医美机构也会直接给“带客”“引流”的“中介”不菲的提成,这已经成为行业内公开的秘密。于是,众多分享整形经历的医美博主成了“托儿”,不少机构还雇有专业“写手”团队,手握多个水军账号。“写帖文分享自己的‘血泪’整容史,历数自己数次失败案例,最后终于找到了靠谱儿的医师,实现华丽转身,这类文章最容易骗取读者的信任。”王芮说。

多位业内人士指出,平台吸引用户是前提,但导流、分成、广告才是真正的吸金来源。因此,用户信息泄露、入驻机构刷单、虚假内容发布、选择性屏蔽真实投诉帖等现象屡禁不绝。另外,片面夸大医美效果、推崇过度医美、隐藏医美风险,也成为医美App的“通病”。

长沙多家医美机构负责人建议,对于医美App普遍存在的“失范”行为,期待有关部门“精细监管”。否则,任由平台扰乱市场秩序,容易出现“劣币驱逐良币”的恶性循环。

朱国玮认为,对于虚拟化的平台软件,需要相关部门使用先进手段,采取督导结合的方式,有效提供管理服务。另一方面,线下医美行业乱象也亟待严格监管。对于医美App自身发展而言,需要进一步完善商业模式,摆脱完全依靠广告分成的商业困境。(部分采访对象为化名) (据新华社每日电讯)