

大數據反向定製 年輕人需求直達工廠

懶人家電聰明貼心 黃金周爆單

需求激增

國慶黃金周興起「懶人經濟」。記者梳理各大電商平台國慶黃金周銷售數據發現，通過年輕人需求大數據，工廠進行反向定製「爆款」小家電成為今年消費一大亮點，電器消費向着「潮」、「聰明」和「高顏值」升級。聯網炒菜機、智能投影儀、「掃拖一體」掃地機器人、一步到位洗衣機等產品熱銷。京東大數據顯示，國慶假期期間，北京、上海等地掃地機器人交易額同比增長約4倍，能滿足動態攝影的運動相機交易額同比增長近100%。

大公報記者 盧靜怡廣州報道



▲國慶假期，「零風感」空調銷售火熱。

◀通過用戶需求大數據進行反向定製的「爆款」小家電成為今年國慶黃金周消費一大亮點。圖為市民在挑選智能電飯煲。

懶人家電受年輕人青睞

「輕食纖維」智能電飯煲

用戶需求：追求低糖低卡路里健康食品。

新功能：推出「輕食飯」功能，煮白米飯總膳食纖維提升25%；推出雲食譜功能，可按提供的食譜清單，烹飪可口飯菜。

智能「掃拖一體化」掃地機器人

用戶需求：用掃地機器人後無需人力拖地；掃地機器人清潔完，無需清潔機器人。

新功能：除了智能避障、路徑規劃等常規功能提升外，還增加自動集塵和自動清洗功能。

投影儀

用戶需求：投影儀屏幕亮度適應室內光線，不用拉窗簾等；用手機連接投影儀的步驟可以不要那麼繁瑣。

新功能：借助超高精度光學傳感器，能夠實時感知周圍的光線變化，並根據當前環境自動調節畫面亮度。

主廚料理機/聯網炒菜機

用戶需求：下班比較晚，想要更快吃上飯又不想點外賣。

新功能：在電飯煲屏幕上選擇菜譜，使用者只需把準備好的主菜、輔菜、配料等按顯示屏幕提示的克重依次放進鍋裏。

大公報記者盧靜怡整理

解放雙手 家務甩給掃地機器人

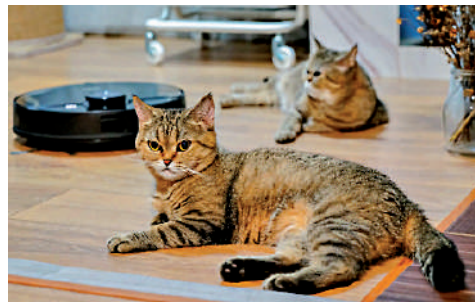
特稿

古人有云：一屋不掃何以掃天下？對於內地年輕人來說，打掃房屋的重任已經落到智能掃地機器人頭上。一鍵點擊開關，自動驅使運行……記者在電商平台看到，在國慶期間，不少類似的智能掃地機器人，都可以根據客戶需求量身定製功能，在網上銷售火爆。

「用完掃地機器人搞衛生，自己還得清潔掃地機器人，真希望不要那麼麻煩！」在國慶黃金周前夕，白領周小姐購入一款新款「掃拖一體」機器人，這款機器人還有自動清潔的功能，讓她如釋重負。「我家裏有養貓，貓兒常打翻東西，往往是一地的貓毛、醬汁，現在掃地機器人能掃地和拖地二合一，只需運行一次，便能乾淨如新。」她笑說，自己最欣賞的還是掃地機器人在清掃結束後，還能一鍵操作自動清洗：「再也不用手洗滾刷了。」

記者了解到，這些「爆款」的智能掃地機器人背後，往往是結合了平台大數據分析從而進行「反向定製」。國慶熱銷的智能機器人，除了智能避障、路徑規劃等常規功能提升外，還收集了消費者對於自動集塵和自動清洗功能的新追求，商家根據需求精準定製的「掃拖一體機器人」一經推出便走俏線上市場。

大公報記者 盧靜怡



◀對於養貓人士，「掃拖一體」機器人輕鬆處理貓毛。

假期別樣團聚「孝心訂單」勁增



▲國慶黃金周期間，不少長輩逛商場購買金飾。
大公報記者盧靜怡攝

【大公報訊】記者盧靜怡廣州報道：今年十一黃金周假期，不少沒有回家過節的年輕人，選擇在外賣軟件裏的「跑腿訂單」裏與家人「別樣團聚」。

記者從美團平台上獲悉，假期期間，給父母的異地「孝心訂單」增長迅速，部分城市近一周訂單量環比增長超200%。年輕人用異地外賣傳遞思念的同時，還催生出「訂單備註」文化。根據美團外賣數據，「愛」「媽」「爸」「老人」成為假期外賣訂單備註中最頻的關鍵詞。

統計顯示，黃金周期間，不少訂單是請外賣騎手到家中幫助老人。最常見的訂單包括

「上門調試網絡電視節目、教會老人開機選節目」「在樓下扶老人上樓」「給老人取熬製好的中藥一袋」「麻煩幫助老人使用智能手機，懂得怎麼操作視頻通話就可以」……各種各樣的異地跑腿訂單，滿滿都是愛意。

子女遠程下單為爸媽購買服務的案例並不少見。廣州一名騎手告訴記者，只要子女下單成功，系統就會向他們發送一個數字碼，子女隨後會把數字碼告訴老人。「上門完成訂單上要求的內容後，老人提供數字碼我才能結束這單任務。」記者採訪發現，由於有了打分評價機制的保障，子女遠程下單幫助家中老人日常所需，質量相對有保障。

爆款頻出 滿足年輕人需求

「以前有什麼賣什麼，現在可以根據用戶需求來反向定製家電產品，讓產品創新更精準，定製化正成為小家電產業發展的重要趨勢。」中國家用電器協會有關負責人介紹。記者了解到，這種基於用戶需求定製獨家產品的模式，即是「反向定製」。該模式從大數據中「讀」出消費者需求，再尋找廠家設計生產，生產商可以用最小「試錯成本」，向市場供應各種「爆款」，同時讓海量用戶買到所需產品。

正在推廣「反向定製」模式的京品家電工作人員表示，通過反向定製模式，並結合傳統家電廠商自身的突破性技術，將用戶的功能需求、外觀需求、性能需求一次性滿足。「花同樣的錢滿足更多需求，這種集用戶所需之大成的產品一上市便備受好評。」

據透露，京東家電大數據通過整合超過10億消費行為數據，對海量信息進行消費需求洞察，再將其轉化成產品語言傳遞到品牌方。專家表示，不斷升級的消費需求正在加速供給側變革，數智化社會供應鏈形成協同效應，廠商柔性製造能力越來越強，C2M（Customer-to-Manufacturer顧客對工廠）反向定製成為商家發力角逐的新賽道。

健康智能家電成消費主流

十一黃金周的消費，往往能折射出國家消費機構和製造業生產方式的升級。記者還看到，不同電商平台熱銷的家電中，智能化正在建築起完整的生態鏈。出門鍛煉，智能門鎖自動上鎖；緊接着，客廳裏的掃地機器人出艙清掃；廚房內，智能電飯煲自動開啟煮飯模式……通過手機APP平台，不少家庭借助小家電開啟智慧生活。根據北京蘇寧易購發布的十一黃金周首日銷售數據顯示，健康高端家電成為品質生活的新主流。冰洗、廚衛、通訊成為黃金周首日消費者購物品類TOP3，分別較同期增長207%，206%，128%。

秋收遍山是金黃

金秋時節，在平均海拔800米的重慶市酉陽土家族苗族自治縣花田鄉，有着400多年歷史的古梯田裏栽種的水稻迎來收穫季。等待收割的有機水稻依山勢鋪開，金光燦爛。

新華社



國際航協納中文為官方語言

【大公報訊】記者夏微上海報道：近日，國際航空運輸協會（IATA，簡稱「國際航協」）宣布，中國東方航空股份有限公司將於2022年6月19日至21日在中國上海承辦第78屆國際航協年度大會（AGM，下簡稱「年會」）和世界航空運輸峰會。同時生效一項重要決議——國際航協自1945年創立以來，首次修訂了國際航協章程的語言條款，中文成

為官方語言，這是國際航協章程語言條款76年來唯一增加的語言。此前僅有英語、法語、西班牙語和阿拉伯語（阿拉伯語文件的翻譯僅限於阿拉伯語會員要求的年會文件）四個創始語言。

明年在滬舉辦的年會將是有了「航空界的聯合國大會」之稱的國際航協年會時隔十年之後第三次來到中國，2002年和2012年國際航協年會曾分別在上海和北

京舉行，2022年全球航空界高層領導人、航空產業和航空機構的高層代表將齊聚黃浦江畔，共襄盛會，共話交流與合作，共謀行業可持續發展。

國際航協理事長Willie Walsh說，「期待航空業同仁齊聚上海，參加第78屆國際航協年會。中國是一個充滿活力的航空市場，中國的國內市場是最快走出新冠疫情陰霾的市場之一。」