

CHINA BRAND 让品牌动力中国

主管 国家市场监督管理总局

# 中国品牌

视觉·被雨改的直播带“祸”

科技·亚运黑科技接轨“未来”

案例·“花加们”花期失灵

## 辉煌十年 中国高铁重置世界密码



全国23个机场50个南方航空贵宾厅可阅读本刊  
全国近50个机场和高铁站金色世纪贵宾厅可阅读本刊



2023 Vol.207 邮发代号80-588

# vatti 华帝

认真生活

好用 · 好看 · 好清洁

## 华帝集成烹饪中心

一米空间七合一, 15分钟4菜1汤\*



*Rona Qiyong*

华帝品牌代言人：  
欧阳娜娜

\*“一米空间七合一”指集成烹饪中心，集蒸、炒、煮、煎、炸、烤、炖于一体，实现厨房空间的高效利用。



保利® 管道  
正 / 在 / 您 / 身 / 边

# 家装隐蔽工程 全屋隐蔽美学

加减乘除  
用水解决方案

为空间做加法 为异味做减法  
为便捷做乘法 为隐患做除法



■ 顾问

徐济超 Xu Jichao      张 伟 Zhang Wei  
朱保成 Zhu Baocheng    王 越 Wang Yue  
葛志荣 Ge Zhirong      贺邦靖 He Bangjing  
张 纲 Zhang Gang      刘卓慧 Liu Zhuohui

■ 社 长 张 超 Zhang Chao

■ 总 编 辑 宛 枫 Wan Feng

■ 总 编 室

主 任 宛 枫 Wan Feng (兼)

■ 办 公 室

主 任 李洪杰 Li Hongjie

■ 财 务 部

主 任 牛铁军 Niu Tiejun

■ 融 媒 中 心

副 主 任 卢苇笛 Lu Weidi  
编 辑 王 晴 Wang Qing    王晓璐 Wang Xiaolu  
实 习 编 辑 常明德 Chang Mingde

■ 运 营 中 心

副 主 任 高万鹏 Gao Wanpeng

■ 视 觉 中 心

主 任 赵 玲 Zhao Ling

■ 本 期 责 编 王 晴 Wang Qing

总编室电话            010-64522670  
新闻联络电话        010-64522690  
市场联络电话        010-65283638

广告总代理            中品计划(北京)品牌管理有限公司(010-65949611)  
国内统一刊号        CN11-5562/T  
国际标准刊号        ISSN1673-7741  
邮发代号            80-588  
户 名                《中国品牌》杂志社  
账 号                0200203009200022447  
开户行                中国工商银行北京和平里北街支行  
社 址                北京市朝阳区北三环东路18号6号楼2层  
网 址                www.cbrand.com.cn  
邮 箱                news@cbrand.com.cn  
印 刷                北京博海升彩色印刷有限公司  
广告经营许可证号    京丰工商广登字 20170007号  
总发行                北京市报刊发行局  
读者订阅            全国各地邮局  
出刊日期            每月8日出版  
定 价                RMB 28元

主管

国家市场监督管理总局

主办

中国品牌建设促进会

出版

《中国品牌》杂志社

旗下

中国品牌网

中国品牌研究院

老字号品牌研究中心

金融品牌研究中心

汽车品牌研究中心

区域农业品牌研究中心

家居品牌研究中心

活动

中国品牌年会

中国品牌发展论坛

丝绸之路品牌国际论坛

中国集群品牌论坛

中国区域农业品牌发展论坛

中国品牌王府井国际推介周

中国品牌日·我为中国品牌代言

协作平台

《中国品牌》杂志社品牌媒体联盟

《中国品牌》杂志社区农业品牌发展联盟

《中国品牌》杂志社品牌服务机构联盟

中国品牌理论创新工程

中国品牌战略合作伙伴

中国品牌全球推介计划



微 信 公 众 号



中 国 品 牌 网

匠心计划®

匠心品牌甄选平台

# 匠心计划 匠心品牌甄选平台

**33**个指标 层层甄选  
经销商省心 消费者放心



400-066-1696  
www.jiangxinplan.com



## 全球十大电梯制造商TOP10

国家认定企业技术中心

国家火炬计划重点高新技术企业、欧洲CE认证

连续十年电梯行业自主品牌主要经济指标居前列

中央国家机关电梯及安装项目定点采购供应商

中国房地产500强首选10大电梯供应商



### 康力电梯股份有限公司

地址：江苏省南京市高新技术产业开发区康力大道999号

电话：0512-63290000 传真：0512-63290938 邮编：215213 400客户服务热线：400-188-2367

电子邮箱：(国内) marketing@canny-elevator.com (国外) export@canny163.com export@canny-elevator.com



CHINA BRAND

卷首语

# 一条巨龙正腾飞在世界舞台

这是一条跨越世界文明的路，汇聚着人类共同发展的最大公约数。

10月的北京，迎来第三届“一带一路”国际合作高峰论坛的隆重举行，来自151个国家和41个国际组织代表应约赴会。

今年是共建“一带一路”倡议提出十周年。共建“一带一路”倡议，顺应时代要求和各国加快发展的愿望，得到国际社会广泛而热烈的响应，给共建国家带来了实实在在的利益。

十年栉风沐雨，十年春华秋实。

目前，全球已有超过四分之三的国家与30多个国际组织与中国签署共建“一带一路”合作文件，已形成3000多个合作项目，拉动近万亿美元投资规模。世界银行预测，到2030年，共建“一带一路”相关投资有望使760万人摆脱极端贫困，3200万人摆脱中度贫困。

在这条丝绸之路经济带上，最亮丽的互联互通工程就是“中欧班列”。10年来，中欧班列已经成为连接亚欧大陆的重要贸易线和“一带一路”建设的大动脉。

截至9月底，中欧班列已经通达欧洲25个国家217个城市，累计开行超过7.8万列。“海上丝绸之路”构建起联通全球43个国家、131个港口的航线网。今年上半年“空中丝绸之路”旅客运输量占我国国际航空市场比重达71%，较2019年同期提高了13个百分点。

而中国高铁，作为我国自主创新的成功范例之一，构成了“一带一路”全球互联互通网中重要的一环。

沿着华夏大地“八横八纵”的高铁网眺望，南北向，通车11年的京广高铁让沿途一座座“高铁新城”拔地而起；东西向，全长3176公里的徐新高铁横穿祖国版图；兰新高铁穿越戈壁滩一举创下7个“世界之最”，哈大高铁驶过零下40摄氏度的高寒地带，刷新复兴号动车组极寒运行纪录……在海外，“一带一路”标志工程雅万高铁顺利开通，时速350公里的“中国速度”惊艳印尼。

山止川行，风禾尽起。

十年以来，中国高铁的营业里程从2012年的9356公里增长到4.2万公里，增长了约380%；建设投资在过去十年里累计超过了5万亿元人民币，其中仅2021年一年的投资就达到了5500亿元。中国高铁的运营速度已经超过了350公里/小时，达到了世界领先水平。

中国高铁的崛起，极大地促进了全球交通与经济的繁荣发展。一方面，中国高铁的建设和运营为世界各国提供了便捷的交通方式，拉近了国与国之间的距离，加强了经济文化的交流与合作；另一方面，中国高铁的建设和运营为世界各国提供了重要的基础设施，推动了当地经济的快速发展。

中国高铁走向世界，不仅展现了中国科技的实力和魅力，更彰显了中国负责任大国的担当。

刚刚过去的辉煌十年，“华章”初现；新的起点，将再谱新篇。✈



Email.wanfeng@cbrand.com.cn

# CONTENTS

## | 市 监 CHINA BRAND

16 这些“安宫牛黄丸”竟用电饭锅熬制

## | 聚 焦 CHINA BRAND

### 18 辉煌十年 中国高铁重置世界密码

“和谐号”“复兴号”，一代代更新的车型，刷新着“中国速度”，也见证着中国高铁近十年的发展历程。从“追赶者”到“领跑者”，从一无所有到自主创新，中国高铁在坎坷曲折中唱响波澜壮阔的品牌之歌。

20 制图 数读中国高铁这十年

## | 观 察 CHINA BRAND

30 被围攻的直播带“祸”

## | 数 据 CHINA BRAND

38 那个熟悉的“黄金周”又回来了

40 大学生第一个行李箱咋选的？

## | 镜 界 CHINA BRAND

42 看古人如何玩转“多巴胺配色”

## | 话题 CHINA BRAND

- 48 南阳“音乐劫”的红与黑
- 52 电竞摘金 游戏不止是玩玩

## | 科技 CHINA BRAND

- 56 亚运黑科技接轨“未来”
- 60 破冰北极的“中国雪龙”

## | 快消 CHINA BRAND

- 64 “花加们”花期失灵
- 68 被AI国风毛衣“丑哭了”
- 70 张小泉菜刀拍蒜又双叒断断了!

## | 文产 CHINA BRAND

- 74 “混血”小镇的油画杰作
- 76 不够文艺都没法逛菜市场了

## | 农业 CHINA BRAND

- 78 没海的新疆 凭海鲜出圈

## 品案 CHINA BRAND

- 84 “一颗瓜”的戏里戏外
- 86 “魔性神曲”被魔性抢注

## 智库 CHINA BRAND

- 88 遏制“网络传说”要釜底抽薪
- 90 做强做优互联网经济

## 潮品 CHINA BRAND

- 92 厨房“器遇记”
- 94 纵横间的灯影竹韵

## 广告索引

封二	——	华	帝
P 0 1	——	保	利
P 0 3	——	匠	心 计 划
P 0 4	——	康	力 电 梯
P 1 3	——	开	县 春 橙
P 2 8	——	起	亚 汽 车
P 2 9	——	季	华 铝 材
P 3 6	——	广	日 电 梯
P 3 7	——	九	牧 卫 浴
P 4 6	——	开	能 净 水
P 4 7	——	快	意 电 梯
P 5 4	——	长	虹
P 5 5	——	三	棵 树
P 6 2	——	台	铃 电 动 车
P 6 3	——	仙	津
P 7 2	——	浪	鲸 卫 浴
P 7 3	——	好	医 生
P 8 2	——	中	石 化 爱 跑
P 8 3	——	中	讯 润 滑 油
封三	——	百	得 厨 卫
封底	——	鹰	卫 浴



# CHINA BRAND 中国品牌

杂志发行渠道覆盖

- 党政机关：**  
 党中央、国务院各部、委、办、局/各省级党委、政府及宣传部等/全国市场监管系统
- 国内及市场监管系统重大会议：**  
 全国两会新闻中心及有关驻地/中国质量大会会刊/全国质量月会刊/中国品牌价值信息发  
 布唯一会刊
- 机场及高铁站覆盖：**  
 全国23个机场50个中国南方航空贵宾休息厅  
 全国近50个机场和高铁站的金色世纪贵宾厅
- 会员覆盖：**  
 中国品牌建设促进会会员/《中国品牌》杂志战略合作单位/各省级品牌协会商会及会  
 员单位
- 企业覆盖：**  
 各有关中央、国有企业/各有关民营企业/参加中国品牌价值评价企业

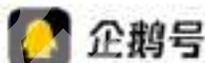




# 《中国品牌》



# 杂志社媒体矩阵



豆瓣  
热爱生活的年轻人都在这里



新浪看点  
有个性 比你好



凤凰网  
IFENG.COM



一点资讯  
有料 更有用





# 中国品牌战略合作伙伴

 华帝股份有限公司	 中山百得厨卫有限公司	 爱康企业集团 (上海) 有限公司	 北疆硅藻土新材料 科技有限公司	 武汉农业集团有限公司
 佛山市家家卫浴有限公司	 快意电梯股份有限公司	 GUANGRI ELEVATOR 广州广日电梯工业有限公司	 好医生药业集团	
 新乐卫浴 (佛山) 有限公司	 重庆市开州区 农业发展服务中心	 GANNY ELEVATOR 康力电梯股份有限公司		

中国品牌战略合作伙伴由《中国品牌》杂志社、中国品牌网发起，目的是为了进一步宣传我国品牌建设政策，整合各界资源共同为我国品牌培育、打造提供专业系统的服务。

《中国品牌》杂志社将依托上级主管单位国家市场监督管理总局，以及中国品牌杂志发起成立的“中国品牌媒体联盟”、“中国品牌服务机构联盟”等，积极贯彻落实总书记三个转变的重要论述，深度服务我国品牌建设，为提升中国品牌国际竞争力，实现中国产品向中国品牌转变而搭建的资源共享、智慧共享、协作共赢的战略合作平台。

### 联系方式

010-64522670  
 010-65949611  
[www.cbrand.com.cn](http://www.cbrand.com.cn)

### 联合LOGO展示



— 让品牌动力中国 —

# 中国品牌

打造新时代品牌领域的  
综合、智慧、科技新闻传媒集团

主管：国家市场监督管理总局

主办：中国品牌建设促进会

中国品牌 杂志社  
CHINA BRAND

C BRAND .com.cn  
中国品牌网



中国品牌杂志社  
中国品牌研究院



中国品牌杂志社  
品牌媒体联盟



中国品牌杂志社  
品牌服务机构联盟



中国品牌理论创新工程  
CHINA BRAND THEORETICAL INNOVATION PROJECT



中国品牌杂志社  
区域农业品牌发展联盟

CHINA BRAND

北京市朝阳区北三环东路 18 号 6 号楼

010-64522670

www.cbrand.com.cn



微信公众号



中国品牌网



# 开县春橙

## 国家地理标志农产品

创建国家农产品质量安全县

春花春果 春享春橙



KAIXIAN  
SPRING  
ORANGE



# 这些“安宫牛黄丸”竟用电饭锅熬制

文 | 高万鹏

安宫牛黄丸，对中风、脑血栓等急症有较好的疗效，也被一些患者称作“救命药”，然而一些犯罪团伙却打起了它的主意。

前不久，吉林白山警方打掉了一个专门制售假安宫牛黄丸的团伙，涉案金额达1.2亿余元。

## 网购安宫牛黄丸 经检测是假药

2023年2月，吉林省白山市长白县警方接到了当地居民潘先生的报案，潘先生称，他在网上买了一些安宫牛黄丸，但收到货后感觉这些药像假药。

警方随后委托相关部门进行检测鉴定，结果发现，这些药丸并不包含安宫牛黄丸应有的牛黄、麝香等中药成分，相反却检出了不该含有的成分。

白山市公安局副局长丁培臣表示，“安宫牛黄丸主要是给一些危重病人在救急的时候使用，如果有病人买到了这种假药，不仅起不到作用，还会延误救治时机，甚至可能影响到病人的生命安全。”

为了尽快将涉案的犯罪嫌疑人抓捕归案，警方决定从卖给潘先生假药的这家网店开始查起。

## 已非法销售至全国20余省份

通过调查警方发现，这家销售假安宫牛黄丸的网店是广东深圳一名姓钟的男子开设经营的。由于价格相对便宜，这家网店的销售异常火爆。

为了查清这些假安宫牛黄丸的真正来源，警方根据进货的渠道逐层逐级向上展开了调查。最终发现，这些假安宫牛黄丸的进货来源都指向了江苏苏州一名叫李某的男子。

作为整个销售犯罪链条中的最高层级，李某已经构建了一

个遍及全国20多个省份的非法销售网络。

调查中警方还发现，李某每天发往全国各地的假安宫牛黄丸数量十分巨大，但他并没有生产制造这些假药的能力。

通过进一步侦查，警方确认真正的生产点在河北安国。最终，警方统一收网，共抓获涉案犯罪嫌疑人26人，端掉制假工厂、仓库等窝点18处，现场收缴假药成品、半成品50余万盒，涉案金额高达1.2亿余元。



## 电饭锅熬制 每粒成本不足一元

在查抄河北安国的生产窝点时，现场的环境令办案民警触目惊心。在又脏又乱的房间内，警方发现了大量不知名中药粉、蜂蜜和蜡等原材料，而所谓的生产工具竟然就是几个大号电饭锅和木板。

据窝点内犯罪嫌疑人交代，生产的第一道工序就是用电饭锅来熬这些廉价买来的中药粉。熬制好后加入1:1的蜂蜜进行配比，等凝固后用木板搓成“小药丸”。

警方通过审讯和测算了解到，这样生产出来的假安宫牛黄丸，每一粒的成本不足一元，而包装后卖到患者手中时，其价格就会翻上几十倍甚至上百倍。

虽然这些假安宫牛黄丸是以成本价的几十上百倍进行销售的，但这样的价格仍然远低于真品安宫牛黄丸的市场价。如本案中，潘先生实际购买的价格，就只有真品的一半左右。

警方提示，购买药品一定要通过正规渠道，切莫因贪图便宜而上当受骗。如果发现疑似假药、劣药，要及时向市场监管部门、药监部门及公安机关报案。



# 辉煌十年

中国高铁重置世界密码



非凡十年波澜阔，搭桥铺路起宏图。

2014年5月10日，总书记在郑州中铁装备考察，作出了一项重要指示，“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。

如今，“八横八纵”的流动巨网贯穿祖国大地，高铁经济走廊沿线腾飞，时速350公里的“中国速度”刷新世界认知……

近十年过去，中国高铁用最澎湃的品牌浪潮，绘就出高质量发展的蓝图；以“领跑者”傲人的姿态，回应着总书记的殷殷嘱托。

回望过去，一组组数据谱写着中国高铁的蝶变篇章。

2012年至今，中国高铁营业里程从9356公里增长至4.2万公里，稳居世界第一；全国94.9%的50万人口以上城市实现高铁覆盖，累计客运量超过100亿人次；复兴号常态化按时速350公里运营，使得我国成为世界上唯一实现高铁时速350公里商业运营的国家。

高铁之路，也是中国之路。

伴随“一带一路”建设纵深推进，中国与老挝、巴基斯坦、埃塞俄比亚等国家开展铁路合作，在世界版图上快速输出中国技术和产品。通达欧洲25个国家和217个城市的中欧班列、首次全产业链落地印尼的雅万高铁，正成为我国重塑国家间关系的新战略载体。除此之外，在国际铁路联盟（UIC）开展的606项标准制定工作，我国主持26项、参与21项，包括UIC高速铁路实施系列标准、UIC高速铁路设计系列标准等。

走出去的“中国方案”“中国标准”让世界重新认识中国，而中国通过一条条铁路更加紧密地连接世界。

从“跟跑者”到“领跑者”，中国高铁是践行总书记“三个转变”具象而生动的案例。作为我国自主创新的成功典范，高铁为实现“交通强国”的目标按下“加速键”。十载春华秋实，中国高铁正成为全球互联的支点，一列列飞驰的列车是中国丈量全球的方式。

中国高铁，驶向世界舞台的中心。

# 数读中国高铁这十年

4.2 万公里

我国高铁运营里程

2012-2022年  
我国高铁运营里程从0.9  
万公里增长到4.2万公里  
稳居世界第一  
覆盖超过  
95%的百万人口城市

100 亿人次

累计客运量超过

中国高铁累计客运量  
超过100亿人次  
截至目前，我国已有  
京沪高铁、京雄城际  
京张高铁、成渝高铁  
京广高铁京武段实现时速  
350公里常态化运营

10 亿元以上

每1亿元投资拉动产业值

据测算，我国高铁每1亿元  
投资，对建筑、冶金、制  
造等上下游关联产业拉动  
产值在10亿元以上  
可创造就业岗位600多个



**8%**  
投资回报率

每1亿元投资拉动产业值

世界银行预计中国高铁网的投资回报率为8% 远高于其他多数国家长期大型基础设施投资项目的资本机会成本

价值超  
**3400**  
亿美元

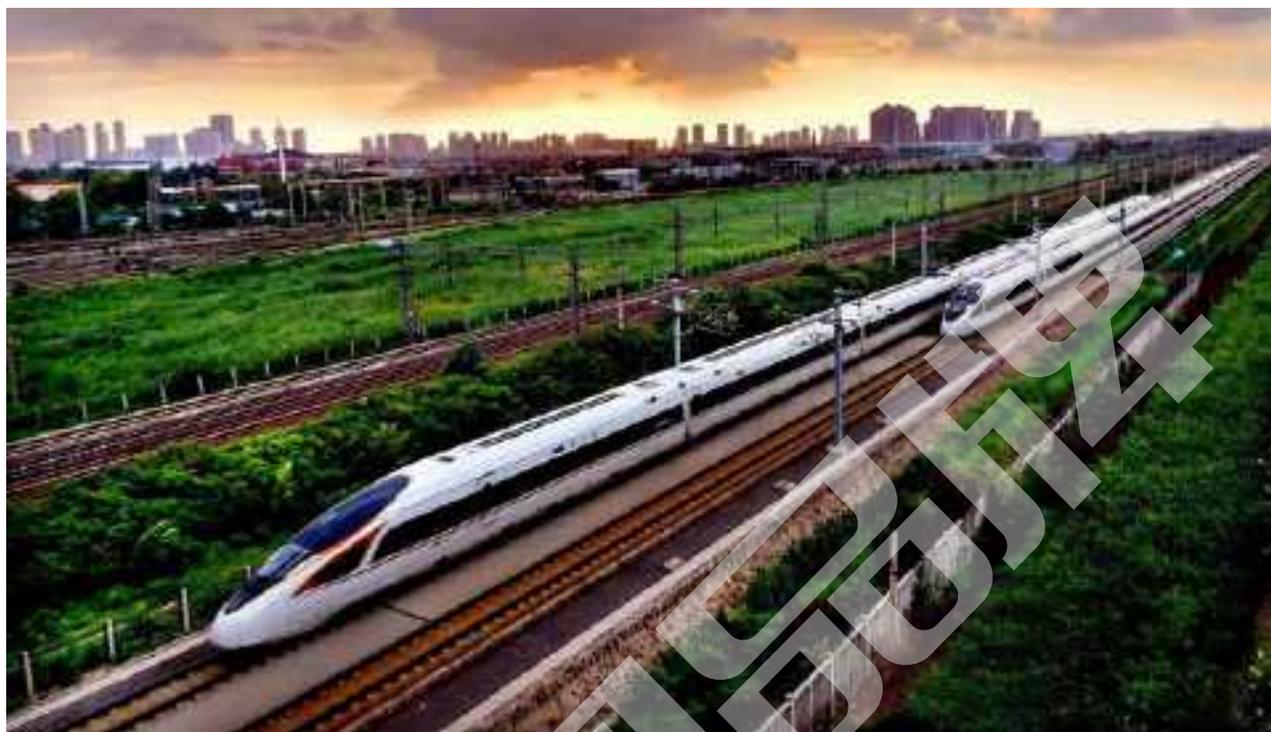
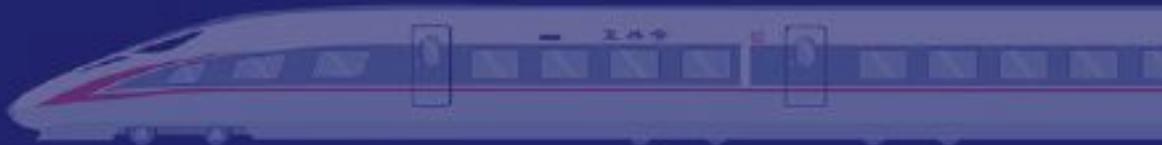
中欧班列累计运送货物

截至2023年9月底 中欧班列已经通达欧洲25个国家217个城市 累计开行超过7.8万列 运送货物超过740万标箱

全产业链  
**出海**

中国高铁首次

目前，雅万高铁是中国高铁首次全系统、全要素、全产业链在海外落地 将雅加达至万隆两地间最快运行时间由3.5小时压缩至40分钟



2018年，京津城际由原先的“和谐号”升级为“复兴号”动车组列车，全线时速调整为350公里

俯瞰中国，一列列高铁宛如银龙飞驰在华夏大地。

“和谐号”“复兴号”，一代代更新的车型，刷新着“中国速度”，也见证着中国高铁近十年的发展历程。从“追赶者”到“领跑者”，从一无所有到自主创新，中国高铁在坎坷曲折中唱响波澜壮阔的品牌之歌。

共建“一带一路”十年来，我国高铁运营里程从0.9万公里增长到4.2万公里，累计客运量超过100亿人次。“八纵八横”高铁网正加密成型，全国99%的20万人口以上城市实现铁路网覆盖，全国94.9%的50万人口以上城市实现高铁覆盖。其中复兴号常态化按时速350公里运营，使得我国成为世界上唯一实现高铁时速350公里商业运营的国家，“中国速度”惊艳世界。

看国外，中国高铁首次全产业链出海印尼，为当地创造出3万多个就业岗位，中国铁路技术装备出口全球100多个国家和地区。截至2023年9月底，中欧班列已经通达欧洲25个国家217个城市，累计开行超过7.8万列；运送货物超过740万标箱，运送货物价值累计超3400亿美元。

通过一组组数据回望，走出去的中国高铁，是中国践行“共商共建共享”原则的坚定情怀，也是共建“一带一路”跨越不同地域、不同发展阶段，推动各国共同发展的生动实践。

站在高质量发展的新征程上，中国高铁，继续加速奔跑着。

#### • 复兴号刷新“中国速度” •

3.4亿人次，是这趟高铁开通15年累计发送的旅客量。

2008年8月1日12时35分，随着京津城际C2275次列车从北京南站缓缓驶出，我国首条高速铁路——京津城际铁路正式开通运营。作为当日京津城际首发司机之一，张岩回忆说：“我感到舒心和自豪，经历了内燃机车、电力机车再到高速铁路，自己的职业从挥汗如雨的体力活变成了年轻人向往的好职业。”

30分钟实现“京津通勤”，“速度快”是不少旅客对高铁的“第一印象”。“京津城际刚开通时，不少乘客都喜欢凑到窗边看飞驰而过的风景，还常常用手机拍摄记录

列车显示屏上的时速。”天津客运段京津城际车队列车长张莹回忆道。

作为我国首条设计时速350公里的高速铁路，京津城际铁路刷新“中国速度”背后，是近30年的“科技攻关史”。1994年，广州至深圳准高速铁路投入运营，最高运营时速达160公里，2003年，秦皇岛至沈阳客运专线投入运营，最高运营时速200公里。在京津城际投入运营前，中国高铁在既有线路上完成了六轮提速。而在运行满十年之际，京津城际由原先的“和谐号”升级为“复兴号”动车组列车。据悉，“复兴号”可以满足更为复杂多样、长距离、长时间、连续高速运行等需求，借此，京津城际全线时速调整为350公里，平稳程度、旅客出行体验再次“升级”。

“随着速度一步步提升，我们积累了大量铁路基础设施、轨道平顺性、安全性能等方面的基础数据，为随后高铁事业的快速发展奠定了坚实基础。”参与了秦沈客运专线、京沪高铁与京津城际研究设计工作的中国铁路设计集团有限公司副总工程师胡叙洪说。

京津城际之后，一大批高铁相继建成投产投运，时至今日，在我国设计时速为350公里高铁中，已实现常态化时速350公里的高铁里程数达到3200公里，约为总里程的五分之一。截至目前，我国已有京沪高铁、京津城际、

京张高铁、成渝高铁、京广高铁京武段实现时速350公里常态化运营。除此之外，今年6月，中国企业设计制造的印度尼西亚雅万高铁联调联试综合检测列车运行时速首次达到350公里，标志着雅万高铁已达到设计速度标准，实现了联调联试阶段性任务目标，目前已按期通车。

15年，中国速度从京津城际奔向世界。

### • “钢铁巨龙”纵横华夏大地 •

“朝碧海而暮苍梧”，随着中国高铁版图不断地延展，一天之内往返两座城市，甚至横跨祖国大地得以实现，“千里江山一日还”不再停留在愿景，而成为人们日常生活的真实写照。

中国最长的两条高铁，一条横贯东西，一条穿插南北。

10月11日清晨6时48分，北京站首次始发的京广高铁G485次列车，从10站台缓缓开出，经过北京站和北京西站的地下直径线开往北京西站，在北京西站停靠10分钟后，再次启程开往终点赣州西站。

这条京广高铁全长2298公里，是我国“八纵八横”高速铁路网中重要的“一纵”，它纵穿北京、河北、河南、湖北、湖南、广东6个省市，贯穿京津冀协同发展核心区域、中原城市群、长江中游城市群和粤港澳大湾区。



京广高铁途经的广州南站，是华南区最大最繁忙的高铁站



京广高铁设计标准高，沿线地质条件复杂，工程难度巨大，为了解决建设和运营面临的各项技术难题，铁道部专题安排了43项科研课题，系统开展了技术创新工作。研究解决了大断面隧道设计施工技术难题，全长4.98公里的石家庄地下六线隧道，是我国目前隧道断面最大、结构断面型式最多的铁路隧道。

除此之外，京广高铁“安全标准示范线”建设可视为这条重要铁路线的又一新起点。“一毫米误差不会妨碍行车安全，但对乘车舒适度可能会产生影响，我们追求的是让每位旅客都能够既安全又舒适地乘坐高铁，再细微的误差也不能放过。”在京广高铁“安全标准示范线”建设中负责线路精调与检测工作的袁拥军说。

随着京广高铁全线贯通近11年，高铁沿途的珠三角、长株潭、中原、京津冀等城市群半径得以迅速扩大，一座座“京广新城”拔地而起。此外，高铁的开通带来了巨大的经济效益。以清远为例，从珠三角前来投资的企业明显增多，一批制造业、生物医药等领域的高科技企业纷纷“落子”清远。高铁通车以来，清远引进投资金额达2000多亿元。

“京广高铁贯通运营以来，使沿线主要城市时空距

离大幅缩短，对城市发展的促进作用日趋明显，大大加快了沿线城镇化进程。”中南大学教授付卓说。

在东西向，徐新高铁东起江苏徐州（连云港），西至新疆乌鲁木齐。徐新高铁是世界上规划里程最长的高铁线路，全长3176公里，由徐兰高铁和兰新高铁组成。2017年7月9日，宝兰段正式开通运营，标志着徐新高铁已经正式贯通。从徐州出发到乌鲁木齐，原先乘坐K字绿皮火车需要将近44小时的路程，如今乘坐高铁只需要花费18.5小时。

#### • 通过“极端环境”质检 •

在广袤的中国大地上，高铁修建长度越长，意味着面临的气候、地形、地貌挑战越大。如今，中国已经拥有经过零下40摄氏度高寒地带的哈大高铁和经过大风区和戈壁沙漠的兰新高铁。

1月19日19时30分，我国最北端高寒地区首趟复兴号高寒智能动车组从哈尔滨站平稳驶出，标志着由我国自主研发制造的、目前世界上运营时速最高的复兴号动车组再次刷新极寒运行纪录，“中国速度”向北再延伸。

这是目前复兴号家族中速度等级最高、最“抗冻”、



哈大高铁经历冰雪天气考验

最智能的动车组。与标准版复兴号动车组相比，新型高寒智能动车组使用的材料、电气元件以及车体、转向架、供风制动等系统部件进行了耐低温设计。

为了防止车辆用水出现冻堵现象，列车的水箱、污物箱、水管都“穿”上了厚厚的“棉衣”。“棉衣”中间有电伴热线，污物箱底部还增加了电热“暖宝宝”，让水循环系统在天寒地冻时依旧可以正常运行，保证旅客的正常使用。

在更为重要的车辆制动方面，复兴号高寒智能动车组还首次大规模使用自动化防冻结功能。车辆在静止时，每节车厢依次激活防冻结功能，使制动闸片和制动盘每分钟松开55秒、抱住5秒，以确保制动系统安全可靠。

中国铁路哈尔滨局集团有限公司车辆部副主任田金刚表示，总体来说，复兴号高寒智能动车组所使用的材料、电气元件以及车体、转向架、供风制动等系统部件均进行了耐低温设计，使动车组具备了更强的抗寒性能，能够承受零下40摄氏度的低温以及冰雪天气等极端恶劣运行条件的考验。

穿越沙漠和四大风区，这条目前世界上一次性建设里程最长的高速铁路——兰新高铁，也被称为最“拉风”的高铁。它于2014年12月26日开通，线路全长1776公里，投资1435亿元。东起兰州，西抵乌鲁木齐，横贯甘肃、青海、新疆三省区，并途经青海省会西宁市，最高设计时速250公里。今年7月1日，中断539天的兰新高铁全线恢复售票运营。“终于开通了”，社交媒体的评论区里，不少用户纷纷留言。

在兰新高铁穿越的四个大风区中，百里风区、三十里风区的风力最为强劲，部分区段年均大于8级大风天气达到208天，最大时速60米/秒，相当于17级风，也是我国乃至世界上铁路风灾最严重的地区之一。据乌鲁木齐铁路局的副总工程师杨毅介绍，线路里程的一半都有挡风墙的。

“挡风墙基本是在迎风面的一侧，距离就是在列车运行的建筑限界以外，来保证列车的安全运行间距，陆地上面是水泥挡板，把它加固起来，宽度半米左右，高是三尺五到四米左右，在桥上是用金属板，镶嵌在护栏上，陆地上叫挡风墙，桥上叫挡风屏。”杨毅说。“除了防风墙之外，软件方面也准备很充足，这条线正式运行前都进



兰新高铁穿越河西走廊山川草甸、大漠戈壁等自然奇观，沿途景色美不胜收

行了大量的数据采集和试验，简单来说，遇大风，开得快，这都是有要求的。”

#### • “经济大动脉” 重构城市版图 •

一端连着政治文化中心北京，另一端连着经济中心上海，这条贯穿北京、天津、河北、山东、安徽、江苏、上海7省市的京沪高铁，是中国客流量最大，最繁忙的高铁线路。

2023年，京沪高铁实现了扭亏为盈。营收、净利润两项数据，都创下2020年上市后历史新高，随着客流回升，最新业绩均已恢复至疫情前水平。2023年上半年，京沪高铁本线列车运送旅客量达2499.0万人次，同比增长299.7%；达到2019年同期的99.7%；跨线列车运营里程增至4493.9万列公里，同比增长97.4%，达到2019年同期的116.2%。另据10月16日晚京沪高铁披露前三季度业绩预告显示，预计2023年前九月实现归属于上市公司股东的净利润为82.53亿元到96.62亿元，京沪高铁今年前三季度净利润预计增长5329.61%~6256.58%，可谓业绩大涨。

作为“中国高铁第一股”，京沪高铁的经济效益十分显著。2011年6月30日，京沪高铁开始正式运营，全长1318千米，设24个车站，覆盖10个万亿级经济强市、六个千万人口大市，沿线人口规模占全国1/4。12年来，京沪高铁拉动沿途一座座乡镇变为“高铁新城”。

“随着京沪高铁开通运营，无锡依托无锡东站规划了125平方公里的高铁概念新城区——锡东新城，其便利的



交通优势引来众多‘产业大腕’竞相入驻，成为无锡连接上海的桥头堡。”锡东新城商务区管委会副主任章金伟表示，“产业和区位融合”的发展模式，让锡东新城走出新的发展道路。数据显示，2013年以来，锡东新城产业结构中，房地产占比降幅超20%，产业金融、科技创新、总部经济、旅游度假等新兴产业占比超过30%。

除此之外，类似的发展路径也发生在离上海更近的江苏昆山。山东大学产业与金融协同发展研究中心主任黄振宇指出，研究发现京沪高铁对沿线城市发展同时具有虹吸效应和溢出效应，虹吸效应促进了高铁沿线城市经济和第三产业的极化发展。

“京沪高铁通车初期，昆山人也曾有过疑虑，便利的交通和大城市的‘虹吸效应’，会不会把昆山的优势资源都‘吸’走了？”昆山市发改委主任秦珊珊说，“后来蒸蒸日上的发展现实让昆山人明白，高铁带给城市间更多的是合作共赢。”作为台商集聚区的昆山，伴随着高铁带来的运输和时间优势，越来越多的台企愿意在昆山设立地区总部，这为昆山发展带来前所未有的机遇。

目前，被称为“京沪二线”的淮宿高铁正在建设，它“舍弃”了部分中心城市，而是对高铁薄弱地区进行更多覆盖，在缓解京沪高铁运输能力紧张状况的同时，对促进京津冀地区、山东半岛城市群与长三角地区的融合发展具有积极意义。

### • 福厦高铁跨海向未来 •

“坐在飞速行驶的高铁列车中，眺望车外，蔚蓝的海面卷起层层浪花，往来船只穿梭，偶尔还有海鸥飞过。”旅客所描绘的这幅惬意舒适的海景图，正是福厦高铁带给人们惬意出行的新体验。

9月28日，我国首条设计时速350公里的跨海高铁——福州至厦门至漳州高铁（以下称福厦高铁）开通运营，它全长277公里，设计时速350公里，全线共设福州南、福清西、莆田、泉港等8座车站。福厦高铁的开通运营，将东南沿海城市群串联起一条“黄金旅游带”，福州、厦门等地形成“一小时交通圈”，将便利沿线人民群众往来，促进区域经济社会协调发展。

作为继京张高铁、京雄城际后我国建成投用的又一智能高铁，福厦高铁标志着中国高铁在智能化领域的探索又向前迈进了一步。

铁四院福厦高铁BIM总设计师孙泽昌介绍，福厦高铁采用基于数字化信息建模的BIM技术等智能建造技术，在数字世界里对福厦高铁进行了“孪生”，把图纸上的铁路给“立起来”，更加直观地表达设计意图。“因为福厦高铁施工过程中存在涌水涌泥、断层破碎带、采空区等复杂地质环境，这样不仅可以从设计源头上解决原来图纸上看不到的‘死角’，同时它还能结合北斗导航系统、智能机器人、耐腐蚀钢材等技术和材料的应用，提高了跨海大桥的智能建造水平。”

福厦高铁是我国高铁中桥梁结构最多样复杂的，其中经过的湄洲湾海域，全年6级以上大风长达150天，一年之中有效施工天数不足200天。负责此次架设任务的千吨级运架一体机“昆仑号”，历时4年打造，由1.5万多个不同大小的零部件构成，能在7级大风下安全作业，仅用时218天就完成了湄洲湾全部箱梁的架设。

“福厦高铁堪比一座桥梁博物馆。”中国铁建铁四院副总工程师严爱国说，建设者们采取“一桥一策”，运用大量新技术、新材料、新工艺，成功破解海风海水腐蚀、季节性台风影响、高速铁路桥梁变形等一系列难题，填补了高铁建设领域的多项空白。

### • 雅万高铁穿过“众神居所” •

伴随着印尼交通部长布迪敲响象征开通运营的锣鼓，当地时间10月17日，印尼雅万高铁正式开通运营。

雅万高铁动车组车体外观呈流线型，采用银、红色涂装，车身配有由印尼国宝级动物“科莫多龙”纹理抽象而来的红色多边形图案，因此被印尼民众亲切地称为“红色科莫多”。车厢座椅主色系为灰、红、蓝三色，取自印尼著名的“婆罗浮屠”塔、印尼国旗和海洋，每个座椅均嵌有印尼非物质文化遗产“巴迪克”风格的祥云图案。在月台。乘客们围着昵称为“红色科莫多”的列车拍照打卡，只为记录这一历史性时刻——这是印尼和东南亚第一条高速铁路。

作为中国高铁全系统、全要素、全生产链走出国门的“第一单”，雅万高铁穿过被印尼人称为“众神居所”

(Parahyangan) 的独特区域。这里是环太平洋火山地震带的活跃中心。在以多火山著称的印尼，这个区域的火山分布比其他省区更密集。

二号隧道是雅万高铁的控制性工程之一，由于漫长的火山喷发历史塑造了复杂莫测的岩层走向，面对“世界级难度”，施工团队只能反复尝试，寻找最合适的方案。二号隧道工程负责人之一张进科回忆，一开始，他们试着用常规手段开挖，“一星期内开挖面下沉了三米”，40厘米粗的钢柱搭起来的拱架，被硬生生压成椭圆形。走在下面，能听到钢筋被压得嘎吱嘎吱作响，仿佛“随时要垮掉”。在反复试错中，团队最终利用“洞内洞外同时加固法”打通了这条隧道，中印尼工程人员整整鏖战39个月。

印尼交通部长布迪说：“中国在高铁建设方面拥有丰富的经验，高铁里程长达数万公里，而印度尼西亚刚刚起步。与中国合作雅万高铁是印尼正确的决定，一切进展都很顺利，促进了印尼和中国的团结，特别是为印尼人民作出贡献。”

据统计，雅万高铁建成运营后，雅加达到万隆的旅行时间由三个多小时缩短至40分钟，客运服务、设备检修及相关配套产业延伸服务将创造3万个就业岗位，这条跑出中国“加速度”的高铁也成为共建“一带一路”的标志工程。

#### • 为世界烙下中国印记 •

如今，高铁已经成为中国高端装备的一张靓丽名片。不过，中国中车集团有限公司党委书记、董事长孙永才表示，中车今年还将持续加大科技投入，从“更先进、更高速、更智能、更绿色、更安全、更舒适”这六个更，追求中国装备、中国速度和中国创造的新台阶。

实现了时速350公里的目标后，450公里是“中国速度”下一个挑战的对象。2021年初，国铁集团启动了复兴号“CR450科技创新工程”，目前，该项目已成功实现首批试验。2022年4月21日，两列新型复兴号高速综合检测列车在济郑高铁濮阳至郑州段成功实现明线上单列时速435公里、相对交会时速达870公里，创造了高铁动车组列车明线和隧道交会速度的世界纪录。

中国铁路济南局集团有限公司铁路线路维护技术专家工作室首席导师吕关仁表示，未来中国将率先建成世界上最发达完善的高铁网，覆盖神州大地，将有更多的复兴号风驰电掣，相邻大中城市1至4小时到达、城市群0.5至2小时到达，伴随着“公交化”出行的便捷，“千里江陵一日还”的快速，中国高铁将成为新时代人们出行的首选。

“与世界相交，与时代相遇”，在不断地“进化”中，中国高铁刷新着人们对于未来的想象。伴随着一项项高铁技术标准走出国门，盘踞绵延的高铁“长龙”，在世界版图上烙下中国印记。✈



广告

# 起亚 新K3

趣驾山海 奔赴新生



Movement that Inspires



# 季华铝材

JIHUA ALUMINIUM SECTION



扫一扫，了解季华铝材

## 品牌<sup>+</sup>

## 技术<sup>+</sup>

Cheer for the future

# 为未来加油



### 广东季华铝业有限公司

GUANGDONG JIHUA ALUMINIUM CO.,LTD.

地址：广东省佛山市狮山镇兴业东路

网址：WWW.JIHUA-ALU.CN

服务电话：400-6896-168



美妆限时福利抢购

### 直播间秒杀价

超值特价 爆款抢购 千呼万唤



# 被围攻的直播带“祸”

电商时代，是个已经无法再熟悉的词语。

自2016年直播电商应运而生以来，经过7年发展，不仅吸引超5亿人参与其中，衍生出主播、脚本策划、测评师等新兴职业，还成为抖音、快手、淘宝等平台重点建设的生态领域，让无数品牌在线上赛道焕发生机。

据10月20日商务部公布的2023年前三季度我国电子商务发展情况显示，前三季度我国直播电商销售额达1.98万亿元，增长60.6%，占网络零售额的18.3%，直播电商拉动网络营业额增速7.7个百分点。活跃电商主播数337.4万人，增长164.3%。

实时性，是直播电商的第一属性。从商品链接挂上购物车到卖完下架，每一个环节都有无数双眼睛透过屏幕去见证。

被放在聚光灯下检验的，不仅有产品质量，还有主播的一言一行。近年来，直播卖货翻车的案例屡见不鲜，一个操作失误、一个用词不当，都会让主播及品牌方深陷社会舆论的漩涡，甚至造成客户流失、销量下降。

通过直播获得巨大流量与曝光度的另一头，处理负面舆情正逐步成为主播及品牌的必修课。“直播带祸”后，应该如何迅速处理，怎样才能将后续负面影响降到最低？

犯错背后的危机公关，形成了直播电商另一个没有硝烟的战场。

“美眉们，先不要着急领优惠券”在双11预热的直播间里，李佳琦正在与不断滚动的弹幕互动。从彩妆销售到“口红一哥”，如今的李佳琦拥有响当当的“头部主播”招牌，据统计，其带货能力惊人，个人收入超93%上市公司净利润，平均日赚508万元。

然而，此前因为直播间一句“怼”网友的话，李佳琦翻车了。事件发酵后，李佳琦及相关品牌花西子在半天内连上13个热搜，风口浪尖之上，人们也在不断思考，李佳琦到底错在哪里？“直播带货界”应该反思什么？

### • 主播的失言之痛 •

9月10日，李佳琦在直播活动中介绍79元一支的花西子眉笔时，看到有网友留言说越来越贵了，他反问：“哪里贵了？这么多年都是这个价格，不要睁着眼睛乱说。”随后，李佳琦又说：“有的时候找找自己原因，这么多年了工资涨没涨，有没有认真工作？”因为后面这句话，引发了网友热议。不少网友表示，“普通人挣钱真的很辛苦，并不像头部网红来钱这么快。”

随后11日凌晨1点，李佳琦就直播间“怼网友”一事发文道歉，并于当日晚间，在直播间再度道歉，镜头面前，他声音哽咽，眼眶泛红地说“让大家失望了，我不应该也没有资格站在个人的角度随意去评论网友。”

然而，网友对此并不买账，“你挣着普通人的钱，到头来却嘲讽普通人贫穷？”“你是在向钱道歉，不是在向消费者道歉。”除了全网遍地的声讨声之外，不少网友记录下自己工作的真实现状，来表达普通“打工人”的不易；还有网友将其道歉的视频进行恶搞创作，表达对李佳琦道歉态度的怀疑。

在“哪李贵了”直播间事件后，截至10月24日，李佳琦微博掉粉超168万，各社交平台账号累计流失粉丝超300万。根据网络投票显示，有五成网友表示不会再去李佳琦的直播间买东西，而在他道歉后的首次直播中，部分网友刷屏下播，部分则为李佳琦加油打气。

近日，伴随着“双十一”预售的来临，李佳琦直播间观看人数达到1000万+，并且时隔43天再次带货花西子。不过，李佳琦很快又陷入“挟持商家控价”“售卖假和田

玉”的风波之中。另据数据显示，10月25日，“双十一”预售首日，李佳琦直播总交易额为95亿，相较于去年的215亿减少一半

同样因为商品价格引发“众怒”的还有张雨绮，今年6月，张雨绮在直播卖羊毛被时，身旁的工作人员问：“今天699可以吗，雨绮？”一袭白裙的张雨绮笑着说：“699？699我都觉得我买不了一个袜子！”

此话一出，网友一时分不清她是嫌自己卖的东西太便宜，还是在炫富。6月11日下午，张雨绮发文回应此事，称语言表达不完整，本意是想说羊毛很贵，有一些羊毛袜699元都买不下来。

然而对于张雨绮这次的道歉，网友们并不买账，“觉得自己很高贵吗？很显摆吗？”“真的吗，羊毛袜会这么贵吗，是我无知了”“无意识的傲慢”“看样子贫富差距真的很大，699是我半个月的生活费”。类似的留言充斥着张雨绮的微博评论区。

甚至对于维护张雨绮的粉丝，网友直言“她穿着699的袜子，需要你一个上996班的人操心？”

### • 蹭热度还是刷底线 •

“一鲸落，万物生。”头部主播李佳琦翻车后，泼天的富贵迅速向国货界聚拢，蜂花率先出手。



网友将李佳琦道歉的视频二创为“切辣椒落泪”和吹羽毛

9月12日，在李佳琦带货花西子惹消费者一事，国货品牌蜂花上架了三款售价均为79元的洗护套餐，以及“79元能在花花这里买到什么的”“1000克分量的护肤素一共才卖21.9（元），1克才卖0.02（元），你们觉得花花还贵吗”的短视频，在抖音获赞6.8万，短时间内涨粉50万。

然而，9月13日，话题#蜂花蹭热点引发行业人士反感#登上微博热搜。报道称，蜂花此次大肆宣传79元可买5斤半产品以及将产品折算为每克金额的行为，引起了行业人的集体反感。

多位行业人士表示，“蜂花这次的热点蹭得不合时宜，产品论斤卖，对于化妆品行业并非好事。”对此，蜂花方面回应称，“79元套餐是一直都在的”。另外，在该话题下，蜂花收到了大量网友的维护，“业内人士反感，但赢得了广大人民群众的喜悦。”“一个捡纸箱发货的品牌，还能被这样找茬？”另据数据显示，热搜当日，网友依然愿意为蜂花买单。在9月13日的直播带货日榜中，蜂花官方旗舰店账号位列榜单第六名，直播间单日销售额为1000万元至2500万元，销量为10万至25万。同时，蜂花直播间分别位列抖音旗舰带货榜、精致丽人带货榜的第二名、第一名。

蹭热点能换来流量，也容易招来非议。6月13日，#格力主播穿免职裙拉黑网友#的话题登上热搜。据了解，当日，格力官方旗舰店一女主播身穿此前引发热议的“免职裙”。“免职裙”是网友对当月国企领导“牵手门”中女子着装的戏称，在直播过程中，该主播还表示“虽然裙子是‘小三’穿的，但格力的质量是过硬的”。在直播间的弹幕中，有网友表示：“因为穿这个裙子，价值观不同不会购买。”还有网友表示在提醒主播服饰问题后被拉黑。

对此，格力工作人员表示，该行为是为了博取流量，公司肯定是不支持的。该主播属于外包团队，是她的个人行为，公司董事长也说过年轻人要有正确的三观。

而伴随着事件的发酵，网友的态度呈现两极分化，一部分网友认为，裙子只是一件衣服，不代表任何精神内核，自由穿衣是主播的权利。而另一部分网友则表示，格力蹭这种流量，只会拉低自己，得不偿失。



格力女主播身穿“免职裙”直播，网友吐槽不会买

#### • 产品真假难辨 •

除了主播的言行之外，产品质量“爆雷”也会品牌带来不小的阻力。

今年3月，东方甄选被曝光把养殖虾当野生虾卖。据悉，去年6月，消费者王先生先后3次在东方甄选直播间下单了同一款冷冻虾，商品名称为：厄瓜多尔桑塔白虾，价格均为139元，重量1500g，在直播中，东方甄选介绍其

为100%野生，但王先生发现实物为养殖虾。

当时，东方甄选客服回应称：虾是在海域养殖的，可能叫法不同，具体情况需跟产品经理核实下。投诉半年无果后，消费者选择起诉东方甄选。

被起诉后，东方甄选直播间回应称：“我们发现这个供应商有缺斤短两、分量不足的问题，还有大虾掺小虾的情况，便将其拉黑了。在直播间确实是说100%野生，但我们（东方甄选）也是被供应商给欺骗了。”

而今年此事被大量媒体曝光后，东方甄选CEO在直播间回应：“我们每天都在高强度地直播，出现问题的时候希望不要把矛头对准任何一位主播。有问题我们会积极解决，实在想出气可以冲我来。”这一保护员工的做法被部分网友评价为“有担当”，但更多的网友依然把目光锁定在产品质量上，据一项网络投票显示，超八成的网友认为主播应该对带货问题负责。

无独有偶，今年6月，辛选集团旗下主播蛋蛋将成人喝的牛奶推荐给孩子一事持续引发关注，据介绍，该产品中含有的“乳矿物盐”被禁止添加到婴幼儿食品中。对此，6月2日，辛选官方客服表示，主播未强调“婴幼儿不适合饮用”，导致消费者产生误会，确实是没有考虑周全，对此深感抱歉。

同日，涉事牛奶的品牌方也进行了回应：“主播的口播内容不代表公司立场，该款牛奶只建议3岁以上的人群饮用。”

此外，蛋蛋工作室也发表声明称，将配合消费者进行退款不退货的处理。不少网友评论道：“怎么又是辛选



东方甄选CEO直播回应养殖虾当野生虾卖

集团？”据悉，辛选集团由辛巴（网名）在2017年创立，2020年，该集团售卖假燕窝一事闹得沸沸扬扬，而主播蛋蛋又在去年陷入售卖假防晒裤风波，涉案金额超600万元。

### • 操作失误闹“乌龙” •

9月17日，洁柔10元6箱的纸巾引发大量用户下单抢购，有人将此次“薅羊毛”的经历分享到社交平台，还有人晒单自己购买的数量。然而，此次订单的价格是官方直播间员工操作失误误设的，纸巾原价为56.9元1箱。据统计，最终成交订单数超过4万单，洁柔损失金额超千万元。

9月19日，洁柔官方微博发布声明称，尽管公司面临重大损失，但承诺所有订单将正常发货。

在公开声明中，洁柔表示，此事件发生后，公司紧急召开会议，我们一致认为虽然公司损失巨大，但诚信和用户是洁柔的根本。

因此，我们向所有拍下此商品链接的用户承诺：所有订单，将正常发货。随后，洁柔官方客服表示，如果顾客认为购买的多件产品不方便储存，也可以按照1箱20元的标准进行赔偿。

随着洁柔的补偿方案出台，网友们也纷纷称赞这家“国货”的诚信，也有许多网友认为，部分大量刷单的用户应当取消订单。

25日，洁柔针对取消9月17日订单并且未要求任何赔偿的顾客发了一封感谢信“自失误事件发生以来，整个团队深感压力，但您的善意，就像黑暗中透露进来的一道微光。”据悉，对于上述顾客，洁柔给予了一些回馈，包括给予荣誉称号和证书、寄送礼品、邀请顾客参加洁柔45周年庆典、本人及直系亲属可以到洁柔实习或工作等。

直播操作失误的现象也出现在了罗永浩的直播间。今年4月，罗永浩直播间工作人员在介绍一款美容仪的褪黑功能时，用一张黑色纸片做测试。这一举动遭到了罗永浩的质疑：“这个演示是不科学的，黑纸上的黑色和皮肤黑色素是一件事吗？为什么要用黑纸实验？”尽管工作人员解释称产品本身没问题，就是实验会给消费者造成误解，罗永浩依然犀利发问：“你们筹备这个实验，是智力

问题还是人品问题？”

此前，直播间内出现价格标注错误、售后保障条款不清晰都会引得罗永浩发脾气。对此，罗永浩回应称：“这两年我在直播间发的火，没有一次不是为了保护我直播间里消费者的利益。”这一回复获得了很多网友的肯定，

“较真是对的，直播建立的人品效应，比卖货收益更长久”“这么有良心，为老罗点赞”。不过，也有部分网友质疑这些是剧本，是套路。

#### • 谁来负责？ •

上海交通大学媒体与传播学院副教授阎峰表示：“很多主播为什么走红一时，却很快凋落，就是因为背后的MCN机构过分注重主播的工具人价值、营销工具价值，却忘记了对主播的全人格培养。网红机构和电商平台应当引以为戒。”阎峰还指出，主播要始终记住直播是人与人之间打交道。只有理解共情消费者，与消费者建立信任，才能打造自身的核心竞争力。

除此之外，直播电商的规范仍需各方“加码”。

业内人士指出，网络直播平台要担负起严格把关责

任。直播平台应与职能部门、行业协会等建立协作机制，构建“网上抽查、源头追溯、属地查处”等质量监督体系，加大对高风险产品、区域、供货渠道的管控力度。

商品销售方应对所售产品质量承担相应法律责任。消费者权益保护法规定，“经营者提供商品或服务有欺诈行为的，应按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失”。以牺牲信誉为代价赚快钱的企业，注定走不远。

除此之外，国家相关规范不断出台。2020年6月，“互联网营销师”正式纳入《国家职业分类大典》，《互联网直播营销信息内容服务管理规定》向社会公开征求意见。

2021年3月15日，国家市场监督管理总局制定出台的《网络交易监督管理办法》，将“直播带货”等新兴领域纳入管理，明确网络交易经营者不得违反《中华人民共和国反不正当竞争法》等规定。

作为发展势头强劲的新兴产业，直播带货出现问题和乱象可以理解，但是不能任由这些乱象扰乱市场的秩序，侵害消费者的利益。直播带货应该是服务于人们的生活，而不能只是在“一哄而上”之后留下一地鸡毛。✎



# 智能电梯 信赖随行

LIFT THE LIFE, SMART AND TRUST

中国国有控股A股上市企业  
近50年专业电梯服务经验  
中国品牌战略合作伙伴  
“全国用户满意”企业  
全国政府采购电梯值得信赖品牌  
中国房地产500强开发企业电梯供应商  
广东省智能制造试点示范企业



广州广日电梯工业有限公司 Guangzhou Guangri Elevator Industry Co., Ltd.  
公司地址：广州市番禺區石樓鎮園樂大道南636号  
电话：+86-20-3922 1188



24小时热线：400-8866-130  
网址：www.guangri.com.cn

九牧  
JOMOO



i80 | 魔力泡抗菌智能座便器

# 智净守护 臻享美好



魔力泡



净力冲



智能免触



柔波冲洗



400-1919-999

[www.jomoo.com.cn](http://www.jomoo.com.cn)

全球卫浴 世界九牧



## 那个熟悉的“黄金周”又回来了

文 | 高万鹏 数据来源 | 文化和旅游部数据中心、携程旅游、中国联通智慧足迹、探探观察

一票难求、人山人海……为期八天的中秋国庆“超级黄金周”已落幕，数据显示，“十一”假期，国内出游人数8.26亿人次，国内旅游收入7534.3亿元，均超过2019年同期水平。

• 旅游人数及收入均超2019年同期 •

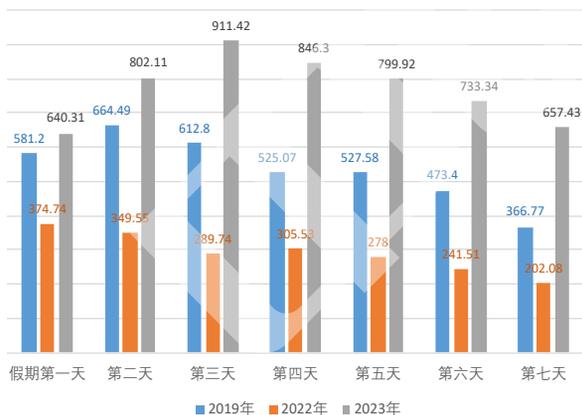
国内旅游出游人数8.26亿人次，同比增长71.3%，较2019年增长4.1%；实现国内旅游收入7534.3亿元，同比增长129.5%，较2019年增长1.5%。



• 商圈客流量超2019年同期4成 •

数据显示，今年“十一”假期商业步行街上的人流，较疫情前更多了。包括北京市王府井步行街、上海市南京路步行街、广州市北京路步行街等36个主要城市商圈日均人流量为733.02万人，同比增长151.38%，较2019年同期增长36.78%。

“十一”假期商圈客流量 (万人)



• 国内热门旅游目的地Top10 •

携程数据显示，今年“十一”，国内热门旅游目的地Top10为：北京、上海、成都、广州、重庆、杭州、南京、西安、武汉、深圳。

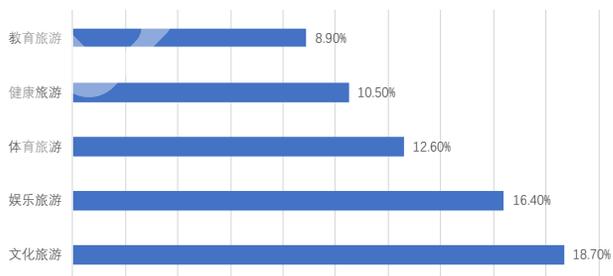


• 旅游消费结构更加多元化 •

2023年国庆期间，人们的旅游消费结构更加多元化，包括了传统的景区门票、交通、住宿、餐饮等，还涵盖了文化、娱乐、体育、健康、教育等多个领域。

据统计，文化旅游消费占比达18.7%；娱乐旅游消费占比达16.4%；体育旅游消费占比达12.6%；健康旅游消费占比达10.5%；教育旅游消费占比达8.9%。

国内旅游消费结构分布



• 红色旅游线路倍受关注 •

2023年国庆出游，红色线路倍受关注。据统计，参观红色旅游景点的人次达到1.76亿，同比增长19.2%；参与国庆庆典活动的人次达到1.32亿，同比增长17.6%；观看国庆阅兵仪式的人次达到1.08亿，同比增长16.3%。

旅游的爱国主义表达



# 大学生第一个行李箱咋选的？

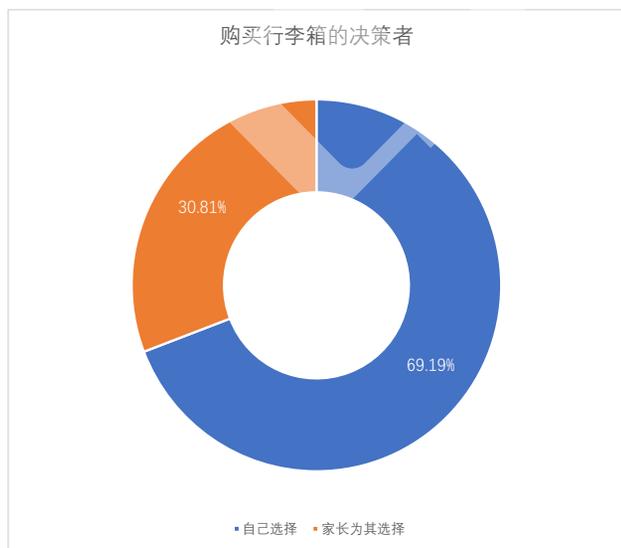
文 | 高万鹏 数据来源 | 旅安红钻、问卷星



行李箱作为大学生开学的“必备物资”和初入职场的随身伙伴，正在变得多样化和个性化。近年来，前来学校报到的新生更是行李精简、轻装上阵。那么大学生选择行李箱的口味和偏好正在发生哪些变化呢？

## • 近7成大学生自己选择购买 •

据2022年调查数据，69.19%的大学生表示自己选择购买行李箱，而30.81%的大学生是其父母帮自己选择购买行李箱。



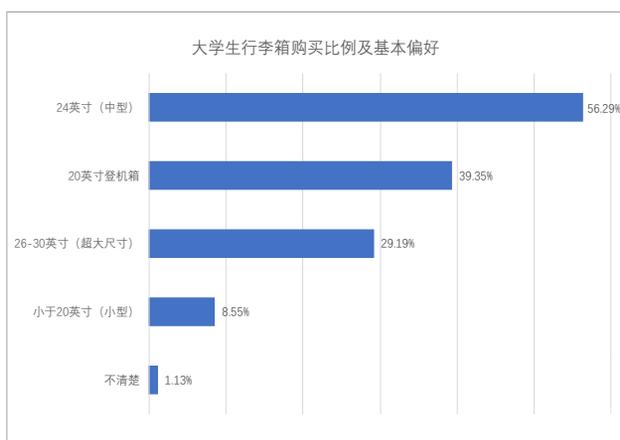
## • 电商平台、小红书是了解箱包信息主要来源 •

据调查，电商平台（58.23%）是大学生了解箱包信息的第一渠道，小红书位列第二（45.81%），箱包实体店（27.74%）位居第三。其次还有出行攻略文章（20.16%）、知乎（10.65%）、百度（8.39%）、微博（0.48%）、抖音（0.48%）。



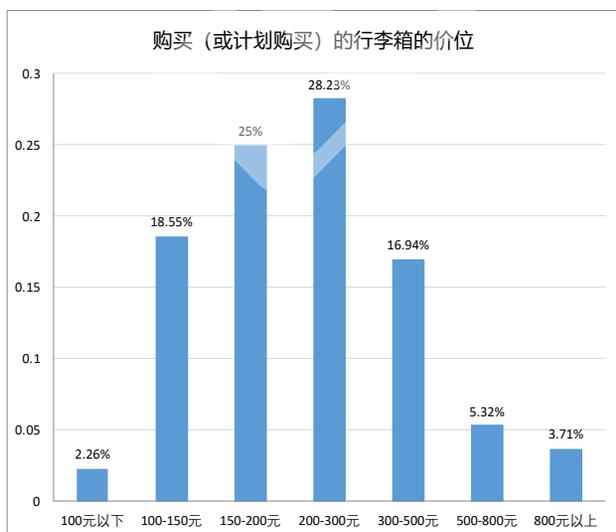
### • 24英寸中型行李箱最受青睐 •

据调查，24英寸（中型）行李箱最受大学生喜爱，选择比例为56.29%，其次是20英寸登机箱，选择比例为39.35%，再次是26英寸及以上超大行李箱，选择比例为29.19%，有8.55%的大学生选择了小型（小于20英寸）行李箱。



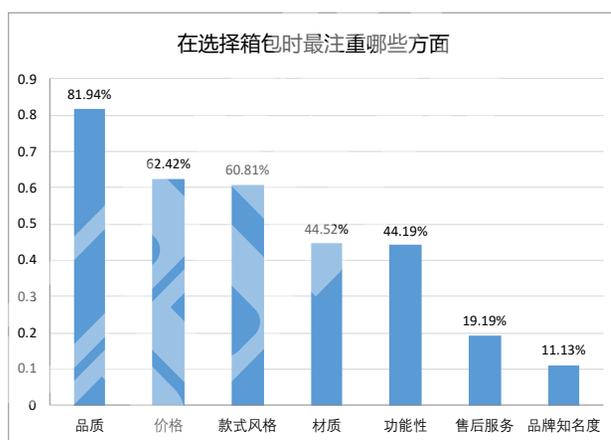
### • 二百多元的行李箱最受青睐 •

据调查，28.23%的大学生选择了200-300元的价位，25%的大学生选择了150-200元的价位，18.55%选择了100-150元价位，另有16.94%的大学生选择了300-500元价位。



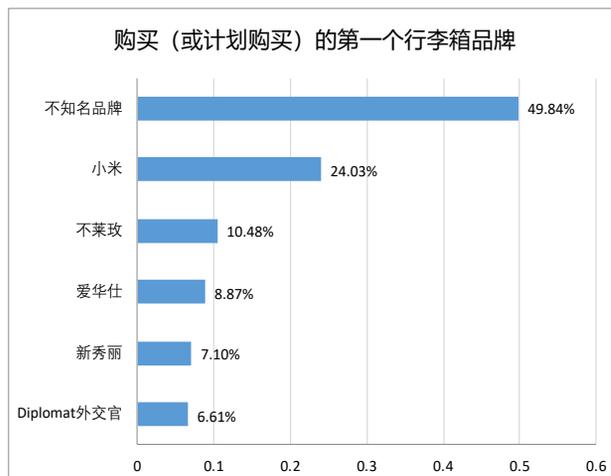
### • 超8成大学生更关注箱包品质 •

据调查，高达81.94%的大学生称自己选择箱包时最注重的是品质，其次是价格（62.42%），再次是颜色款式及风格（60.81%）。紧随其后的是材质（44.52%）和功能性（44.19%），最后是售后服务（19.19%）和品牌知名度（11.13%）。



### • 5成大学生的第一个行李箱为不知名品牌 •

据调查，49.84%的大学生购买（或计划购买）的第一个行李箱为不知名品牌，50.16%的大学生选择了品牌行李箱，其中最青睐的行李箱品牌三甲为小米（占比24.03%）、不莱玫（占比10.48%）、爱华仕（占比8.87%）。其后是新秀丽（占比7.1%）、外交官（占比6.61%）。



象牙萝卜



河南 | 北宋文物  
现藏于河南博物馆

影青釉里红高足杯



浙江 | 元代文物  
现藏于杭州博物馆

## 看古人如何玩转

清乾隆芙蓉石蟠螭耳盖炉



江苏 | 清代文物  
现藏于南京博物馆

碧筒杯



广东 | 清代文物  
深圳博物馆历史民俗馆

戴金面罩青铜人头像



四川

商代文物

现藏于三星堆博物馆

红陶兽形壶



山东

新石器时代文物

现藏于山东博物馆

# “多巴胺配色”

战国玛瑙璜



湖北

战国时期文物

现藏于湖北博物馆

金瓯永固杯



北京

清乾隆文物

北京故宫博物院藏

长信宫灯



河北 | 西汉文物  
现藏于河北博物院

缠枝牡丹纹玉梳



南京 | 南唐文物  
现藏于南京博物院

# 看古人如何玩转

月影梅纹银盘



南京 | 南宋文物  
现藏于南京博物院

天蓝釉紫斑盃



台北 | 元代文物  
现藏于台北故宫博物院

唐三彩梳妆女坐俑



陕西

唐朝文物

现藏于陕西历史博物馆

莲花形玻璃托盏



甘肃

元代文物

现藏于甘肃博物馆

# “多巴胺配色”

秦公鼎



上海

春秋早期

现藏于上海博物馆

清黑缎嵌点翠凤戏牡丹女帽



辽宁

清朝文物

现藏于沈阳博物馆

广告

Canature  
开能净水

净水行业上市公司  
股票代码: 300272

黑金系列 **全系而至**

黑科技 金品质 臻享非凡生活

搭载第四代净水控制技术



400-820-1199  
www.canaturewater.com

全屋净水 全家健康

**IFE 快意电梯**

—— 股票代码：002774 ——

# 全球信赖的电梯品牌



【255.8米/79层住宅楼】World One大厦超高速电梯项目

【10m/s超高速电梯商业项目】中国东莞寰宇汇金项目

出口新加坡/澳大利亚/阿联酋/俄罗斯/印度/南非等全球33个国家

欧盟CE认证、德国TUV、质量体系认证、俄联体CU认证

国家火炬计划重点高新技术企业



快意电梯股份有限公司 中国快意热线:400-6789-443

中国总部：广东省东莞市清溪镇金龙路

官方网站：[www.ifelift.com](http://www.ifelift.com)



## 南阳“音乐劫”的红与黑

文 | 高万鹏

今年国庆长假期间，南阳迷笛音乐节火了。火的原因倒不是音乐节本身，而是节后有乐迷反映，现场盗窃猖獗，“简直是洗劫”。大量乐迷反映东西被盗，包括帐篷、睡袋、露营车，还有苹果手机、平板电脑、银行卡、现金等，甚至拳头粗的电缆线、内裤也不翼而飞。10月3日，#迷笛偷东西#登上微博热搜第一，让南阳陷入巨大的舆论旋涡。

这些乱象引发关注后，直到10月5日，迷笛音乐节官方才迟迟发布公告解释称，因网民陈某违规发布“活动已结束要清理现场”的不实信息，引发附近村民趁乱下手，出现多起露营区财物被盗的案件。

公告特别指出，有个别组织“通过网络蓄意煽风点火，抹黑南阳与迷笛，甚至花钱购买热搜”。迷笛官方还对删除此前公告解释，称是因为“评论区有大量黑河南言论，故此一删了之，还大河南以干净！”

但是，这份言辞被批“粗鲁”的官方公告，不仅未能平息舆论，反倒火上浇油。官方公告避重就轻、甩锅网友，绝口不提自己组织混乱、安保不力、预案缺失等问题，将事件重点模糊为“网友抹黑”，甚至在官方公告中用上“傻x”这样的粗鲁字眼，引发众多网友不满。

当晚9时许，“2023中原迷笛音乐节卧龙区指挥部”发布关于2023中原迷笛音乐节有关情况的通报，称“深表歉意”“将不断改进和完善”。通报称，已归还身份证79张、电脑3台、手机17部，其余物品正在核实联系。

镇政府也回应：“偷盗只是极个别，正号召村民将捡拾物品上交”。对此，有网友呼吁：“谴责小偷不能一棒子打死所有的努力——音乐节这四天，我们能感受到南阳的热心肠！”

关于南阳、迷笛的相关话题逐渐发酵。在互联网上，这一事件甚至被部分人有意无意地引向了“地域黑”，一些攻击甚至恶毒的词语被贴在了当地民众头上。甚至“刘备三顾茅庐”、“典韦丢失双戟”等一些历史典故都被某些网友添油加醋，来“地域黑”。也有网友表示，认为，不理性的“地域黑”言论，不仅只会加剧情绪对立，也无助于问题的解决。

### • 女主持人含泪控诉：不要以偏概全 •

10月5日一个认证为“南阳交通广播主持人”，昵称为“主持人青青”的账号发布了一段谈论迷笛音乐节盗窃事件的视频。该视频一经发出便引起了网友们的关注，相关话题也冲上热搜。

视频中，主持人声泪俱下，猜测是南阳迷笛音乐节动了谁的蛋糕，才招至有人故意抹黑南阳。

同时她在视频中表示，看到参加过很多届的“笛迷”自发发布的一些澄清视频：这样的活动有丢东西很正常，往届也有。但南阳当地24小时破案，这个效率可谓不高。

她称，大家不能因为这个事情抹杀了南阳所有的付出和努力。

她还提到，南阳市委书记在迷笛（音乐节）开始的第一天，在大门口迎接每一位笛迷的到来，活动结束后市委书记站在门口送每一位笛迷离开之后才离开。

视频最后，她表示：“对于我们做错的，做得不好的地方，不管是挨打挨骂，我们都站着忍着受着改正，但是我们不能接受那些故意的拉踩和抹黑。”

有网友认为，该主持人面对“地域黑”的情绪可以理解，但据此做出的某些猜测，其实也无必要。

### • 河南官媒呼吁网友不要地域黑 •

10月6日，河南大象新闻就此次南阳音乐节事件发表评论：盗窃事件虽然发生在迷笛音乐节结束之后，但仍然值得相关部门深思。

一则谣言，激起了村民们的贪小便宜的心理，直至演化成半明半暗的偷盗。一个城市的文明底线轻易被一则谣言击穿，这里面固然有村民们贪小便宜的思想作祟，但与相关方面考虑不周有关。

千算万算，没想到老乡的文化认知，与音乐节之间，还存在着一个“摇滚”。

此次音乐节，为保障外来游客的交通出行，南阳免费开通接驳线直达音乐节现场；免费对外开放机关单位停车场和卫生间；工作人员牺牲假期做志愿者。这些，无一不体现出南阳为提升城市美誉度和发展经济所做的努力。不能因村民在音乐节后的偷盗行为而抹杀南阳的这些努力，更不能因此“地域黑”，一棍子打死一船人。

### • 专家认为当地管理不利 •

据央广网报道，中国人民公安大学治安学院副教授李春勇表示，根据网上的信息，这次发生的所谓盗窃事件，主要集中在外围区域和露营区，关键问题在于现场



外围有无流动警力进行安保巡逻和人身财产安全维护，尤其是发现有人以非法形式占有他人财产时，是否及时制止并做好引导。

河南泽槿律师事务所主任付建认为，根据法律规定，盗窃是指以非法占有为目的，侵占他人财物的行为。盗窃行为认定的关键是行为人具有非法占有的目的，但是否具有非法占有的目的，不能仅依据相关人员的说辞，而是应结合其具体的行为。该案中，因为有人趁乱盗窃了露营区的财物，因此被定性为盗窃案。依据河南省的相关规定，盗窃财物达到2000元的，才能认定构成盗窃罪，如果单次盗窃数额不足2000元的，可依据治安管理处罚法处以行政拘留。

郑州大学法学院副教授侯宇分析称，发生此类事件是因为当地管理不力，未做好安保工作，大规模演出须有严密的预案和充分的准备。

付建说，为预防类似事件，当地政府应加强安保措施，增加警力和监控设备，对参与活动的人员进行安全检查 and 登记，防止不法分子混入。此外，要提高参与者的安全意识，加强宣传教育，告知参与者如何保护自己的财物和人身安全。另外，加强组织管理，对参与者进

行分区管理，避免混乱和拥挤，减少盗窃事件发生。一旦发生盗窃事件，及时报警并采取相应的处置措施，追究犯罪分子的法律 responsibility。

### • 老君山1元午餐暖人心 •

同在河南的洛阳老君山景区，游客面对景区提供的“一元午餐”，以诚信回报之。10月6日，“一元午餐”圆满收官，经过盘点，8天假期共售出一元午餐23527份，收入24539元，虽然是无人值守，但是却多出来了1012元。

景区工作人员表示，多出的部分应该是有人故意多投，或者是没有找零，这些来自全国各地的游客在无人值守的诚信面前，交上了一份满分答卷。景区官宣明年国庆假期一元午餐将继续推出，多出的部分会用于改善餐食内容。

从2017年开始，老君山景区每年都会在国庆假期推出“一元午餐”，今年是第7年。

网友们对老君山景区的做法纷纷点赞，互惠互惠，暖人心！很多网友也想去老君山看看。相信只有将心比心，才会赢得消费者的心，不会因为“地域黑”而“地域黑”。

### • 城市“破圈”更考验内在功夫 •

能看得出来，南阳政府很想“破圈”转型，尤其在淄博火了以后，他们多次研究淄博现象，也想了不少办法，此次举办迷笛音乐节就是其一。今年初淄博的走红太突然也太成功了，这让很多像淄博一样面临转型困境的城市看到了希望，大家纷纷在旅游服务业上想办法。此时，石家庄也在打造“摇滚之城”音乐演出季，把“音乐节”的灵感输送到南阳面前。迷笛在摇滚音乐节领域的品牌影响力，不是正符合“标志性”“引爆性”“年轻化”的要求吗？

从以往的经验来看，音乐节每到一地，都能给当地带来极大的流量和客源，往近了说，能迅速带动当地的交通住宿、餐饮和文旅，给当地民众创造收入；往远了说，也有利于打造城市品牌。

因此这次迷笛30周年落地到南阳，南阳整个城市都很兴奋，有人直言，这泼天的富贵终于轮到了南阳。

从乐迷的反映来看，音乐节前期，南阳也不负所望，创下了迷笛30年47届音乐节的最高票房纪录。本次音乐节开幕当天，南阳市委书记朱是西、市长王智慧一行身着红色志愿服，到南阳火车站热情欢迎来自全国各地的乐迷朋友，并送上纪念品，称将尽最大努力为大家做好服务。音乐节开幕现场，有乐迷吃上了南阳市文旅局长

派发的月饼，音乐节举办期间，崔健、痛仰乐队等80余组国内外实力乐队及音乐人先后登台表演，共有15万人次乐迷现场观看。“被举起的轮椅小伙”、“中原迷笛音乐节有多燃”等话题，频频冲上社交平台热搜榜。并且当地安排了300辆公交车，在迷笛音乐节的大门口，排成三排免费接送乐迷，乐迷们感受到了南阳的热情和诚意。

然而，音乐节上发生的意外事件，让许多人大跌眼镜。不仅伤了乐迷们的心，让音乐节参与者的努力毁于一旦，也让南阳这座城市蒙羞。

南阳这次的尴尬破圈，可以说从反面给同类城市提了个醒，城市的转型并没有那么简单，不是办一次音乐节就能毕其功于一役的。尤其是发展旅游服务业，最终比拼的是整个城市的综合文明水平。淄博的成功源于多年来对城市治理的内功，南阳这样的城市要转型，也应该首先扎扎实实做好社会治理，打造良好人文环境和社会环境，尤其是提升政府的服务水平。

南阳的努力用心有目共睹，偷盗事件可成为一个改善城市治理的契机，不能将此事简单归结于个人素质问题，为黑而黑。好的制度和管理，可以约束个人行为，培养公共精神。只有地方的公共服务、配套设施和安保力量跟上，才能真正免除游客的后顾之忧。✎



# 电竞摘金!“游戏”不止是玩玩

文 | 王晓璐



“水晶击破，中国亚运会电子竞技项目首枚金牌诞生了！”

2023年9月26日19时47分，外形有如“星际战舰”的杭州电竞中心，王者荣耀亚运会版本决赛现场，解说员的声音几乎冲破屏幕。中国以2:0击败马来西亚，一举夺得项目金牌。这不仅是亚运会历史上的首枚电竞金牌，也是中国首次在亚运电竞项目上夺冠。

10月2日晚，杭州亚运会最后一个电竞项目——刀塔决赛中，中国队在先负一局的不利局面下连追两局，战胜蒙古队，拿下金牌。这枚金牌也是本届杭州亚运会上，中国电竞军团取得的第四枚金牌。

据悉，这是电子竞技首次作为正式比赛项目亮相，本届亚运会该项目共设7个小项，分别为：英雄联盟、王者荣耀亚运版本、和平精英亚运版本、刀塔、梦三国2、街霸5、足球在线4。中国队共派出31名运动员出征，参加除街霸5外的其余6个小项。最终，中国队取得了4金1铜的成绩，成为杭州亚运会电竞项目的最大赢家。

这项备受瞩目的竞技赛事承载着无数人的青春记忆，为电子竞技掀开了新的篇章——电子竞技也能为国争光。

## · 谁说电竞是游戏 ·

说起电子竞技，在中国，早期的电子竞技与电脑游戏一样，并不为大众所认可。

北大体育教研部健康电竞运动发展中心执行主任钱鹤曾在演讲中谈到：“电子竞技是电子游戏达到‘竞技’层面的体育项目，是人与人之间智力和体力结合的比拼。”

但在早年间，电子竞技与电子游戏常被混为一谈，被大众认为“迷上就会变坏”。

在这样的舆论环境下，所有的电竞爱好者都在期待着一个“正名”的机会。终于，在2003年11月18日，电子竞技被国家体育总局批准为第99个正式体育竞赛项目。

2005年11月16日，sky李晓峰作为中国第一批电竞选手，在新加坡WCG世界总决赛中获得了《魔兽争霸3》项目的世界总冠军。这是中国电竞史上第一个WCG单人冠军，它让中国人开始扭转对电子竞技行业“玩物丧志”的看法。

2018年8月29日，雅加达亚运会电竞项目英雄联盟（LOL）决赛中，中国队以3:1战胜强敌韩国队，荣获亚运会史上英雄联盟电竞项目的历史首金。即使是表演项目，

但也是电子竞技第一次真正踏入亚运赛场，其证明了主流社会对电子竞技运动态度的转变。

### • 发展势如破竹 •

近年来，电子竞技赛事的规模不断扩大。目前，中国电子竞技用户规模约为4.87亿人，已然成为全球最活跃的电竞国家，产值规模、用户人数、发展速度等稳居世界第一位。艾瑞咨询《2022中国电竞行业报告》显示，25岁以下的电竞用户占比达到47.0%。

《2023年1-6月中国电子竞技产业报告》显示，今年上半年，我国电竞产业实现了759.93亿元的总收入，环比增长11.74%。在收入构成中，电竞产品占比84.84%；内容直播占比12.03%。赛事、俱乐部以及其他收入占比分别为1.35%、1.09%和0.68%。

《中国体育产业发展报告（2022-2023）》显示，近一年的61起国内体育投融资事件中，电竞领域有5起，占总融资金额的近一半。电竞已成为数字体育产业的热门赛道，庞大的产业链对人才的需求量极大。人社部公布的数据显示，未来五年，中国电竞人才需求量预计将达到近350万人。

有业内人士指出，电竞行业处于爆发期，亚运会电竞项目的举办，有望助力产能释放。

### • 电竞入课堂 •

与产业蓬勃发展态势形成对比的是，目前电竞产业人才缺口较大。根据人社部于2023年初发布的报告，电竞行业只有不到15%的岗位处于人力饱和状态，而类似赛事制播等产业中上游专岗岗位缺口达150万人。

2016年，教育部公布了高职招生的13个增补专业，其中就包括“电子竞技运动与管理”。自此，电竞教育正式走入课堂。

同年，中国传媒大学在动画与数字艺术学院开设了艺术与科技（数字娱乐方向）专业，成为国内首个设立电竞相关本科专业的高校。

事实上，电竞相关专业所学内容全面而丰富，包括游戏概论、游戏数据分析、赛事策划、游戏心理学、游戏项目管理、游戏创作、游戏评论与解说等多方面课程，主在培养游

戏行业里的综合类人才。

而从中国传媒大学前两届专业学生的就业情况来看，工作方向并不仅限于电竞行业。首届20名毕业生中有半数签约游戏研发相关岗位，第二届30名毕业生中也有人入职体育赛事公司、运营与传播公司等。当然，也有部分选择继续读研或出国深造，但由于硕士阶段暂无电竞相关专业，所以大多会聚焦于交互艺术、管理学或传播学等。

### • 未来可期 •

电竞“入亚”“进校园”的背后，电竞行业也面临着不断加码的未成年人网游防沉迷新规的规范。国家新闻出版署于2021年8月下发通知，所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时服务，其他时间均不得以任何形式向未成年人提供网络游戏服务。

去年8月，西安发布《西安曲江新区关于支持电竞游戏产业发展的若干意见》，为落户的电竞企业配备30亿元的扶持资金。今年6月，上海出台促进电竞产业健康发展20条意见，加快“全球电竞之都”建设。海南省则推出了“国际电竞港”专项政策“海六条”——在资金、人才、税收、免签、赛事审批和传播上逐步完善和推出相应支持政策，大力支持电子竞技发展。

不断完善的规则与措施，让电子竞技不再被称作“电子海洛因”。选择电子竞技作为职业的年轻人，也越来越多地得到了家长们的支持。

所有的热爱，如今都成为了骄傲：

“我是电竞人，我为自己代言。”👉



CHANGHONG 长虹 |   
中国国家队羽毛球队荣誉赞助商

# 国羽长虹 中国骄傲

陈雨菲  
世界女单冠军

黄雅琼  
世界混双冠军

郑思维  
世界混双冠军



# 三棵树

# 8

## 美好生活不等待 小时净味 住新家

免费提供上门基检服务



中国奥委会  
官方涂料独家供应商

武大靖  
三棵树品牌代言人  
平昌2018年冬奥会冠军  
北京2022年冬奥会冠军



扫码关注



## 亚运黑科技接轨“未来”

文 | 王晓璐

满城尽是桂花香，鼓瑟又迎嘉宾来。

从一朵彰显杭州之韵的“金桂之花”，到22组金桂花团形成的巨大“金桂花冠”，当最后一棒残疾人火炬手以智能仿生手与桂冠交握，与吉祥物“飞飞”一起点燃主火炬时，杭州再次用科技，向每一位运动员传递着“逐梦折桂”的美好寓意。

9月23日，巨大的“数字人”从钱塘江踏浪而来，步入亚运会主体育场“大莲花”体育场，完成了全球首个数字点火仪式。

15天后，“数字火炬人”以“弄潮儿”之名再次踏浪而来，驻足于主火炬塔前，与观众“比心”互动。随着主火炬熄灭，“数字火炬人”向着“大莲花”场外奔去，几步一回头，依依惜别，跃至上空后，幻化为漫天星辰。至此，中国与亚洲、与世界的这场“亚运之约”画上完美句号。

在这短短的15天内，让人记忆犹新的不只是201块金牌、魔幻的bgm，更是崛起的中国科技。

#### • “超级快充站”来了 •

有人说，这次亚运会让人看到的不只是遥遥领先的金牌，还是“数字之城”的科技魅力，通过这次亚运，好像看到了科技未来。

亚运会前，#进化的座椅#话题就早已引发网友热议。在杭州滨江步道的座椅上，都能发现有一个圆圆的无线充电标志，只要是带无线充电的手机，放上去就能充电，还可以播放音乐，夜间照明。

你可能会想“无线充电不是早就普及了吗？”别急，杭州的无线充电可不只是手机，电车也可以无线充电。在杭州萧山亚运村充电站，8个大功率充电桩并排而立，最大充电功率可达到500千瓦，15分钟最快可充电60千瓦时，满足车辆行驶400公里的用能需求。让你即停即充，不再为了插头的不兼容而感到烦恼。

杭州无线充电的无处不在，让网友不禁感慨“怕是在灵隐寺歇脚，手机随便一放，手机屏幕亮起的时候都让人以为是佛光一现！”

公共设施的“集体进化”不仅是如此。

一个人跑步，无聊怎么办？这个集光、影、声、影像等于一体的智慧陪跑屏是个不错的选择，屏中会打造出虚拟人物全程陪跑，还会跟随跑步状态快速变化衔接，让跑步不再单调无味。

趣味性十足的AI骑行发电一直深受广大网友的喜爱，骑行发电产生的动力会控制灯光亮起，骑行的快慢决定了灯柱的高低，不少人在“一争高下”间锻炼了许久。

走进文三数字生活街区，映入眼帘的是裸眼3D大屏，“琮琤”“莲莲”和“宸宸”正探出身子打招呼，同时，它们也会化身交通“指挥员”登上信号灯，让等待红绿灯都变得不再枯燥。

除此之外，还可以与下棋机器人对弈，喝一杯机械臂“智咖大师”手磨的咖啡，借助AI绘画工具成为“神笔马良”。

元宇宙、硬科技、沉浸式娱乐，描绘着数字生活的未来图景。

#### • “没人开”的车开进亚运村 •

亚运会偌大的场地中，出行十分重要。

没有司机，也没有方向盘，在亚运村里，时常能看到一辆极具科技感的小巴车出现在主干道上。上午9时25分，这辆AR智能巴士“星辰”已经在亚运村的始发点“琮琤路”上等候乘客。

一坐上智能巴士，就能看到两块超大屏幕。它结合了车载的AR功能，不但能看到吉祥物驾驶着龙舟和乘客一起“乘风破浪”，还能看到实时街景与西湖风景、拱辰春色、良渚遗址等杭州特色美景的巧妙融合。在展示城市的产业发展、科技文化等内容的同时，虚实结合，给乘客提供一个奇妙的乘坐体验。

据技术人员介绍，AR智能巴士搭载了混合现实平台和智能驾驶解决方案，通过AI+AR的可视化方式，为亚运村的运动员们和媒体记者们带来可视化的、智慧化的未来出行体验。同时可应用于地铁接驳专线、微循环公交、快速路公交、园区通勤摆渡、景区观光游览等一系





列需求场景，更是创造了国内数个第一。

除了服务运动员和观众，另一批无人驾驶汽车则为公共安全立下汗马功劳。据了解，为确保亚运会安全顺利召开，杭州地铁公安分局、景区公安分局等部门以无人智能巡逻车为平台载体，借助5G网络、人工智能AI等智能科技手段，助力亚运安保工作。该款智能无人巡逻警车一经上路，便成为市民游客争相拍照合影的新晋“网红”。

### • 小莲花：一开一合间 不止惊艳 •

位于杭州滨江区的杭州奥体中心网球中心，被市民亲切称为“小莲花”。这里将举办杭州亚运会网球比赛。

据悉，“小莲花”顶部的钢结构罩棚平面呈环状花瓣造型。下半部分由24片“花瓣”组成，上半部分则由8片会旋转的“花瓣”构成，每片“花瓣”重约160吨。这样特殊的“构造”不仅为了美观，还为了让“小莲花”顶部能够自由开合。

这个设想，早在上个世纪七十年代在加拿大蒙特利尔举行的奥运会场馆建设时，就已经有人提出来过。不过，几十年以来，全球都没有体育场馆能够做到自由开合，直至“小莲花”的出现，让这个设想成为了现实。这项能旋转开闭的屋顶设计，被中国工程院院士领衔的专家组评定为“世界首创”。

不过在比赛期间，通常“小莲花”都是处于盛开的状态，除非因天气原因如下雨等，“小莲花”才会“含苞待放”。

此外，“小莲花”外部的亮灯会根据情况赛事、平时、节庆多种模式亮起不一样的灯光。当夜幕降临，“泛光照明”系统在花瓣上打出柔和紫红色，宛若含苞待放的两朵莲花，呼应杭州亚运会主形象色“虹韵紫”，为杭州夜景增添一抹亮色。

为满足亚运会的4K高清转播，用一个iPad就能控制整个场馆灯光。此外，为满足电视转播高清晰度的要求。相关研发人员在“亚运灯”上安装了一种加长的外置防炫光灯罩，将灯光由直射灯尽可能变为折射，在体育场馆内所有灯的彼此配合下，最终解决掉80%的直射光线。

### • “弄潮儿”浪漫20秒背后 •

“谢谢，本人参与了亚运会，已写进简历”。9月23日晚，在杭州第19届亚洲运动会开幕式上，巨大的“数字人”踏着钱塘潮涌而来，与运动员火炬手汪顺共同点燃主火炬塔，引发不少网友激动发文，表示自己“参与了一亿的项目”。

回顾历届各大运动会开幕式，点火环节都是备受瞩目。此次亚运会打破了以往由一名火炬手点燃主火炬的惯例，邀请超1亿名网友，以“数字火炬手”的身份开启亚运时刻。

“数字人参与点火，这是世界首创。数以千万计的火炬手，都是一个火苗、一个火星点，它在钱塘江上空汇聚，形成一个数字人。”杭州亚运会开幕式总导演、总制作人沙晓岚称。

“为这浪漫20秒，我们的技术团队写下超20万行代码。”杭州亚运会信息技术指挥中心指挥长胥伟华介绍，“首创性推出的‘亚运数字火炬手’，以及‘线上火炬传递’，背后凝聚了Web 3D互动引擎、AI数字人、云计算、区块链等最新技术。”

共有来自全球130多个国家和地区的网民，通过“智能亚运一站通”成为亚运数字火炬手，参与线上火炬传递。其中年龄最大的98岁，年龄最小的12岁，20岁至39岁的中青年人群占64%。这也是亚运历史上第一次实现数实联合点燃火炬。

值得一提的是，亚运数字火炬手团队利用AI等技术

进行了上万次的动作捕捉、绘制了几十万张设计图稿，从个性捏脸、动作捕捉到服装设计，使得亚运数字火炬手的形象可达到两万亿种，可满足全球数字火炬手都能“独一无二”，实现亿级用户“一人一面”的数字化形象。

杭州亚运圣火燃料采用了零碳甲醇，具有环保、安全、可靠、可视四大优势。因此，它还是人类历史上第一次碳废再生、零碳甲醇点燃亚运圣火。

### • 最强“打工人”机器狗竞争上岗 •

“快看！赛场上有‘小狗’！”

亚运赛场上还能“遛狗”？如此趣闻就发生在杭州亚运会的田径赛场。

在本届亚运会上，最引人注目的“黑科技”之一，是田径赛场上的“显眼包”——机器狗。两只可爱的四足机器狗，以铁饼“搬运工”的身份忙碌地奔跑着。每当铁饼被掷出后，机器狗便迅速跑向目标，工作人员将铁饼放在机器狗的背部，然后让它们返回运动员身边。完成任务后，它们会自己“趴”在场边等待下一次指令。这一幕，让网友直呼“科技感也太强了！”

这些“显眼包”火了之后，并没有“傲娇”，它们还承担起运送标枪的任务，舞蹈比心更是不在话下，忙得“不亦乐乎”！这是全球赛事上，首次利用机器狗来运输铁饼。在保障比赛进行的同时，为体育场田径赛事增添了几分科技感，还增强了观赛的趣味性，给观众带来全新体验。

事实上，这并不是宇树科技第一次征战大型体育赛事，由该公司生产的机器狗早在北京冬奥会上便惊艳亮相。此次杭州亚运会，机器狗正式登陆赛场、直接服务运动员、裁判员，是公司深入参与大型体育赛事的新突破。

据悉，此批投放亚运赛场的机器狗与人慢跑速度无异，小家伙们身背卡槽，可承受1~2公斤的标准铁饼，工作人员只需将运动员掷出的铁饼卡在机器狗身上的卡槽，机器狗便可灵活往返于起终点之间，平均距离100余米，整场比赛可代替人工往返距离7000余米。

55台机器狗分布于多个亚运场馆，成为了一道独特的科技风景线，不仅为亚运会增添了科技与创新的元

素，为运动员、观众带来许多难忘的时刻，同时也展示了杭州作为科技创新中心的实力和活力。

### • 云计算赋能史上首届“云上智能亚运” •

9月24日，杭州亚运会武术项目比赛诞生第一枚金牌，中国选手孙培原以9.840分的高分，获得男子长拳的冠军。现场裁判宣布比赛获胜仅5秒后，远在山东省淄博市南郊镇北庵村的孙培原家人和乡亲们就收到消息，鼓掌庆贺。

从亚运赛场到计分牌，每场比赛的成绩数据，要经历获取、计算、存储、传输等4道技术关卡，最后实时准确地呈现给大家。计分牌背后接入的，是一个世界领先的“云上大脑”——基于云计算建设的赛事核心系统。基于赛事核心系统实现100%上云，杭州亚运会让成绩发布更快捷和稳定，仅5秒钟就可以实现赛事信息发布，这是全球综合性运动会上成绩发布最快捷、最实用的新型技术。

国际奥委会首席信息科技官艾拉里奥·孔纳曾表示，杭州亚运会用云计算创造了历史。

据了解，杭州亚运会是史上首届“云上亚运”，基于阿里云实现核心系统100%上云，并首次实现云上转播。杭州亚运会的精彩画面通过阿里云全球基础设施向全亚洲乃至全球观众实时转播。杭州亚运会在云上传输最大60路高清和超高清信号，总计超过5000小时时长。

“江南忆，最忆是杭州”。这场科技赋能的体育盛会，通过赛事，不仅生动地讲好智能亚运故事，也向世界展示了科技大国的风采。📡



# 破冰北极的“中国雪龙”

文 | 王晴



红白相间的“雪龙2”号，是我国第一艘自主建造的极地科考破冰船

9月27日，上海码头。小朋友们手捧鲜花，欢迎中国第13次北冰洋科学考察队（以下简称“科考队”）凯旋。

这支科考队于7月12日从上海出发，历时78天，航行1.5万余海里，来到“世界尽头”——北极点。

这次科考，队员们在冰原海雾中，采集不同深度的海水样本，提取其中的生物基因标本，来丰富我国对于北冰洋生态的认知。同时，将采集到的一手观测数据应用于全球气候变化的治理，彰显了中国作为负责任大国在北极国际治理中的态度和作用。

另外，此次科考在环境关键要素长期观测、洋中脊地区调查、科学研究、国际合作等方面取得了一系列成果，积累了宝贵经验。

## • 数次科考终抵北极点 •

这是中国北极科考的第24年，也是我国科考船抵达

北极点的第一年。

9月5日13时55分，中国第13次北冰洋科学考察队领队王金辉向队员宣布“很高兴地告诉大家，我们已经抵达北极点。”完成这项任务的“功臣”之一，正是我国第一艘自主建造的极地科考破冰船——“雪龙2”号。它总长约122.5米，最大宽度22.3米，在每小时12海里的情况下，续航力在20000海里以上，接近绕地球一周。

北纬90度，是北极点的坐标。在这样的高纬度地区，海冰厚度厚，密度高，对科考船的破冰能力要求很高。

“雪龙2”号与其他科考船不同，它是全球第一艘实现艏向、艉向双向破冰的极地考察破冰船。双向破冰很大程度上提高了船舶在冰区的机动性，即使在密集度非常高、冰非常厚的情况下，也可以通过前进或者后退的方式灵活调整航向或者船位，一方面是提高了安全性，减少了被困的风险，另一方面可以更大地满足科考作业的需求。

“本次‘雪龙2’号抵达北极点，科考队通过深入研判海冰的情况，合理规划行进路线，基本上避开了所有的密集海冰区域。在科考队任务非常饱满的情况下，能够安全、高效地抵达北极点。”船长肖志民补充道。

在北极点区域，科考队开展了综合调查作业，填补了我国北冰洋考察在北极点区域调查数据的空白。作业结束后，“雪龙2”号环绕北极点数圈，跨过了地球所有经度，并开始向低纬度航行。

### • 北冰洋海底“拆盲盒” •

两个小时，捞出两只虾和一些海蜇。

在北冰洋太平洋扇区的底栖生物拖网作业中，付出与收获不成正比是一种常态。它需要将长达十几米的巨大拖网投放至海底，等拖网捞出后，科考队员从成吨重的淤泥中慢慢“淘洗”出可能存在的生物样本。

在刺骨的寒风中，科考队员浑身冻透，沾满泥浆，一干就是两三个小时。“弄了一身泥，就这么点东西，多少有点遗憾。”自然资源部第三海洋研究所助理研究员刘坤说，“但是，再小的生物，也是非常珍贵的样本，这一网总算没白捞。”科考队员们已经学会了从微小的海洋生物中，寻找最大的满足。

加克洋中脊是此次科考队聚焦的另一片海域，科考队员们开展了一系列和地球物理相关的实验。这片海域是地球岩浆产生的地方之一，被称为海底山脉。本次作业中，科考队员通过布放海底大地电磁仪、海底地震仪等设备对洋中脊进行精细化研究。

对于这项作业来说，回收是一个难度系数较高的环节。布放的大地电磁仪会以约每分钟20米的速度从近4000米深的海底浮上来。在船上，队员们通过水声探头进行定位，不断测量距离，将搜寻范围控制在一个较小的海域。平均回收一台设备要花费四五个小时。每次找寻仪器时，驾驶台都会聚集不少队员，望远镜、长焦相机、无人机等都被用来搜寻目标。一旦发现，队员们会齐心协力把仪器打捞上来。

经过精心组织，科考队成功布放并回收7台海底大地电磁仪和5台海底地震仪，其中地震仪回收率达到

100%，刷新高纬密集冰区回收率纪录。

### • 冰原上开启“国际窗” •

自1996年中国成为国际北极科学委员会成员国后，在北冰洋考察领域的国际合作不断深化。2004年7月28日，坐落于斯瓦尔巴群岛的中国北极黄河站正式启用，中国成为了第八个在该群岛设立北极科考站的国家；2005年，中国成功承办了北极科学高峰周会议，开亚洲国家承办之先河；2013年，中国成为北极理事会正式观察员国；2018年10月18日，中国和冰岛共建的中-冰北极科学考察站正式运行，这是我国在北极地区除黄河站之外又一个综合研究基地。

这些项目宛如一道道桥梁，连接起北极海域不同国家和地区的科学资源与力量，中国在北极考察的“朋友圈”越来越广。

在此次北冰洋科学考察中，我国首次与泰国针对“微塑料污染治理”问题展开合作。中泰两国利用“雪龙2”号上的实验室和观测平台，围绕大气、表层海水和沉积物等立体调查要素中的微塑料，为全球微塑料污染的研究和治理提供借鉴和参考。

自然资源部东海生态中心的谭赛参与了此次微塑料调查，他表示，本次考察采集了极点区域亚表层水体微塑料，进一步扩大了微塑料样品的采集范围，最大程度地收集了海水中的微塑料颗粒，相关样品将带回实验室进一步分析研究。

伴随着我国科考船第一次抵达北极点区域，我国北冰洋调查范围进一步拓展，也为微塑料、黑碳等国际前沿研究提供了宝贵资料。

除此之外，在加克洋中脊海域，中—俄围绕重力磁力等多种测量方式的地球物理合作调查进一步深化，为双方共同开展北冰洋地质构造研究合作奠定了坚实的基础。

中国极地研究中心研究员何剑锋表示：“未来，中国将进一步加强北极科考，大力发展无人值守长期观测装备获取数据，并与有关各方一道，积极应对北极变化带来的挑战，为提高北极认识水平、促进北极生态环境保护和国民经济可持续发展作出积极贡献。”

# 台铃

## 长续航电动车



中国国家田径队  
官方合作伙伴

仙津  
SunGiant



动力火车  
POWER STATION

广告

# 动力火车 玩出不同



广东仙津保健饮料食品有限公司

电话: 0769-83378889

网址: [www.powerstation.com](http://www.powerstation.com)





## “花加们”花期失灵

文 | 王晴

9月25日，鲜花电商“花加”用一封全员信宣布企业进入停业整顿阶段。

“我们曾一次次寻找机会，但形势越发严峻，公司自去年遭遇到了前所未有的压力。过去几个月，淡季、历史订单履约以及银行还款压力，导致公司一直入不敷出。迫于无奈，公司决定进入停业整顿阶段。”

据公开资料显示，成立于2015年的花加主打“线上订阅+产地直送+增值服务”的日常鲜花包月订阅模式，即每个月送4次，每周送一次的“一周一花”模式，推出的订阅产品从99元/月~399元/月不等。

另据花加官网公开显示的数据，花加累计拥有超过1200万用户数量，其中付费用户800万，覆盖全国300多个城市的花加，曾在2019年创造出最高单月销售额达1个亿的辉煌纪录。

而如今，却只能以一种无奈的口吻宣布自己的停摆。同时，倒下的花加也撕开了鲜花电商浪漫的包装。市场降温，赛道内卷，鲜花电商要如何才能维持“花期”？

## • 投诉 •

“鲜花收不到，客服无人回。”9月以来，花加的小红书账号收到了大量类似投诉。据悉，9月初，花加在小程序上通知称，公司“将在9月全面调整供应链生产配送模式，因涉及生产仓库的布局变动造成服务能力受限，在此期间调整为隔周配送（自9月9日开始调整）”。

从每周改成隔周，面对配送时间突然地调整，部分客户开始怀疑，花加是否出问题了？在“黑猫投诉”平台，“花加拖延发货”“花加擅自修改收货日期”的声音不断，与之伴随的还有退款无人处理、电话客服无人接听等等，累计投诉量超1.2万条。

对于消费者的投诉，花家内部给出的解释为：为节省成本对发货仓进行了缩编，因此影响了配送时间。

而关于客服问题，部分原因是公司与客服人员之间存在一定的薪资纠纷，所以会给外界造成“客服失联”的印象，后续会更换客服人员，重新回复顾客。目前，进入花加小程序，对话框会出现“客服人手不足不能及时回复，请见谅”的提示。

小编以顾客身份向客服询问退款事宜，对方称：“公司业务近期在调整，还没恢复正常收花，后期发货还是退款都会给一个答复，具体时间确定后会短信通知。”

除消费者之外，向内看，花加还存在拖欠员工工资，社保公积金无法按时缴纳的风险。

一位花加前员工表示，在公司发全员信之前，就已经

拖欠了不少员工薪资，“之前说的是9月底之前结清。没想到赶在承诺好的发薪日之前，公司就彻底摆烂了。”还有员工表示，此前公司已经经历了大规模裁员，从300多人缩减到了100人左右。

另有加盟商在小红书上发布笔记称，“我是6月份看到花加公众号推送可以加盟的，也在当月交了一笔2万元的定金，但是一直没有考虑清楚要怎么开店，突然就传出9月初花加经营出现问题的消息。”

事后，花加创始人王柯在接受采访时表示：“团队面临的问题非常多、非常繁杂，要竭尽全力去改变现状，挑战很大。”

“伤痕累累”的花加，似乎离“鲜花会盛开，美好的事物会接踵而来”的梦想越来越远。

## • 梦起 •

2018年6月，一部以鲜花行业为背景的都市偶像剧《一千零一夜》热播，该剧的女主是名花艺师，而所依托的企业原型正是“花加”。

花加诞生于创始人王柯的一次旅行中。在欧洲，王柯发现当地居民平日里都有买花的习惯，他们会用买来的



花加官网发布公告，称在一段时间内无法完成配送履约



2020年，花加在上海建立“玻璃森林”门店，并邀请用户来此“面基”

鲜花装点日常生活。王柯在看似寻常的生活习惯中嗅到了商机，萌生了在鲜花赛道掘金的想法。

回国后，王柯便着手在日常鲜花订阅领域创业。承载着“鲜花加上一切美好的事物”的寓意，花加于2015年正式诞生。

不同于此前国内鲜花消费市场以礼品鲜花为主流模式，花加更加专注于日常鲜花这一国内尚处于起步阶段的市场，其核心产品是日常鲜花订阅，以按月订购、花田直采、每周配送的方式触达用户。

风口之上，花家起飞。由于日常鲜花订阅这一市场在国内的空白，2017年，花加在创立两年后用户便超过了500万人，商业版图覆盖到了100多个城市，并且实现了收支平衡。

另据花加官方披露的数据显示，截至2018年5月，花加累计注册用户数便超过千万，月发货量达250万件，年

销售鲜花3.6亿支。

回顾品牌的发展，花加的壮大也离不开资本的助力。花加自成立以来共完成了6轮融资，累计融资金额达到2亿元，融资规模和扩张速度均在行业前列。

其中最新一轮为2019年10月21日宣布的B+轮融资，领投方为上海双创基金投资中心旗下基金，创始人王柯、国灏资本、昆仲资本等老股东参与了跟投，交易金额3500万元人民币。

不过，2019年完成B+轮融资后，花加便再未披露新的融资事件。如今走到停业整顿阶段的花加，其关联公司不久之前还被列为被执行人。

企查查信息显示，花加品牌的全资股东为上海分尚网络科技有限公司（简称：“分尚网络”）。2023年9月11日、12日，分尚网络被列为被执行人，涉及被执行总金额193万元。花加也于2023年9月5日，被法院强制执行，涉及执行金额51.91万元。

## · 寻因 ·

“花加作为鲜花电商在创业初期获得了较快的增长，但在后续发展中遇到了一系列的问题。淡季销售低迷、历史订单履约问题以及银行还款压力都对公司造成了负面影响。”财经评论员张雪峰在接受采访时表示，上述压力可能导致公司资金链紧张，无法维持正常的经营。

“花加的运营模式并不合理。”有业内人士指出，鲜花电商们发展了这么多年，家庭鲜花依然不是国内鲜花市场的主流。

此外，鲜花电商将鲜花配送到消费者手中的每个流程，无论是运输还是保险，都有极大的不可控因素，也正是这些因素，鲜花电商们的利润点并不稳定。

而更为重要的，电商巨头的入局，成为了鲜花电商无法逃避的“生死劫”。2019—2021年期间，盒马、叮咚买菜、每日优鲜先后开通卖花业务。紧接着，抖音、快手的鲜花直播也逐步成为顶流。

近年来互联网电商向直播、垂直电商方向发展，原本“花加们”引以为傲的价格优势，在鲜花直播间打着“原产地发货”“39.9元3束”的低价情况下已消失殆

尽。而电商兴起之下，“花加们”培养的用户消费习惯被蚕食，用户对品牌并没有忠诚度，很容易被其他商家的低价带跑。

“鲜花电商和母婴电商一样都是垂直电商，而且鲜花的季节性、区域性、节日性消费特征决定了垂直电商平台不仅获客成本高，而且留客成本也很高，加上鲜花品类对履约仓储要求也很高，这些因素叠加，鲜花电商根本没办法实现盈利。”

百联咨询创始人庄帅表示，这并不是花加的困境，而是整个垂直鲜花电商平台的普遍难题。纵观行业，花加之外，2016年“鲜花电商第一股”爱尚鲜花登录新三板后连年亏损，直至2019年被强制退市，花点时间也曾在2020年被列入经营异常名录。

### • 出路 •

“在短视频、直播电商的发展下，线上鲜花的售卖方式逐渐变得多样化，其中，鲜花基地以原产地优势涌入了线上鲜花售卖的战场，其他平台如生鲜电商等也拿出了相应的策略，让市场竞争更加激烈。”

天使投资人郭涛在接受采访时分析，鲜花电商集体哑火的原因是行业红利期褪去后，市场竞争加剧，导致利润

空间变小。

不过，形式并非完全悲观。在花加内部一位业务负责人看来，电商渠道对公司的确有一定的冲击。“直播卖花、盒马这种，可以所见即所得，那么肯定会有一些人选择这种渠道去做。因为培养了客户用花的习惯之后，他会有多个渠道去选择。”

“但订阅花加的用户，有一些用户其实是习惯了，所以这部分人群也不会有什么太大的变化。”负责人补充道。

分析师认为，近年来，鲜花企业业务不断拓宽以及鲜花消费场景逐渐丰富，吸引了更多潜在消费者，未来几年，鲜花电商市场规模将有望继续扩大。因此，花加要多角度地挖掘鲜花的交易场景以及其他衍生商品的价值，让产业链更为丰富。

目前，鲜花电商行业的一大问题在于花源尤其是优质花源难以获得，大型种花基地较为集中，在物流水平不能完全达标情况下，远程运输鲜花质量破坏率高。

因此，多渠道跟优质供应商合作是关键一环。在保障鲜花质量的前提下，还要避免价格战，强化自身品牌概念。

鲜花电商们，期待着再次花开。✎



# 被AI国风毛衣“丑哭了”

文 | 王晓璐



“天呐，第一次见国风毛衣，每一件都好惊艳呀！”这段时间，以该文案为宣传语的国风毛衣视频在多个平台爆火，模特古典优雅的造型连连获赞，不少商家顺势推出了国风毛衣、裙子等系列产品。

网友受到吸引纷纷下单，但收到货后却调侃自己是“受害者”，“实物跟模特身上穿的不说一模一样，简直毫不相干”。卖家秀是新中式设计，毛衣质感柔软舒适，模特仿佛是“美若天仙”的大小姐，反观买家秀，却变成了大小姐的粗使丫头，版型、颜色、材质等方面都跟图片效果相差巨大。

随后，话题#国风毛衣第一批受害人#随即登上多平台热榜，抖音#国风毛衣第一批受害者#话题有2533万次播放，#国风毛衣#话题下的视频播放量达1.3亿，微博话题阅读量超3404万。在引起热议的同时，也引发网友质疑

“国风毛衣都是AI图，商家使用这图做宣传难道不是诈骗吗？”

## • 都是AI画的 •

明明这些国风毛衣裙看着都很美，模特的上身效果也很好，为什么一上身就宛如“打入辛者库”呢？

仔细观看，才发现，原来这并不是现场拍摄的走秀图，而是由AI生成的效果图，单看模特身上的衣服确实仙气飘飘，但当放大图片到观众席时，会发现观众的脸模糊且变形，而模特的手也都不太一样，有的四只手，有的六只手，手指扭曲变形像是鸡爪一样，而AI绘图最容易穿帮的地方，恰恰就是手部和细节区域。

而现实中并不存在这样的毛衣，店家也只是拿着这样一张AI效果图进行预售生产。

今年9月，AI效果图在各大短视频平台上爆火，这套“辛者库套装”脱颖而出，在小红书上点赞过万，无数人询问哪里能买到同款。敏锐的商家立刻开始用这套AI效果图找工厂出货，省略掉设计过程，无需实物拍摄，产品火速上线。

在各大电商平台搜索国风毛衣，浏览量从几千到上万不等，价格最低15元，最高200多元，但清一色使用AI效果图。在淘宝搜索“国风毛衣裙”显示有1145件相关宝贝，一周热度达505.7万，较高销量已卖出1000多件。

### • 第一批“受害者”已出现 •

即便商家在商品页面直接使用AI图，还是有许多不明真相的网友冲着仙气飘飘的设计下单。很快，第一批国风毛衣“受害者”就出现了。

各大服装测评博主就是第一批“受害者”，她们测评后将对比视频或图片发至网络后，引发大量“90斤以下也穿不了啊，胖的穿像作威作福的反派掌事姑姑，正常的穿像宫里洗衣服的宫女，瘦的穿像丞相府从小签了卖身契的婢女”“四爷一脚给你踢冷宫里，都不带犹豫的”“这是要去哪家高门大户上工”等差评调侃。

而对于商家来说，AI效果图远比请真人模特、摄影师和租影棚便宜太多，不仅可以快速出图，还没有过多花销，也没有肖像版权风险。

只是用几张看似绝美、有氛围感的AI绘图，不用打版，不用穿实拍，甚至不用有实物衣服，就可以收到大量用户冲动购买的定金，然后再去快速生产。即使会有部分退货，但也存在着太多不明真相的消费者购买，等一款服装热度即将过去，再顺势推出下一款AI图片，那么商家销量仍会在热度上。

当然，这对于小商家和没有服装电商行业经验的人来说，利用AI捞快钱确实是一件比较冒险的事情。

### • 可能构成欺诈 •

2022年，AI绘画掀起热潮，使用者只需要输入相应的文字描述，便能瞬间出图。2023年，大量绘图插件等工具的陆续推出，让AI制图的效果更加逼真，以AI模特代替真

人模特现象迅速增长。如今，在小红书、淘宝等平台上，已经可以搜到大量可以接单的“AI电商模特”。

不少网友表示，以前买衣服还只担心模特图修得太过，导致买家秀与卖家秀相差太大，而如今毛衣被AI画成纱裙的质感，人是假的，衣服也是虚构的，版型、面料、颜色可能都是未知的，消费者购买衣服却成了“开盲盒”，这难道不是欺骗消费者吗？

针对商家使用AI图卖货是否涉及欺骗消费者，河南领英律师事务所律师高律师称，AI技术广泛流行，但目前仍没有明确的立法规制。就连AI技术生成的图片，是否享有著作权，至今仍没有统一认知。单就网络购物而言，如果网络店铺展示的图片是AI图片，在目前的法律规则之下，不能认为其违法。

而湖北今天律师事务所律师方律师认为，法律并没有限制商家使用AI展示衣服，如果衣服款式和AI图片有本质区别，可能构成欺诈，但即便以目前网上“国风毛衣”对比最明显的买家秀和卖家秀来看，两者的区别也取决于尺码、身材、光线等多种因素，无法单纯因为商家使用AI图，就认为是在欺骗消费者。👉



# 张小泉菜刀拍蒜又双姝姝断了！

文 | 高万鹏



近日，有消费者发视频反映，用张小泉菜刀拍蒜，又双姝姝断了！

张小泉网店客服回应称，可以轻拍，锋利度耐用度越好，不能很好兼顾韧性。

此外，客服还表示，并不是菜刀不能拍蒜，要看使用场景，因为张小泉出了很多款不同的刀具，每款用的材料不一样，有些材料比较硬的刀具就容易断裂，并表示一直也在改进产品。

张小泉菜刀曾多次因拍蒜断刀引热议，网友已经从最开始的不解变成调侃玩梗。

“张小泉拍蒜：一刀两断”“不是教育过你们了吗，要像米其林那样切菜，谁让你拍蒜的”。

也有网友在认真思考，研究菜刀拍蒜的合理性。

“这个有什么好说的，厨房刀具本来就是一套的，剔

骨，剁肉，切肉讲究的本来就是不同的刀具。”

“硬度越高越锋利，韧度就会相对差，很难兼顾。拍不断的刀非常多，但是肯定没有这种锋利，需要经常磨刀”。

## • 多次因拍蒜断刀引热议 •

去年7月18日，话题#张小泉总经理称中国人切菜方法不对#冲上微博热搜引热议。

在媒体报道视频中，张小泉总经理夏乾良称，中国人切菜用刀方法不对，所有的米其林厨师都不是这种切菜方法，为什么米其林厨师切的肉片更薄、黄瓜片更透明，是因为前面有个支点。张小泉把刀前面的头斜过来，那不是设计感，那是消费者教育。

然而，张小泉似乎忽视了一个关键问题——这是中式

菜刀。米其林出现于1900年，而张小泉始创于1628年，且不说中国人用菜刀有几千年历史，单是拿外国人的习惯来讲中国老字号的故事，这就行不通。

中式菜刀讲究“一刀多能”，基本都会具备拍蒜、拍黄瓜之类的功能，这是中国厨房里最平常最基础的需求，到了张小泉这儿却变成了消费者的过错。

争议交织中，“张小泉”总经理表示，该内容为很久之前的视频，也并非事件全貌，但对引发争议的不当言论诚挚道歉。并且，其承诺五年内的断刀全部换新。

而在今年3月，重庆一网友又发文称，自己买的张小泉斩骨刀斩不了骨，正使用时断裂，刀差一点飞出去，幸好人没受伤。3月30日，张小泉客服回应称，出现断裂可能与斩骨时的力度、角度及使用时间有关，一般正常使用不会出现问题，如情况属实可为顾客做退换处理。

值得一提的是，就在该事件前几天，还有媒体报道，广州一消费者用张小泉菜刀拍蒜后，菜刀断开。该消费者联系张小泉某电商渠道经销商反映刀面断裂问题，经销商客服回复“菜刀不能拍蒜”。随后，“张小泉客服称菜刀不能拍蒜”相关话题迅速登上微博热搜。

对于张小泉的刀具究竟能否拍蒜等疑问，张小泉称，一般而言，公司常规刀具是可以拍蒜的，但其同时提醒消费者，并不是所有的刀具都适合用来拍蒜，一些硬度较高或者有专用用途的刀具如果用来拍蒜的话，有断刀的风险。

然而，短短半年后，张小泉菜刀再一次陷入拍蒜断裂风波。

近年来，张小泉一直在对产品进行更细致的分类，也在引导消费者养成新的用刀习惯。进入张小泉官方旗舰店，可以看到不同的刀具：切片刀、斩骨刀、斩切刀、小厨刀、厨师刀……五花八门的产品，在等着消费者选购。

#### • 控股股东质押超99%股份 •

除去“断刀”的争议外，就在近期，张小泉股东频频质押股份。9月25日，张小泉控股股东——张小泉集团质押2000万股股份，主要用于补充流动资金，还款来源不限于自有资金或自筹资金；10月11日，张小泉集团再质押

300万股股份，主要用于补充流动资金；10月19日，张小泉集团所持870万股解除质押，随后全部再质押。

数据显示，截至10月19日，张小泉控股股东及其一致行动人累计质押股份数量为7592.63万股，占其所持股份比例为99.90%。

对高比例质押股份，张小泉解释称，张小泉集团高比例质押主要是基于自身资金需求、为其自身融资和公司融资提供质押担保，资金主要用于日常运营、对外投资等，目前无平仓风险，若后续出现平仓风险，张小泉集团将积极采取包括但不限于提前还款、质押展期、追加其他担保等措施化解平仓风险，并及时通知公司履行相关信息披露义务。

#### • 上半年净利降逾八成 •

今年8月29日，张小泉披露2023年半年度报告，上半年实现营业收入3.74亿元，同比下降14.84%；归属于上市公司股东的净利润634.82万元，同比下降81.46%。

对于业绩大幅下滑，张小泉表示，2023年上半年，国内宏观经济整体呈现弱复苏态势，公司快速调整具体经营部署，强化各项经营管理工作的有序推进，但受到国内生活五金消费品市场需求收缩、消费预期转弱和复杂国际环境的影响，以及去年品牌舆情事件余波扰动，公司今年上半年业绩出现一定幅度下滑。

主营业务方面，半年报显示，公司的刀剪具和厨房五金毛利率较上年同期均呈现下滑态势。

具体来看，上半年公司主营业务收入37003.64万元，占营业收入的99.07%；其中刀剪具类上半年实现收入24067.75万元，同比下降15.02%，毛利率下滑4.10%；厨房五金类实现收入9012.23万元，同比下降13.27%，毛利率下滑4.92%；家居五金类实现收入3888.45万元，同比增长2.18%，毛利率增长1.32%。

提及面临的风险，张小泉指出，如果舆情管理不当，会造成股价波动、公司声誉受损以及经济损失。公司将持续加强日常舆情监测预警和分析，建立健全应急管理机制和公关能力，提升运用法律手段保护公司的应对能力，努力保护好民族品牌“张小泉”。👉

# 太空舱X10

智能温控座便器

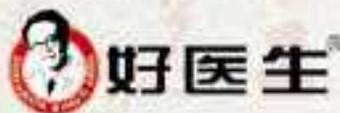
看得见温度 洗起来舒服

招商热线: 400-060-6111

www.ssw.com.cn

# 浪鲸SSWW

智能马桶 | 五金花洒 | 浴室柜 | 浴缸 | 淋浴房



# 做好人 制好药

好医生关爱大众健康

好医生集团经过30多年的发展，已成为集科、工、贸为一体，以药业为核心的“大健康”产业全面发展的大型企业集团。集团业务分布在医药工业、医药商业、医疗服务、医药研发、中药材种养殖基地、农产品精深加工、大健康七大板块，下属37家全资子公司。集团秉承“做好人，制好药”的企业理念，以创新驱动为发展战略，建立了一个国家企业技术中心，两个省级企业技术中心，一个省级工程技术中心，一个省级重点实验室；拥有4家高新技术企业，是农业产业化国家重点龙头企业，四川省创新型企业；建立了三州地区首个省级院士（专家）工作站和国家级博士后科研工作站；与浙江大学、四川大学、澳门科技大学、成都中医药大学、西南民族大学、大理大学、昆明理工大学等国内多所高校科研院所建立了产学研平台。好医生集团连续11年获评工信部“中国医药工业百强企业”，是“中国中药制药百强”“中国中成药企业TOP100”“四川民营企业100强”。



好医生药业集团



好医生集团  
GOODDOCTOR GROUP

联系电话：028-82868888

网址：www.hys.cn

公司地址：中国·成都市青羊区广富路239号青羊工业总部基地N区30栋



## “混血”小镇的油画杰作

文 | 王晴

十月，秋意为黑龙江添了件渐变色的衣裳。

为了让游客在祖国最北边邂逅美丽的风景，这个秋季，黑龙江省文化和旅游厅以“龙江金秋·多彩油画”为主题，推出50条秋季精品旅游线路。其中，“多彩秋色游”线路中，提到了一座百年小镇——横道河子。

在今年的“十一”黄金周期间，数以万计的游客来到横道河子，在这个油画般的季节里，感受这里的“油画”时光。

## • 火车轰鸣中孕育而生 •

横道河子位于黑龙江省牡丹江市，占地面积不大，全镇为790平方公里，人口数量3万出头，因早年有一条南北道路横穿河流，故名“横道河子”。

说到横道河子的历史，它与一条贯穿东北重要城市的铁路密切关联。1897年，中东铁路开始修建，横道河子被划为铁路“附属地”，当年俄国人称其为“乌恰斯”，即大机关的意思。

后来，伴随着蒸汽机车时代的来临，横道河子建起一座总占地面积5000余平方米的大型机车库。这是一座具有鲜明俄式风格的建筑，15座机车库房连成一体，每个库房上的圆顶相连，状似波浪，高低错落。每扇拱门前都有一段铁道线，通往一个巨大的钢铁转盘，转盘转动，道线即可对准各门轨道，库内机车就可以自由出入。1990年，这座使用了近一个世纪的老机车库停止使用。

现如今，时光之轮依然在铁轨上缓缓转动，只是原先的蒸汽机车变成了飞驰而来的哈牡高铁，停用的机车库也被改造成为中东铁路博物馆。博物馆馆长王国栋介绍：“为了再现中东铁路历史，市里对机车库进行了抢救保护。施工时，从屋顶、墙体到门窗、室内，都尽量按照原有材料工艺更换修整。”在这里，游客可以通过展示的蒸汽火车感受中国铁路的发展变迁，是十分难得的近代工业遗产。

## • 时间定格在“童话镇” •

尽管“横道河子”的称呼听起来有些粗糙，但这个小镇可谓“混血范儿”十足。

自中东铁路通车后，小镇上外国人的身影络绎不绝，一座座异域风情的建筑拔地而起，其中，俄式风格的建筑群最为瞩目。石墙瓦盖、黄色为主的俄式民居坐落在街道两旁，与黑色的机车、蓝色的教堂共同组成横道河子的“三色”。

位于横道河子镇老街区的俄罗斯风情小镇景区是俄式建筑的典型代表，现存俄式建筑256栋。其中，104栋为文物保护单位，是中东铁路沿线上历史文化遗存最为

丰富，保存状况最为完好的小镇。小镇上，游客可以与孩子一起制作俄罗斯久负盛名的工艺品——套娃，也可以静坐在街边的木椅上，在悠扬婉转的俄罗斯民歌中，品尝一杯当地人酿的啤酒。

与俄罗斯风情小镇景区同方向的另一条路，通往文艺的油画村。每一年，横道河子独特的风景都会吸引中外艺术家前来创作写生，为了进一步提供艺术创作交流的平台，2013年，当地市委市政府开始建设油画村。十年过去，油画村已建设完成中国油画展厅、俄罗斯油画展厅和画家接待中心，中俄油画大赛也曾在这里举办，每年都有3000多名各大美术院校学生来到这里进行写生创作。刚刚结束旅行的小福表示：“一进村就被五颜六色的房子吸引了，拍照可以原图直出，是理想中童话镇的样子。”

## • 一种平衡与世界唯一 •

时间回溯，可以发现横道河子的开发始终保持“克制”的姿态。对于原生风貌的保留，是横道河子发展建设中最大的特色。

2018年，横道河子镇荣获亚太地区文化遗产保护荣誉奖，这不仅是首个获得世界教科文组织认可的中国近现代城镇文化遗产保护案例，也是全世界范围内唯一一个以铁路遗产为背景获奖的历史城镇。

在颁奖典礼上，横道河子被这样评价：“它通过尊重地方工业景观遗产的重要性，实现了历史保护与现代需求之间的平衡。”如今，不断升级的油画村拉近着自然环境与文化艺术的距离，中东铁路博物馆也让不再轰鸣的火车融入了现代生活，横道河子，愈发有着“明星小镇”的模样。

横道河子镇镇长高原表示：“旅游业是横道河子经济增长的重要抓手，未来，我们将补齐服务短板，推动旅游基础设施全面提质；打造特色品牌，深入挖掘中俄文化，打造怀旧俄式特色民宿和餐饮综合体，融入AR和VR场景体验、DIY互动体验。”

在一片深红浅黄中，定格在横道河子的百年时光，是归乡者看得见的乡愁，也是外来客品得到的柔情。🍷

# 不够文艺都没法逛菜市场了

文 | 王晴



菜市场的蔬菜会“说话”了

近日，话题#沉浸式感受城市烟火气#登上抖音热榜，在最近的旅行中，菜市场不再与年轻人格格不入，而是成为了他们感受城市烟火气的新去处。打开社交平台，“年轻人逛菜场”已经成了搜索区的热门词条，今年，小红书推出“菜市场漫游指南”话题，收获6645万浏览量，豆瓣“菜市场爱好者”小组达到了15.9万人。

而根据美团、大众点评的一组数据显示，近一个月，“菜市场”搜索量环比增幅超120%，相关攻略笔记数增幅超110%，评价数增幅超170%。

大众点评数据显示，近一个月，搜索“菜市场”的用户中，20~35岁的年轻用户占比超过70%，其中超6成为女性用户。此外，天津、北京、上海、合肥、哈尔滨为搜索热度前五城市。

“出圈”的菜市场，隐藏在各个城市的街头巷尾，吸引年轻的面孔前来称上二两“烟火气”。

## • Pass千篇一律的景点 •

“我去了香港的太平山顶、中环，也想去当地的菜市场看看，感受一下当地的风土人情，看看他们日常生活的样子。”还在上学的小虎牙在10月中旬来到香港旅游，走进当地的菜市场，虽然语言不通，但依然觉得很有意思。“我发现那边菜市场的特殊之处，是他们卖菜不用称，都是按份卖的，固定一份是多少价格。”

另外一位去广州旅行的网友，用一段近2分钟的Vlog记录在菜市场的见闻。红伞倒悬，喜盆、喜帖布满画面，这是菜市场内的一条喜帖街。据介绍，喜帖街售卖很多办喜事用的器物，包括喜盆、喜帖、红伞、喜帐等，到了过年的时候，这里还会卖对联之类，整个一片都是红红的，置办年货的人穿梭其中，节日气氛很浓厚，是一个比较特别的地方。该网友表示“现在人们外出旅游的机会越来越多，慢慢会发现很多旅行景点卖的东西都千篇一律，渐渐也会觉得千

城一面。菜市场是一座城市‘当季’的样子，它是鲜活的，是最接近当地人生活的一种人文体现。”

事实上，如果说景点是一座城市的“面子”，菜市场就是一座城市的“里子”。摆满当季新鲜瓜果的摊位，现做现卖的当地特色小吃，在一声声吆喝中与当地人共同漫步在菜市场，成为了年轻人融入一座城市最好的方式之一。

### • 阿姨冲我镜头“比耶” •

烟火气是形容菜市场最多的词，也是年轻人探索的根源。珠珠在她的小红书笔记中写道“北京的菜市场，是可以赏秋的。”她拍下了橙红的柿子、绿油油的西兰花和紫色的葡萄，“秋天的菜市场是丰收的景象，调色盘般的蔬菜水果让人忍不住驻足欣赏好一会儿。”珠珠说道。

除了摊位商品外，人也是构成烟火气的重要组成部分。“我去菜市场最大的感受是，菜市场虽然市井气很重，但卖菜的大哥大姐人真的都很友好，他们会跟我开玩笑，不排斥我的镜头，还会开心地比耶，还有人会非常热心地告诉我哪里好吃，什么样的吃法最正宗。”一位北京的博主介绍说。

伴随着年轻人的不断涌入，不少平台也介入其中，为菜市场的“出圈”再添一把火。

据悉，小红书于10月发起菜市场改造活动，挑选长沙5个知名菜市场：荷花池生鲜市场、沙湖桥农贸市场、下碧湘街农贸市场、锦尚生鲜市场、新市街农贸综合市场进行改造，用年轻化的视觉包装点缀菜市场的摊位立牌和吊旗，同时推出“带小红书逛菜场 学地道新菜”，打卡之余，年轻人还可以根据菜摊上的二维码扫出“电子菜谱”，学习做菜窍门。

而去年618期间，快手在的菜市场里准备了一场“实在文学展”。“实在是悄悄记住你的喜好，你的一句‘老样子’，我就能把你想要的全都备好。”不仅各种“实在体”文学挂满菜市场，还有各类蔬菜的“我来说句实在话”，例如青椒说“椒绿可以，焦虑就算了”，黄瓜说“我年轻的时候也是个刺头”，让人不禁感叹，菜市场还能如此“洋气”。

### • 网红菜市场偷偷上分 •

菜市场是很多年轻人童年记忆的组成部分，如今，它隐

匿于快节奏的生活背后。

最近热衷于逛菜市场的何闪闪回忆说“在以前电商不发达的年代，大超市也很少，当你看到一个有卖文具、零食、各种生活用品的集中市场，作为小朋友是会很惊喜的。而且你也会觉得很神奇，爸爸妈妈怎么认识里面每一个卖菜卖东西的老板，那种浓厚的人情味儿跟现在逛商超是不一样的。所以，我热衷于逛菜市场，是因为里面承载了很多儿时的回忆。”

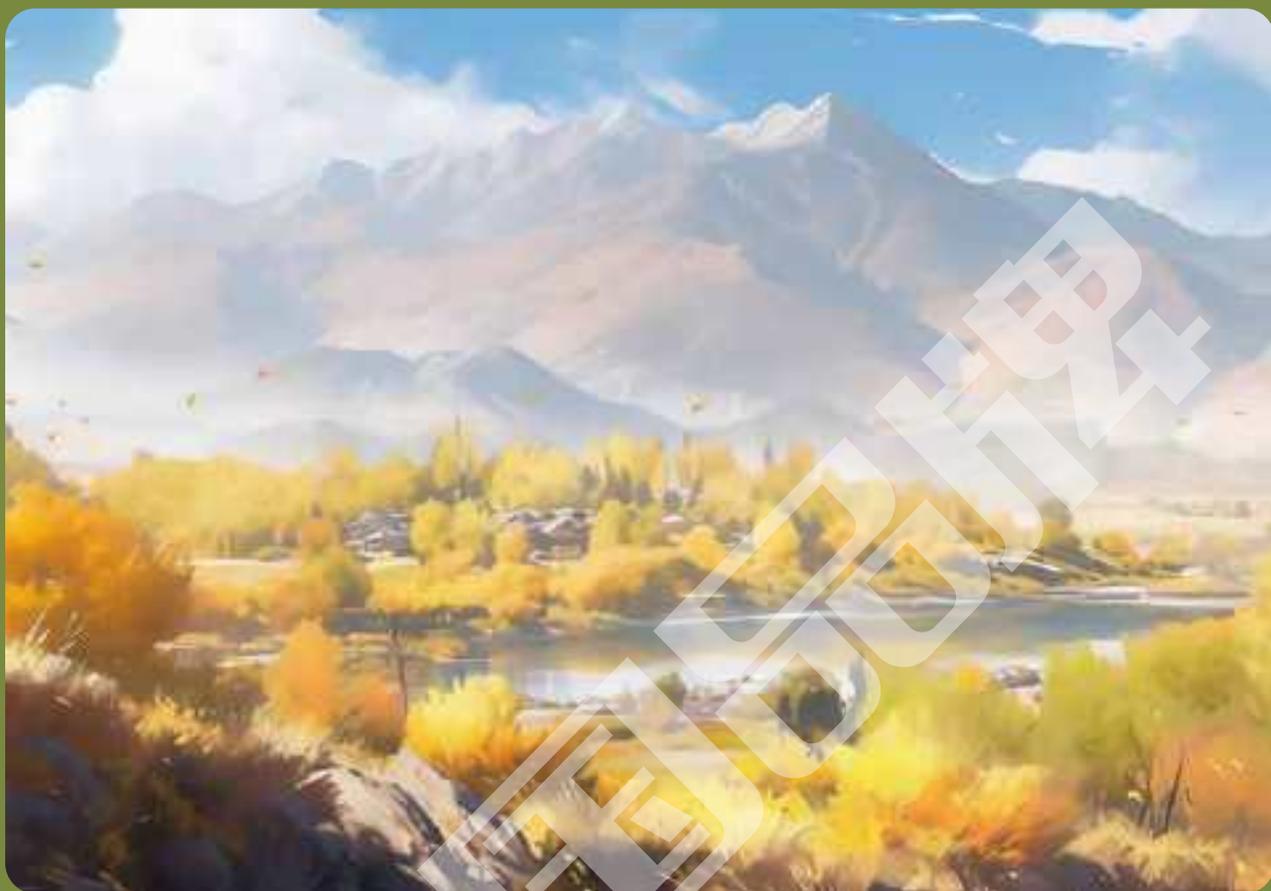
走进菜市场的年轻人，发现长大的不止自己。

有网友表示，“菜市场变得更干净了，摊位规整，灯光、卫生都做得很好。”也有网友说“讲价的声音少了，营业氛围被削弱了。”

当然，为了让年轻人能在这里获得物质精神的“双丰收”，不少菜市场也在积极“进化”，寻求网感。例如嘉兴海盐县的庆丰好邻居农贸市场，将“老城”风格融入农贸市场改造，打造小而精、小而美、小而全的高品质农贸市场；秀洲区新塍农贸市场，从腌味直播间、地方特色美食和古镇一条街等方面切入，建成具有中国味、古镇风的乡村农贸市场……加入图书、咖啡、文创、演出等多种新业态的市场层出不穷。

“想让菜市场吸引更多年轻人，还是先让他们进厨房自己做饭开始吧。”何闪闪打趣道。👉





## 没海的新疆 凭海鲜出圈

文 | 王晓璐

干旱的戈壁，贫瘠的沙漠，这是很多人印象中的新疆。然而，这个离海最远的省份，近日却凭海鲜火出了圈。

自9月起，新疆三文鱼、大螃蟹、南美白对虾接连登上微博热搜，获得广泛关注的同时，网友不禁好奇，没有海的新疆为何能产海鲜？实际上，新疆与海鲜的这段“姻缘”，早在几年前就开始了。

### • 从内陆跨到海洋 •

5亿年前，新疆西部是一片汪洋，而后海域进一步扩大，整个新疆除部分岛状山地，几乎被海水淹没。后来，由于地壳运动，海洋变成荒漠，留下了大片盐碱地。盐碱地不适宜种庄稼，但非常适合“造海”。

为了让盐碱水最大程度接近海水，养殖专家先测量出盐碱地养殖池的咸度和碱度，再以海水矿物质比例为参照，添加微量元素和益生菌，模拟出海水生态环境，这种在陆地营造类似于海洋的生态环境，人工养殖鱼类、虾蟹等海产品，就是“海鲜陆养”模式。

自2014年新疆投资建设三文鱼养殖基地起，无数个农场依托盐碱地养殖技术养鱼养虾，完善新疆特色水产品的产业链。

今年9月，在帕米尔高原东部一望无际的盐碱滩上，新疆首个盐碱地智能生态海产养殖基地——红旗农场水产养殖基地建成。在温棚恒温养殖基地车间里，十几个高1.5米、直径5米的圆形鱼池整齐排列，各种海水鱼在内畅游着。

需要给鱼喂食时，技术人员操作平板电脑点击自动化喂养，智能调料机喷射出颗颗饲料洒落在水中，溅起细小的水花，一条条罗非鱼便聚拢起来饱餐一顿。

目前，当地生态智能恒温养殖基地已建4个车间，每个车间15个鱼池，计划再建设30个温棚车间；室外鱼塘已建成250亩，预计开发3000亩，形成室内外养殖结合，水产加工、销售一体化的全产业链现代化科技海产品养殖。

除罗非鱼外，新疆的盐碱地也能养出南美白对虾。9月5日，在新疆库车市乌恰镇的南美白对虾生态示范产业园，一座座虾棚整齐排列，棚内，多台增氧设备加足马力实时供氧，小虾游弋池中。在技术员的指导下，养殖户正忙着检查新投放的一批虾苗的生长情况。

据了解，伴随着养殖技术的逐渐成熟，今年4月首批投放的虾苗成活率已经达到了70%以上，经济效益越来越高。目前，该园区已有45座养殖大棚，后期还将再扩建25座，届时年产虾量可以达到近40吨。

新疆农业农村厅统计数据显示，2022年，新疆渔业

总产值达42亿元，较2019年增加9.21亿元。至2025年，新疆渔业全产业链将实现200亿元左右的产值。

### • 书写新疆“致富经” •

“新式海鲜”爆火之后，水产品的养殖与销售也正在成为新疆促进乡村振兴、助力农民增收的“金钥匙”。

2014年，位于新疆西北部的尼勒克县被确定为贫困县。当地是冷水资源的富集地之一，同年，新疆一农业公司在这里投资建设了三文鱼养殖基地，并陆续从国外进口鱼卵进行孵化养殖，让三文鱼在新疆“安家”。

经过多年努力，“尼勒克县三文鱼”在2019年被农业农村部农产品质量安全中心收录进全国名特优新农产品名录。2020年，尼勒克县成功摘除了贫困帽子，在此过程中，渔业发展作出了不可忽视的贡献，仅2019年全县农林牧渔业增加值即为17亿元，同比增长2.7%。

2022年，“尼勒克县三文鱼”产量达3400余吨，总收入2.1亿元，产品畅销国内外。今年，三文鱼的养殖规模进一步扩大，全年产量有望较去年提升一倍。

10月12日早上8时，在新疆西北部尼勒克县科蒙乡三文鱼基地，员工正将养殖的三文鱼打捞上岸。据介绍，这一批三文鱼使用的是丹麦鱼卵，经过前期孵化、生态养殖后，目前已经养殖3年左右，每条约重7斤，是肉质最鲜美的时候。

被打捞上岸后，这批三文鱼将经历24小时的“奇妙之旅”。首先，出水的三文鱼被迅速降温处理，并在2小时内进入公司初加工车间，工人们将对三文鱼进行去内



新疆盐碱水中生长的南美白对虾，个头喜人



天山深处的三文鱼养殖基地，放置数个环保养殖网箱

脏、清洗、遴选、分级、打包等一系列标准化作业，整个流程控制在40分钟内。

随后，一箱箱三文鱼快速装箱，进入已在车间外整装待发的冷链车内。其中，一部分三文鱼会在3个多小时后到达新疆伊宁机场，搭上飞往上海的飞机，并于次日凌晨运抵当地水产分销商和餐饮门店。24小时后，这批三文鱼将呈现在上海食客面前。

除三文鱼外，今年9月，在新疆阿勒泰地区，第一批螃蟹被打捞上岸，送往浙江、上海等地，比阳澄湖等内地产区还要早上10天左右。自9月25日开始，当地物流公司与电商公司联合在淘宝网推出阿勒泰“冰川雪蟹”。这里的螃蟹之所以被称作“冰川雪蟹”，是因为它们生活的水域皆是冰川雪融水，水质干净、纯洁，水深可达30米，螃蟹的生长周期缓慢、脱壳次数更多，需要18个月以上才能养成。此次“冰川雪蟹”线上销售成绩亮眼，有主播在淘宝开启“新疆冰川雪蟹”溯源直播专场，首播不到1小时，近3万只大闸蟹全部卖空。另据阿勒泰地区邮政管理局统计，截至10月6日，当地已通过快递向全

国派送上万件超过10万只大闸蟹。

除此之外，为解决新疆的“物流之痛”，全疆建设10大分拨中心，运营的约100个针对生鲜、冷冻和冷藏食品的温控冷链仓库，通过冷链卡车航班，让三文鱼等新疆“海鲜”能够以固定班次的干线运输进入全国的冷链仓网，全程冷链送达消费者手中。

“新疆渔业巨大发展潜力正逐步释放。”新疆农业农村厅渔业监督处处长邓康处表示，目前，水产养殖已成为新疆渔业主产区的富民产业，为乡村振兴、促进农民持续稳定增收贡献了重要力量。2022年新疆渔业总产值达42亿元，比2019年增加9.21亿元。与此同时，新疆渔民人均纯收入19960元，比农村居民人均可支配收入高3410元。

#### • 跃出天山游向世界 •

“迎来大丰收的新疆海鲜，不仅走上了国内餐桌，还扬帆出海，云游世界。

如今，尼勒克县已经形成了集三文鱼研发、孵化、养

殖、加工、休闲农业、冷链物流、“互联网+”等多位一体的融合发展绿色生态产业链，当地所养殖的三文鱼也已成功“跃”出天山，“游”向世界。“目前，我们的三文鱼产品已出口至新加坡、俄罗斯、马来西亚、日本等国家。”当地一家农业公司表示。

除了三文鱼，新疆淡水养殖南美白对虾从投苗到上市70天左右就能见到效益，加上南美白对虾长得快、抗逆性强，消费市场逐渐打开，销往沙雅、新和、拜城、阿拉尔、库尔勒、阿克苏等周边城市，订单供不应求，吸引了许多客商前来参观学习。

此外，由赛里木湖高白鲑鱼卵制成的鱼子酱也是北欧的畅销货，得到了当地消费者的好评。新疆赛湖渔业科技开发有限公司副总经理刘宗霖表示，近年来，赛里木湖鱼子酱平均每年产出达10余吨，并出口到芬兰等国。

9月，新疆一批重量9.5吨、价值43万元的冷冻虹鳟鱼经乌鲁木齐海关所属伊宁海关监管放行，首次出口泰国。据了解，近年来，越来越多的新疆水产品正走入国际市场。据相关企业统计，2021年至2023年8月，新疆出口备案水产品企业累计销售9773吨，货值5.6亿元，其

中，出口1291吨，货值5475万元，主要销往日本、俄罗斯、新加坡等国家。

中国渔业协会原生水生物及水域生态专委会副主任周卓诚看来，“海鲜陆养”有两大优势，一是我国虽然海域面积大，但由于受季风和沿海气候环境的影响，实际可以大规模养殖的区域并没有那么多，而充分利用内陆盐碱地进行海水养殖，可以提高土地利用率，增加海鲜产量；

二是沿海到内陆的交通运输成本较高。在这种情况下，通过模拟海水环境养殖海鲜，为一些偏远地区提供海产品，可以减轻物流成本，提升时效性和新鲜度。

除此之外，内陆海鲜的崛起，也让人们对未来的海鲜市场发展抱有更加乐观的态度。

在日本排污入海的背景下，中国的“海鲜陆养”模式的兴起，无疑给未来的海鲜市场增添了巨大的活力，为消费者提供了更为可靠和安全的海鲜选择。也许，在这种模式的不断发展下，不久的将来，会有越来越多的“内陆海鲜”走进千家万户，“海鲜陆养”的养殖模式将为未来的海鲜市场翻开新的篇章。📍



广告



中国石化  
SINOPEC

爱跑 XPOWER

# 爱跑 XPOWER

中国石化高性能品牌燃油

智慧动力 · 爱跑传递

*Born in wisdom · Run for X-power*



# 绿色高科 专注润滑

工业润滑油

车用润滑油



400-6628-518



## “一颗瓜”的戏里戏外

文 | 王晴

“这瓜保熟吗？”如果你是重度互联网冲浪选手，一定不会对这个“梗”陌生。然而，在火爆全网的“买瓜潮”中，有人却因此吃到了官司。

因《西瓜摊主大战买瓜人》游戏软件中使用了演员孙红雷参演的影视剧《征服》经典桥段中的台词声音，孙红雷将游戏开发商和供应商成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司起诉至法院。

10月13日，成都互联网法庭对这起全国首例影视剧台词声音权纠纷案进行宣判。法院认为二被告未经孙红雷本人及影视作品著作权人授权同意，在开发、制作、运营的游戏中使用其声音，构成声音权益侵权。法院一审判决二被告向孙红雷赔礼道歉并赔偿原告经济损失3万元。

### • 一段台词索赔50万 •

台词“这瓜保熟吗？”出自孙红雷2003年播出的电视剧《征服》，在这部剧中孙红雷饰演一伙黑恶势力的老大——刘华强。凭借紧凑的剧情和出色的演技，剧集在央视播出后，孙红雷名声大噪，并且在多年之后，该角色“强哥”仍然被人津津乐道。

值得注意的是，近几年，这句“这瓜保熟吗？”又在互联网平台热度回春，相关鬼畜、翻拍、改编充斥各种平台。在哔哩哔哩，与该句台词相关的创作视频播放量高达700万，弹幕最高互动量1.5万；在抖音，播放、点赞数据双双可以达到100万。

然而，当这句台词出现在游戏中，却引发了侵权争议。涉案游戏《西瓜摊主大战买瓜人》由成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司开发。在该游戏中，玩家化身西瓜摊摊主，用各种技能来对抗前来捣乱的买瓜人，守护西瓜摊。而在游戏开头的画面中，所呈现的场景与台词和电视剧《征服》中的买瓜场景完全一致。

对此，原告孙红雷认为，成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司未经其授权，以营利为目的开发、设计该款游戏，客观上构成对其声音权益的侵犯。另外，该款游戏中自己的人格元素被塑造成了在社会上打架、寻衅滋事的坏人形象，其人格尊严未被尊重，客观上构成对其一般人格权的侵犯。

基于上述理由，孙红雷要求成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司公开道歉并赔偿经济损失45万元及精神损害抚慰金5万元。

### • “刘华强不是孙红雷” •

据企查查显示，成都睡神飞科技有限公司成立于2017年5月，注册资本为100万元人民币。在其官网上，睡神飞工作室以“创意为先，万物皆可游戏。”介绍自己。

据悉，该公司开发的游戏主要以魔性搞怪的风格为主，如让玩家控制长颈鹿以“甩脖子”的方式打斗对抗，或者借用“40米的大刀”这一热梗让玩家的“刀”在游戏中“越砍越长”。

面对孙红雷关于游戏中“声音侵权”的指控，成都睡神

飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司认为，游戏中使用的是电视剧中的音频，而不是孙红雷的音色作为语音包，电视剧的表演活动和声音无法分离，孙红雷所主张的行为不能适用于《民法典》关于声音保护的规定。

另外，孙红雷所主张的涉案音频的权利本质还是基于其20年前的表演行为，而非其当下的人格声音权益。声音与肖像不同，肖像的识别性更强、更直接，而声音则不具有直接的识别性。

涉案音频片段中涉及原告孙红雷主张的声音不足10秒，时间极短，不具有识别声音来源的时间长度。孙红雷未能提供任何证据证明涉案声音片段源自其本人，所以自身不应该承担任何责任。

成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司还指出《西瓜摊主大战买瓜人》早已于2022年8月24日在各平台下架，该游戏发布时间较短，未给孙红雷造成任何损失、影响。因此，孙红雷诉赔金额及赔礼道歉等诉请无法律及事实依据。

### • 成都互联网法庭一审宣判 •

10月13日，成都互联网法庭对其审理的全国首例影视剧台词声音权纠纷案进行宣判。

成都互联网法庭经审理认为，自然人的声音和肖像作为标表自然人的人格标志，具有人格权属性。成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司未经孙红雷本人同意，也未取得孙红雷许可使用的影视作品著作权人授权同意，在开发、制作、运营的游戏中使用其声音，构成声音权益侵权。

关于原告孙红雷提到的人格权被侵犯，法院认为，游戏中人物形象设计来源于影视作品角色设定，在游戏制作中未明显偏离原剧设定。游戏角色指向的是影视剧人物，一般公众的理性认知并未将反派形象的游戏角色识别为孙红雷本人的社会认识和评价。基于识别指向关系的中断，不构成一般人格权侵权。

最终，法院一审判决成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司向原告孙红雷赔礼道歉并赔偿原告经济损失3万元。✎

# “魔性神曲”被魔性抢注

文 | 王晴



电商平台销售的“恐龙抗狼”玩偶，其中恐龙与狼可以拆分售卖

“恐龙抗狼”是什么物种？“我没k”为何走红？今年6月底，一位短视频博主在抖音翻唱《眉飞色舞》时，即兴创作了一段夹杂云贵川方言的“我没k，布鲁biu，恐龙扛狼扛狼扛”，伴随着动感的音乐，这段洗脑的唱腔刷屏网络。

近日，通过企查查搜索发现，演唱中的“恐龙抗狼”变成了公司名称与商标，而此前刀郎的《罗刹海市》、蜜雪冰城的主题曲也都遭到了此类情况。这些魔性神曲为何成为商标注册的“香饽饽”？抢注背后又会面临怎样的法律风险呢？

## • “恐龙抗狼”商标被抢注 •

初听“恐龙抗狼”时，大多数人只是认为这是一首“土味歌曲”，没想到后续的模仿与翻唱让其迎来了一波又一波的流量，不仅有北大博士美声版的倾情演绎，还有外国小哥手拿电吉他，“咆哮式”唱响“我没k”的旋律。在抖

音，“恐龙抗狼”这一配乐有近百万人使用；在微博，话题#恐龙抗狼#累计阅读量198万；在哔哩哔哩，相关创作视频播放量过百万，弹幕互动过千。

今年7至8月，在“恐龙抗狼”爆火网络后，共有32条“恐龙抗狼”的商标注册申请，商标分类涉及方便食品、啤酒饮料、服装鞋帽及日用器具等多个领域。

义乌的一家文具公司还将商标图案非常具体地展示为一只张着嘴巴的恐龙肩上扛着一匹狼。而在公司名称方面，共有27家企业在今年7月后集中注册“恐龙抗狼”相关企业名称，其中有奶茶店、服装厂、剧本娱乐工作室等。资料显示，一家成立于今年10月的北京商贸有限公司是最新的“恐龙抗狼”公司名称使用者。

除了“恐龙抗狼”外，刀郎新作《罗刹海市》以全球网络播放量超过80亿次的强势姿态火爆各个社交软件。这首播放量打破吉尼斯世界纪录的歌曲，不仅涉及我国经

典文学作品《聊斋志异》，还被指影射其他歌星，因此颇具话题热度。

今年7月刀郎新歌发布后，共有20家企业以“罗刹海市”命名公司，主要分布在山东、广东、北京等地，包括影视传媒公司、科技公司、烟馆等。而罗刹海市的商标已于2017年被北京一家传媒公司注册成功，使用权限到2027年。

而对于《蜜雪冰城主题曲》这一洗脑神曲而言，商标注册主要集中在“你爱我 我爱你 蜜雪冰城甜蜜蜜”和“I LOVE YOU YOU LOVE ME”两句歌词。那么，商家对于这些魔性神曲的热衷。除了热度之外，还有何原因呢？

#### • 魔性神曲有多赚钱？ •

事实上，这些“神曲”拥有巨大的商业价值。

以“恐龙扛狼”为例，歌曲爆火后，相关形象的玩偶、手机壳、挂件、T恤等迅速上线。据统计，“恐龙扛狼玩偶”和“恐龙扛狼T恤”在7月先后登上淘宝热搜，“恐龙扛狼”玩偶、T恤7月搜索增幅超过900%。

原创“恐龙扛狼”玩偶的店铺是一家热衷于做“网络热梗”的玩偶店铺，先前推出过“鲨骑马”等热门玩偶，其中“恐龙扛狼”玩偶售价19.9元，在淘宝月销超过800件，抖音销量达1865件。

另外，不少商家把“恐龙扛狼”的歌曲视频应用在商品详情页，还有商家在主图上写着“布鲁biu布鲁biu”，在商品评论中，不少买家表示“就是冲谐音梗来的”。蜜雪冰城也是通过主题曲中深入人心的“雪王”形象，不断上线各类盲盒、水杯、毛绒公仔等，其中不倒翁玩具已售超5万单，雪王吨吨桶上线月销超6万单。

而从另一方面考虑，商标与魔性神曲同在互联网中传播，把魔性神曲的曲名或歌词作为商标名称，可以有效地节约宣传成本。但是，在这样的跟风“商标注册潮”中，注册成功率并不高。

#### • 攥住商标注册主动权 •

商标要素一般分为5类，分别是文字、图形、三维标志、颜色组合，另一种则是声音。

有律师指出，在上述案例中，“恐龙抗狼”“我没K”作为流行词汇，一般是作为品牌的首选标识，因为公众熟知而且容易被记忆和传播，符合品牌的基本要求。

这些词本来也没有确定的权利归属，不存在侵犯他人权利之说，仅从商标标识本身考虑，申请在先的商标的应该获准注册。

而歌曲名称注册商标时，要考虑其是否具有显著特征，便于识别，不得与他在先取得的合法权利相冲突。

“罗刹海市”作为一个商标，缺乏显著性和辨识度，并不利于商品的后期推广和品牌塑造。

除此之外，“魔性神曲”的原创者如果想要保护自身的劳动成果，需要警惕商标恶意抢注行为，可以主动申请商标注册，提前布局来维护自身的合法权益。

以蜜雪冰城为例，自2019年起，“你爱我 我爱你 蜜雪冰城甜蜜蜜”和“I LOVE YOU YOU LOVE ME”就已经分别被蜜雪冰城股份有限公司申请了商标注册，国际分类包含食品、餐饮住宿、啤酒饮料等。虽然过程中有被驳回，但目前带有雪王图形的“你爱我 我爱你 蜜雪冰城甜蜜蜜”和“I LOVE YOU YOU LOVE ME”商标均已注册成功。

专业人士认为，有效实施商标战略对提高企业核心竞争力具有重要意义，企业应深知知识产权保护的重要性，只有把主动权牢牢攥在自己的手中，被侵权时才能以此作为有力的法律武器，让侵权者受到惩罚。



带有雪王图形的“你爱我 我爱你 蜜雪冰城甜蜜蜜”商标已注册成功

# 遏制“网络传说”要釜底抽薪



陈兵

南开大学竞争法研究中心主任、法学院教授

文 | 南开大学竞争法研究中心主任、法学院教授 陈兵

不久前，国家市场监督管理总局公布了9起网络不正当竞争典型案例，其中有6起案件均违反了反不正当竞争法中有关虚假宣传的规定，涉及刷单炒信、虚假交易、口碑营销等行为，这些案件也再次引发了人们对于整治网络虚假宣传乱象的讨论。

近年来，网络时空逐渐成为人民生活消费的基本场景，网络市场及各类网络交易为不断满足老百姓的多元化需求提供了必要保障。

然而部分商家为追求自身利益最大化，千方百计采用不正当手段欺骗和误导消费者，不仅严重损害消费者和其他经营者的合法权益，而且扰乱市场价格，破坏公平竞争的市场秩序，更影响数字经济健康发展。

## • 严厉打击网络虚假宣传行为 •

为规范网络市场，严厉打击网络虚假宣传等不正当竞争行为，我国反不正当竞争法、广告法、电子商务法等都对相关经营者全面、真实、准确披露商品或者服务信息作出规定，消费者权益保护法则规定了消费者因商家虚假宣传销售的商品或服务遭受财产、人身等权益侵害时的救济方法。

与此同时，有关部门也开展了一系列行动，如国家市场监督管理总局自2023年6月起至12月部署开展经营主体严重违法失信行为专项治理行动，内容就包括虚假宣传、虚假违法广告等。从此次公开的典型案例不难发现，当前网络虚假宣传行为可以分为两类：

一类是对产品本身的参数或功效进行虚假宣传，这类行为与传统线下场景发生的虚假宣传并无区别，只是转换到网络交易场景下；

另一类是对产品虚构评价、伪造数据，夸大产品的优势和价值。

譬如，经营者通过刷单炒信、虚假交易等组织不实交易，提高自己的商品销量、信誉度、排名等，或者降低竞争对手的商品销量、信誉度、排名等方式，以达到欺骗误导消费者的目

的，其技术性、隐蔽性更强，尤为值得关注。

由于互联网不受地域、时间、空间限制，再加上“流量”的助力，使得网络虚假宣传行为的传播广度与深度明显增强，受害者数量也大幅增长。

同时，行为人能够较为容易地调整甚至隐藏相关交易数据、点赞数量等，使得受害者在向平台申请电子证据保全、复制等方面存在困难，这也给执法机关的查处工作带来难度。

此外，网络虚假宣传行为涉及主体多、场景多，实践中还存在对交易量、信誉度、排名等如何认定构成“虚假”的识别标准不明确等问题，因此，治理绝非一日之功，更不会一步到位，而是需要多措并举，精准施

策，从而达到釜底抽薪之效。

#### • 如何治理网络虚假宣传行为 •

首先，要从规则层面细化相关行为为认定标准。譬如，对于虚构交易、刷信炒单等行为，要进一步明确什么是虚假的交易量，什么是刷信誉度等，这有助于准确及时识别违法行为，也有助于规范和强化平台企业的监管责任。

值得注意的是，在反不正当竞争法修订草案征求意见稿中增加了对平台经营者的要求，这说明有关部门已经注意到了平台在治理虚假宣传方面的重要作用。从平台责任角度讲，还应加强对入驻商家资质的登记、审核，建立信用管理体系和奖励与惩罚机制，从而强化经营者的合规守信意识。

其次，深化跨部门、跨区域、跨行业的协同合作机制，避免对网络虚假宣传行为存在监管空白，进一步提升监管的专业性和专门性，同时，在深化跨部门协同的过程中，还需做好行政执法与司法裁判之间的衔接，做好网络交易监管与司法裁判之间的信息联通与结果互认，打造全过程、多层次、立体化的网络交易治理模式。

最后，加强社会舆论监督和道德教育，引导网络经营者依法参与市场竞争，认真履行法定义务，积极承担社会责任。

加强消费者权益保护和教育引导，使消费者能够获取真实可靠的信息，推动消费者理性消费。在此基础上，逐步构建多元主体共同参与的共建共治共享的网络交易环境。✎



# 做强做优互联网经济



魏琪嘉

国家信息中心经济预测部产业室主任、研究员

文 | 国家信息中心经济预测部产业室主任、研究员 魏琪嘉

互联网经济具有体量大、发展空间广、带动就业多的显著特点，在畅通国民经济循环、提升资源配置效率、加速产业变革方面成效突出，已经成为构筑国家竞争新优势、促进经济高质量发展的重要支撑。当前，我国互联网企业呈现“量利齐升”的良好发展态势。

今年1月份至8月份，我国规模以上互联网和相关服务企业完成互联网业务收入9067亿元，同比增长2.6%；实现利润总额913.8亿元，同比增长28%。这充分彰显了互联网经济发展在我国超大规模市场优势下的潜力和活力。

近年来，互联网经济在我国经济社会发展全局中的作用日益凸显。互联网经济是互联网技术和经济实践深度融合的产物，是一种新的经济形态。

作为新兴产业的代表，互联网经济在时代发展大潮中应运而生，有效拓展了居民就业渠道，促进了创新创业，扩大了国内消费需求，增强了公共服务便利度。

从增加就业看，互联网经济快速发展催生了一大批新的就业形态，创造了包括电子商务、家政服务、外卖、快递、网约车、网络直播等在内的新就业岗位。从促进创新看，我国互联网企业积极研发新产品、新技术，在加大创新投入、激发创业活力方面起到了较好的引领作用，形成了开放创新的良好氛围。

从扩大需求看，互联网企业积极利用互联网技术改造提升传统产业和发展先进制造业，有效增加了优质产品和服务供给，同时利用消费平台企业充分挖掘市场潜力，促进供需更好衔接。

从公共服务看，互联网企业借助互联网技术推动“互联网+政务服务”快速发展，有效提升了公共服务的便捷化、普惠化、个性化服务水平，增强了人民群众获得感和满意度。

## • 互联网经济发展离不开好的政策支持 •

党中央、国务院高度重视互联网经济发展。前不久，中共中央、国务院出台的《关于促进民营经济发展壮大的意见》提

到，要支持平台企业在创造就业、拓展消费、国际竞争中  
大显身手，推动平台经济规范健康持续发展。

下一步，要坚持目标导向和问题导向，加大政策支持  
力度，进一步发挥互联网企业在扩大消费需求、引领创  
新发展、拓宽就业渠道、促进转型升级方面的作用。

#### • 进一步发挥好互联网企业在扩大消费中的基础作用 •

互联网企业不仅能够促进消费的“量”，还能有力提  
升消费的“质”。要及时掌握企业经营面临的困难和诉  
求，落实落细相关支持措施，优化发展消费互联网平台  
不断激发内需潜力。尽力提升我国互联网企业的国际竞  
争力，充分发挥其在对接国内外供需中的作用，为中国制  
造和中国服务走出国门提供更多渠道。

#### • 持续增强互联网企业在科技创新中的引领功能 •

互联网企业不仅能够促进消费的“量”，还能有力提  
升消费的“质”。要及时掌握企业经营面临的困难和诉  
求，落实落细相关支持措施，优化发展消费互联网平台  
不断激发内需潜力。尽力提升我国互联网企业的国际竞

争力，充分发挥其在对接国内外供需中的作用，为中国制  
造和中国服务走出国门提供更多渠道。

#### • 努力提升互联网企业在创造就业中的拓展作用 •

互联网技术的快速发展，为扩大就业创造了新的巨  
大空间。要强化政策服务供给，支持互联网企业积极履  
行社会责任，最大化创造新的就业岗位和和工作时间灵活  
的兼职岗位。要鼓励企业充分运用互联网技术，丰富招  
聘模式，借助直播招聘、线上招聘等方式，增强就业市场  
供需双方的对接效率。

#### • 着力促进互联网企业在转型升级中的赋能作用 •

互联网技术带来的应用创新，对于传统产业转型升  
级具有重要的催化作用。要利用新一代信息技术积极赋  
能实体经济发展，推动企业研发设计、企业管理、生产制  
造、市场销售等各环节的数字化智能化。同时，持续改善  
传统行业的供给质量，提高企业生产效率、市场响应速  
度，拓展企业发展空间，使传统产业朝着数字化智能化  
方向转型，进而改善整个国民经济循环的速度和效率。✎



# 厨房“器遇记”

觉得进入厨房就是一部“灾难片”？那是你没有发现这些又萌又实用的厨房小物。

把刀叉装进米老鼠的口袋，用匹诺曹的鼻子作漏斗，还有骑士蛋托、猴子挂件果盘……让它们为你的“人间烟火”添点乐趣吧。







# 纵横间的灯影竹韵







**中国品牌服务机构联盟**  
CHINA BRAND SERVICE AGENCY ALLIANCE

公司名称	业务范畴	联络人
《中国品牌》杂志社	媒体出版、IP孵化、品牌研究、品牌标准	张超/社长
中品计划(北京)品牌管理有限公司	管理咨询、品牌传播、IP授权、品牌活动	孙崇辉/董事长
中国传媒大学商务品牌战略研究所	以“品牌管理和品牌传播”为核心的研究基地、整合资源的广告行业交流平台	郑苏晖/常务副所长
中贸国际文化传媒有限公司	媒体出版、经贸合作、商业运营一体化	范培康/执行董事
北京迪思公关顾问有限公司	品牌战略咨询、公关传播、广告营销	黄小川/董事长
正邦创意(北京)品牌科技股份有限公司	品牌标志设计及品牌咨询、网站、电商、视频等服务	陈丹/董事长
北京中外名人文化科技有限公司	CCTV新闻频道《东方时空》、《国际时讯》、《新闻周刊》,《世界周刊》、《午间焦点》广告独家代理	任蕾/总裁
中广天择传媒股份有限公司	主营除新闻外的电视、互联网等视频内容的制作、发行和营销	唐剑聪/首席内容官
上海胜加广告有限公司	品牌及活动全案创意服务、电商销售代理服务、文创产品设计与制作	孙卫东/董事长
盈科美辰国际旅行社有限公司	CCTV-2、《魅力中国城》竞演节目、广告运营	何宁宁/总裁
金桥智慧科技(北京)有限公司	独家代理央视一套、二套、四套、九套、十三套、少儿频道的核心广告资源。整合“电视+智能电视+互联网+移动媒体+线下媒体”,提供互联网全案服务。	沈波/副总裁
祥龙云影(北京)传媒有限公司	独家代理CCTV-6、影视制作等系列整合传播服务	刘焱龙/董事长
国杰老教授科学技术咨询开发研究院	高级专业人才智库、新型实用技术推广	孙桂琴/副院长
北京中经文广国际广告有限公司	整合资源、新闻传播、媒体服务	李远/董事长
广告之家信息技术(北京)有限公司	文化传媒、广告营销、互联网技术及业界财经等信息传播服务平台	崔长书/总编辑
北京高端品牌设计传播机构	品牌策划、视觉设计、活动策划执行、展览展示	郭东瑞/总经理

**BEST 百得**  
全球专业厨卫



更新生活  
我选百得



林更新  
百得品牌代言人

林更新

**B** 126个国家的选择

中山百得厨卫有限公司 地址：广东省中山市横栏镇富庆一路百得工业园

全国统一服务热线：400-777-8686





# REAL唯真智享<sup>+</sup> 智能无边界

REAL 唯真 系列智能坐便器



Wall-Hung Smart Toilet  
挂墙式智能坐便器



Light Smart Toilet  
轻智能坐便器



Floor-standing Smart Toilet  
智能坐便器



新乐卫浴(佛山)有限公司  
www.ying-sw.com

