

借势巴黎奥运会 中国制造迎来新机遇

2024年巴黎奥运会即将开幕。北京时间7月27日,乒乓球项目将迎来首个比赛日。目前,中国制造的乒乓球台和配套设施已顺利运抵赛场,正在搭建调试。球台体现“科技与浪漫”的交融,得到了巴黎奥组委的高度赞扬,色彩配置获得了国际乒联的特别审批通过。

这些球台看似普通,实际另有玄机。球台采用自带芯片的可变灯光系统,能呈现彩色灯光,在运动员出场和赛后,营造出独特氛围。球台的台面工艺也进行了技术优化,让其摩擦、弹跳效果更佳,这是因为表面有高分子特殊处理,摸上去像冰一样,很滑,采用了最新的技术……

除此之外,巴黎奥运会赛事中柔道、摔跤项目的运动垫也均由中国企业提供。纳米防污抗菌涂层技术在柔道、摔跤

等运动垫面层的应用,使其具有防污、易清洁、抗菌、环保等多种作用。

巴黎奥运会的临近让“奥运经济”持续升温。海关部门透露,在巴黎奥运会的助推下,中国体育用品和赛事周边产品出口呈现大幅增长的趋势。

数据显示,今年1月至4月,广州关区企业累计出口体育用品及设备15.9亿元。在制造业大省浙江,体育用品及设备出口超100亿元,增长24.8%,占全国同类商品出口总值的四分之一。

这些数据提醒我们,精彩纷呈的奥运赛场上,还有一条火热的赛道。运动健儿们奋勇拼搏,中国产品则在接受全球消费者的检阅。

回顾近年来的国际体育赛事,不难发现,不论是运动员,还是赛事组织者和观众,他们对中国产品的接受度已经越来越

越高。如今,中国运动品牌已从最初的默默无闻,实现了弯道超车、打破国际巨头垄断的跨越,一步步走进了奥运会等国际顶级赛事的中心。

另外,除了与运动员相关的产品,“观赛”同样蕴藏着巨大的商机。作为国内LED显示屏行业的出海先锋,艾比森因其LED地板屏产品多次亮相国际知名赛事而“出圈”就是一个很好例证。

中国制造“出海”取得这样的成绩,离不开众多企业的克难奋进,更离不开中国完备工业体系和高效供应链的加持。

海关总署7月12日发布的外贸数据显示,今年上半年,我国货物贸易进出口总值达到21.17万亿元,同比增长6.1%。这是我国外贸进出口规模历史同期首次超过21万亿元。其中,出口额为12.13万

亿元,增长6.9%;进口额为9.04万亿元,增长5.2%;贸易顺差为3.09万亿元。可以看出,外贸出口超预期的表现为上半年经济增长发挥了重要支撑作用。

借助国际体育赛事出海,向赛事经济发力,已经成为中国企业推广全球化业务、提升国际竞争力的重要方式。未来这种良好势头肯定要延续下去。

众所周知,在全球市场打拼,产品质量与创新水平如何,是决定性的,文化体育产品也不例外。近年来,相关领域出海比较出色的企业正是由于加大研发力度,推出了具有高性价比的新产品,最终获得了成功。当然,中国企业出海,也要注意产品消费场景与国内的差异,要善于融入中国特有元素,也要让产品贴近国际标准和全球消费者需求。

(据《南方都市报》)

快 评

给“蹦迪巴士”踩“刹车” 关乎安全而非扼杀创新

近日,安徽合肥多名网友发布乘坐当地新推出的“蹦迪巴士”的体验视频,“移动的派对,招手即停,这也太City了!”视频画面显示,该巴士上贴有“招手即停,上车即蹦”等字样,并清晰可见车内有青年男女正随着音乐蹦跳摇晃。此事引发众多网友关注,赞者视之为城市活力,弹者批评这不合时宜。

点 评:

公共交通具有明确的服务宗旨和运营规范。蹦迪具有强烈娱乐性质且易引发乘客司机过度兴奋、行为失控,这类活动进入公共交通空间,便对原有安全秩序构成了潜在威胁。这种威胁并非仅仅源于个体的行为失范,更在于整个环境氛围的改变可能导致公共交通安全管理体系的失衡。公交企业在追求经济效益和创新效果的同时,社会责任和公共利益理当置于首位,不能仅仅为了吸引眼球,忽视安全和秩序。也只有在安全的基石上,跨圈融合才能真正为市场和社会带来积极、有益且可持续的发展。(据《羊城晚报》)

地铁上班族不该成直播背景板

近日,在深圳地铁岗厦北站,多位网络主播选择在地铁站内外直播,镜头聚焦在上班族的早高峰画面上,且未对路人进行任何打码处理。这一行为不仅让被拍摄者感到不适,更在社交媒体上成为热议的焦点。

点 评:

地铁作为公共交通工具,虽然其内部空间属于公共场所,但乘客的肖像权、隐私权等个人权益仍然应该得到尊重和保护。自媒体博主的直播行为不是为了维护公共利益,而是博取关注和人氣的营利行为。因此,主播们未经允许,擅自将路人的形象、行为等作为直播内容,显然是对他人权益的侵犯。更令人担忧的是,路人的面部信息一旦被获取,不法分子还可能借助AI技术实施犯罪行为。

总之,乘地铁上班的赶路人不应该成为主播们直播引流道具。公共场所也应对网络直播进行规范管理。(据《钱江晚报》)

带货遭打假将退款1.5亿元 只让“美妆一哥”兜底还远远不够

7月12日晚,曾拥有2000万粉丝的头部美妆博主骆王宇宣布了退款方案,他表示:“所有在骆王宇账号,无论是直播还是橱窗,购买了CSS油橄榄精华的用户,由我骆王宇出钱全额退给你。”此前骆王宇被测评博主打假所推广的油橄榄精华产品“不含油橄榄”,而他此次所称的退款,高达1.5亿元。他表示,如果退到他个人无法承担时,将由其合作机构来继续承担。此外,他决定“退网”一段时间。

今年2月,骆王宇遭其他博主打假,陷入产品成分风波;3月,骆王宇表示给品牌“CSS”发了律师函,还向市监部门举报CSS涉嫌虚假广告宣传;到现在,骆王宇表态个人将全部兜底,此事终于有了一个明朗的走向。

点 评:

直播带货是一条完整的利益链,网红与品牌的合作,应建立在共同为消费者提供诚信服务的基础上,而不是趁乱趁热收“割韭菜”。唯有真正将粉丝视为服务对象而非“提款机”,才能实现行业的长远发展。(据《成都商报》)

学习困难门诊切莫“困”在误解里

“我家孩子什么都好,就是学习不好,一说起上学就浑身不舒服”“做作业拖拉拖拉,做事心不在焉,有时一分钟只能写五个字,写出来的笔画也都是乱的”……近年来,医院的学习困难门诊备受关注,甚至有家长把带孩子到学习困难门诊就诊视为提升成绩的“捷径”。

点 评:

学习困难门诊的作用值得肯定,但社会上对这类门诊的不全面、不正确认知也应予以纠偏。若想防范这类门诊“困”在误解里,就得为学习困难门诊制定更加细致的诊疗规范,并广为宣传与学习困难相关的疾病知识,从而避免有人错把学习困难门诊当成提分或赚钱的工具,确保学习困难门诊依法依规科学运行,成为医教融合、以医促教的好载体。(据《北京青年报》)

“00后疯感工牌” 适当展露个性无伤大雅

近日,“00后的工牌有种淡淡的疯感”冲上热搜。在这些创意工牌中,既有“陈住气”“张工资”等与百家姓搭配的谐音梗,也有运用猪猪侠、吗喽等各类搞笑表情包来反映工作心境的。

点 评:

年轻人以巧思“爆改”工牌,本身就是揭开职场面具一角、展露更多真实自我的努力。这种适当的个性化展露,既是一种情绪纾解和自我宽慰,也是以主动友好的姿态获得对方理解配合。

对于这些在“疯感”工牌中被吐槽的“常客”,企业还需有所作为,有针对性地梳理工作流程,减少不必要的重复劳动,营造鼓励员工说真话、指出真问题的职场氛围。(据《新京报》)

“野能游”为野游 加把安全锁

当前正值暑假,溺水隐患也随之增加。日前,浙江省河长办发出通知,学习借鉴衢州“野能游”的经验做法,进一步加强防溺水工作。

大家都知道“野游”是什么意思,但对“野能游”这个词,却是陌生中带着好奇。说直白一点,“野能游”就是人们可以在安全亲水的公开水域游泳场玩耍,体味“戏水碧波上,人在画中游”的快感和美感,并过足游泳瘾。

作为“野能游”的先行者,衢州在每个县(市、区)圈划一处公开水域,平整河床,处理杂草,安装分水浮排和水上运动设备,设置防护网、警示标志,设立岸上服务中心,配备教练员,增设救生员等,并积极推广公共安全救助保险,尽一切所能保障游泳安全。

衢州“野能游”经验之所以值得学习借鉴,是因为相比一刀切的禁止“野游”,“野能游”的探索实践更符合实际,更能兼顾满足群众的合理需求。从现实情况看,大家夏季日益增长的亲水戏水需求,与可以放心亲水场所供给之间存在矛盾,而那么多天然的江河湖泊又在眼前,光靠堵,恐怕堵不住。在野外建设安全的水场所,堵疏结合才是防溺水的最佳解决方案。

公开水域化身“露天游泳馆”,“野游”变身“野能游”,衢州“野能游”的实践为如何疏导野外安全游泳问题提供了一个新思路、新路径,也可以成为防溺水的一个典型范例。野外建设的这些亲水场所既尽可能保障了安全问题,也一定程度上满足了群众的亲水需求。有了这样的场所,安全性无法得到保证的野景区、野河流自然去的人就少了。

(据《钱江晚报》)

农村“智慧管理” 莫成“折腾管理”

最近,某地在农村大力推行智慧管理系统App,本意是为了方便群众,但执行中却变了味,变成一场程序推广和考核排名大战,把智慧管理扭曲为群众眼中的“折腾管理”。群众很少通过App反映问题,但在通报排名的压力下,干部不得不想方设法凑足问题反映的数量。

智慧管理在城市基层治理中发挥了重要作用,取得了不错的效果,为什么在农村会“水土不服”呢?这里面有城乡差别的原因,“田间地头”毕竟不同于“街头巷尾”,在不少农村,常年在家的居民以留守老人居多,不少老人连智能手机都没有,根本装不了App,就算装了也不会用。向他们推广智慧管理,不仅达不到效果,还会给他们添乱。

老百姓需要的服务,推广起来才会受到欢迎和支持。把老百姓不需要、不会用的App贴上“智慧”的标签,硬摊派下去,过程中自然会受阻。遗憾的是,有些部门执意大力推广,对推行不力的乡村还要进行通报。基层干部只好硬着头皮到亲戚朋友那里去“拉人头”。拉来拉去,推进率是上去了,实际上起不了什么作用,还引起群众反感。

此前,中央网络安全和信息化委员会印发《关于防治“指尖上的形式主义”的若干意见》。为政之道,以顺民心为本,不能顺应民心,完全脱离实际的举措,再“智慧”也脱不了形式主义的嫌疑,徒增基层负担。只有从人民群众的创新创造中获取治理智慧,从人民群众的急难愁盼中找到工作着力点,才能把为民服务落实到位,把群众路线落到实处。

(据《新华日报》)

大数据“杀熟” 岂能禁而不止

不久前,浙江宁波一名网友和朋友用各自账号,在同一App订票平台订购去韩国首尔的机票,发现同一航班经济舱的票价相差竟达1300多元。

7月1日起实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》明确规定,经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一产品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。法律法规明确禁止大数据“杀熟”,相关监管部门对这类价格歧视行为应发现一起严查一起,禁而不止会让规定形同虚设、寒了消费者的心。

(据《新华日报》)

无人驾驶的大潮到来 “游泳圈”也要准备好

近日,湖北一男子在萝卜快跑无人驾驶出租车上对外边的人群大喊称“10公里只要3.9元,不要再买车了!”此事引发网友担忧,有网友称这是利用低价抢占市场。武汉的出租车司机罗师傅表示,萝卜快跑这种行为属于超低价扰乱市场。对此武汉市交通管理局回应称,萝卜快跑还在测试阶段,现在还没有被定性为营运车辆,具体可以询问武汉市经信局。武汉市经信局表示,会有统一的口径答复,目前无法答复,定价是企业市场行为,建议向企业方咨询。

这个新闻非常典型,基本能代表各方的态度:消费者支持,出租车从业者惧怕,相关部门则对市场竞争表达了开放态度。舆论场围绕无人驾驶的拉锯,大体也是这样的形态。

长远来看,无人驾驶会带来巨大的效率提升。按照无人驾驶的技术愿景,这可以极大降低出行成本,提升道路状况,增加道路的安全性。所以无人驾驶也几乎是大势所趋,企业开始试运营,北京、上海、广州、深圳以及最近备受关注的武汉,都已经出台正式的文件甚至开始发放牌照。

从经济学的角度来说,摩擦性失业会随着资源再分配缓慢解决。但今天的社会情境已经大为不同,一位失业的司机,他的故事很有可能迅速成为网络话题,得到高强度的聚焦,这必然会加剧社会意见的对立,导致情绪极化。所以,正如经济学家凯恩斯的名言“长期

会证明,我们都会逝去”,“时间”会弭平一切,但短期冲击在眼下必须重视。

因此,无人驾驶在落地过程中,也应当注重政策引导。这可以是节奏推进、留足缓冲,也可以是安全员等岗位优先聘用原先的出租车司机,甚至可以是无人驾驶开放个人准入、允许个人投资部分车辆进入市场。这些都不妨进行充分的讨论,以平缓地应对短期冲击。

无人驾驶确实炫目,带来的技术改进方案让人无法拒绝。但技术和社会的关系却远比发明一项事物要复杂,科技和人文仍需相互配合。在这个议题上,公共政策制定者应尽快进行工具准备,当技术大潮到来,也尽可能配备足够多的“游泳圈”。

(据光明网)

“美洲杯决赛无票球迷冲场骚乱”警示了什么

据媒体报道,当地时间7月14日,2024年美洲杯决赛在美国迈阿密举行,哥伦比亚与阿根廷争夺冠军。然而在比赛开始前,一些没买到门票的球迷试图越过围栏强行进入场馆,并与警察发生冲突,多名球迷被捕。由于现场非常混乱,主办方决定暂时关闭场馆入口,并多次推迟比赛时间,原定于当地时间14日20时举行的决赛一直被推迟到21时20分开赛。

对全世界的足球比赛来说,防止球迷冲场都是一个严肃课题。但以这次美洲杯决赛发生的意外的严重性而言,可谓罕见。

任何地方的足球比赛都对球迷冲场行为保持高度戒备,并且配备了安保力量,一旦发生冲场,有关方面的应对举措也非常果断。但应该看到,此次球迷集体冲场事件,冲破了“冲场”的底线,已成为不折不扣的球迷骚乱事件。正如决赛场地硬石球场官方公告所言:数以千计的无票球迷试图强行进入场馆,将其他球迷、保安和执法人员置于极度危险之中。

美洲杯决赛主办方严格要求所有

无票球迷必须离开硬石体育场,且最终控制了局势。但公众难免担忧:以这样的安保状况,何以应对下一次可能发生的球迷骚乱?

据报道,这已不是本届美洲杯第一次出现混乱场景。7月10日的一场半决赛中,哥伦比亚1:0战胜乌拉圭进入决赛。赛后,哥伦比亚球迷与看台上的一些乌拉圭球员的家人发生争执,场内的乌拉圭球员看到后立即冲上看台加入纷争,球员努涅斯在争执中被打中面部,他随即出手反击。

此外,在2024年欧洲杯半决赛英格兰和荷兰的比赛前,两队球迷在多特蒙德一家酒吧爆发冲突,5人受伤。

防止球迷闹事乃至足球流氓滋事,素来令人费神。如何减少和避免此类事件,值得世界足坛深思并做出改变。无论是美洲杯、欧洲杯主办方还是世界足球大赛主办方,都须保持高度警惕。2026年美加墨世界杯离我们越来越近,世界杯足球赛场面该如何保证是秩序井然、安定祥和的?

值得一提的是,美洲杯决赛球迷冲场,也有对票价过高不满的因素。据报

道,美洲杯决赛最高档门票的售价已达到11903.95美元,最便宜的门票价格也达2249.48美元。尽管这并不是“官方指导价”,但对众多球迷来说,无法以正常票价买到球票,他们牢骚满腹也就可以想见了。

以极端方式寻找情绪出口不可取,实际上也涉嫌触犯法律,但高票价作为一大诱因,也理应受到正视。当下,不仅美洲杯,世界杯也不时有高票价话题被讨论。举办大赛当然有经济利益的考量,官方渠道之外的黄牛炒票现象也确实由来已久,在复杂情境中协调好赛事和观赛者的关系更是充满了考验,但如何最大化保护球迷利益,呵护更多人观赛的心愿,已经成为不可回避的现实命题。

比赛秩序的维持是一门学问,票价的制定更是一门科学——这是超出体育层面的公共议题。对所有的世界大赛来说,在最大程度展现赛事影响力的同时,尽力关切草根球迷的情感需求,让他们有地方安放自己的热爱和情怀,已变得越来越重要。

(据《成都商报》)

遗失声明

宁夏恒鑫劳务有限公司纳税人识别号:91640522MA75WG6M0H,不慎遗失公章,特此声明。