

崖州湾科技城重点项目建设迎“开门红”

本报三亚1月8日电 (记者黄媛艳)1月6日,历时半年建设,大豆园艺作物种质创新中心大楼正式封顶,三亚崖州湾科技城(以下简称科技城)重点项目建设迎来“开门红”。

南京农业大学大豆园艺作物种质创新中心总投资6.29亿元,总建筑面积5万平方米,2023年7月开工,计划2025年交付使用。南京农业大学党委常委、副校长王源超表示,该校将充分利用海南区位优势、资源及政策

优势,汇聚、整合学校的精锐科技力量,项目建立以大豆和园艺作物种质资源研究为核心,围绕种质资源的引进、品质、抗病性和耐逆性等育种目标性状的鉴定,形成育种理论方法改进、现代化规模育种技术和种质创新的大豆、园艺作物生物学和遗传育种学科体系,力争形成一支立足海南、服务全国的科技战略力量,为保障国家大豆、园艺作物供应提供种源和技术支撑。

聚焦基础设施补短板和推进产业平台项目建设,科技城今年将积极发挥政府投资引导带动和财政资金杠杆作用,探索用好政府和社会资本合作新机制,抢抓高标准创新载体和高质量产业项目布局建设,加强园区内部资源整合和项目要素保障,推动深海科技创新公共平台整体交付,确保海南人工智能计算中心、国际玉米技术创新与成果转化中心等项目建成投用,力争推动

三亚全球水产种质隔离中转中心、海洋光纤传感与能源技术研究平台、国家级猪种质资源与模型保存与繁育基地等一批种业、深海、生命科学领域核心科研平台和产业项目落地开工。

百名俄罗斯青少年在海南研学

1月6日至7日,由俄罗斯人民友谊大学等学校近百名青少年组成的冬令营分赴白沙黎族自治县、屯昌县等市县开展研学活动,近距离感受当地茶文化与油画产业等的魅力。

期间,俄罗斯青少年参观了白沙茶博园、原生态茶园小镇、五里路茶韵共享农庄,实地了解体验制茶工艺,还前往白沙展示馆等地了解白沙黎族纺织染织、民族音乐、舞蹈等传统文化及民俗。

此次活动由海南经贸职业技术学院联合俄罗斯人民友谊大学、俄罗斯高等经济学院附中等院校开展。

文/本报记者 曾毓慧



①俄罗斯青少年在白沙了解茶树种植管护技术。符妙瑾 摄

②俄罗斯青少年在屯昌体验油画创作乐趣。刘发明 摄

观点

打好年轻牌 旅游“潮”起来

魏燕

海南观察

手握连着风筝的横杆,在碧波间自在滑行;买张门票,去小剧场看一场演出;带上设备到五指山露营,看日落日出……元旦假期已过,但“跨年游”带来的热度不减。探索新玩法、开辟新路线、体验新项目,年轻人正在成为拉动旅游消费和推动旅游转型的主力军。

观察旅游趋势,数据是最直接的证据。马蜂窝发布《2023年旅游大数据报告》显示,2023年,00后和90后出游人群占比高达68%;2024年元旦假期,00后、90后和80后出游人群分别占比33%、33%和23%。可见,年

轻人正在成为旅游市场的主力军和旅游消费圈崛起的新势力。这一趋势在海南也非常明显。旅游大数据显示,近年来,来海南旅游的年轻游客占比越来越高。如三亚旅游大数据平台显示,在2021年和2022年三亚凤凰国际机场进港客群中,18岁至35岁的青年客群占比最高。而作为年轻人旅游“新宠”的万宁,2023年“五一”假期35岁以下的人群占比超过80%,且主要在20岁至35岁之间。

除了最直观的数据,年轻人对旅游消费的影响还体现在引领旅游潮流上。可以看到,2023年以来的系列旅游热点动态,从“特种兵式”旅游到反向旅游方式的兴起,从城市夜游到城市漫游,火出圈的溜

博烧烤,人气火爆的海南“村VA”,“攻陷”了哈尔滨的南方小土豆……每一个爆火的热点事件,背后都活跃着年轻人的身影,而这些与青年群体相关的旅游热词,常常一经抛出立刻就会引发大众对旅游新动向的积极观察和热烈讨论。可以说,抓住了年轻人的心,就等于抓住了旅游消费市场的发展方向。

如何抓住年轻人的心?从目前一些出圈的城市经验来看,一方面,要为年轻人提供更多新“玩法”。年轻人追求个性,注重体验感,也注重对旅游目的地深度了解,他们可以为一场演唱会、一场赛事奔赴一座城,也可为邂逅博物馆里的“有趣

文物”或一尝“舌尖上的美味”来一次说走就走的旅行。想抓住年轻人的心,就要在打造个性化、多样化的旅游产品和完善旅游服务上多下功夫。如哈尔滨通过“玩雪”出圈,三亚、万宁花式“玩海”留人,海口通过举办各种演艺活动打造演艺之城,花式跨年活动吸睛又吸金……可见,只有深挖本地自然人文资源特色,不断开辟新业态,探索新玩法,让旅游“潮”起来,才能推动旅游产品结构不断优化,满足年轻人的爱好与需求。

另一方面,还要掌握年轻人的“玩法”。对于当下许多年轻人来说,旅游已成为他们生活的一部分。他们不仅对解锁各种新玩法乐此不疲,

也乐于分享,喜欢在各种社交媒体上晒晒、晒体验;还喜欢采用在线购票查看攻略、云参观体验等方式提升旅游体验。因此,想要抓住年轻人的心,还要善于用年轻人所喜爱的“互联网+”信息化方式引领智慧旅游,满足年轻人多层次的需求,带给他们全新的旅游体验。

旅游不是目的,在旅途中获得快乐才有意义。当年轻人成为旅游消费的主力,当多样化的旅游方式开启了新时代旅游大门,人们对旅游服务的要求随之越来越高。面对新的旅游业态、新的市场,尤其要注意加强旅游服务监管,用良好的口碑赢得“回头客”,让旅游业成为可持续发展的重要引擎。

别让直播带货成为“山寨产品”的温床

龙敏飞

来论

近日,山东省德州市公安局德城分局打掉一个低价售卖假冒名牌服装的网络直播售假团伙,抓获犯罪嫌疑人3人,捣毁销售、存储假冒注册商标商品窝点2个,收缴假冒品牌服装3000余件,涉案价值达500余万元。(1月4日《法治日报》)

直播行业是一个新兴行业,近年来呈现出欣欣向荣的趋势。《2023年(上)中国直播电商市场数据报告》显示:上半年直播电商交易规模约为19916亿元;直播电商用户规模约为5.2亿人;直播电商企业约为2.3万家……不断增长的从业者、不断扩容的电商企业、不断攀升的交易额度,再加上许多主播一夜暴富的故事不断袭来,吸引着越来越多的人投身其中。

直播行业的发展越来越好,却也存在一些问题。此次山东

查处的售卖假冒名牌服装的网络直播售假团伙,就是直播行业乱象的现实写照。此前,类似案例也有不少,比如2020年,一位坐拥百万粉丝的主播因销售假冒奢侈品箱包、服饰,在直播间试衣服时被警方带走;2022年11月,一起涉案金额约17亿元的玩具侵权案在上海被侦破,参与者也主要通过直播带货……很多山寨产品为了更好地找到销路,在宣传上大做文章,以“原单”“尾货”“尾单”欺骗消费者,以“量少”“秒杀价”“手慢无”来刺激消费者,最终让消费者上当受骗,主播和商家们则赚得盆满钵满。

知假售假,肯定是违法行为。早在2021年4月底,国家网信办、公安部、商务部等七部门就联合出台了《网络直播营销管理办法(试行)》,明晰了直播行业的责任清单,为依法有效治理提供了有力武器。故而,无论是主播,还是生产的商家,抑或是直播的平台,他们的侵权

行为如何认定、应该得到何种惩罚等,都在一次次的讨论中慢慢达成共识。

如今,直播带货已经成为一种流行的经营模式,也能带给消费者一定的方便与利好,那就应该“好事办好”,对其存在的问题应当对症下药、及时纠偏。对消费者来说,要保持必要的辨别能力,不要相信天上掉馅饼的鬼话;对主播们来说,要有自己的判断与认知,有基本的法律素养,不能被不法商家牵着鼻子走;对各大平台来说,也应尽可能地扩大监管范围、加强监督力度,不能任由“山寨产品”以次充好;对监管部门来说,则应保持零容忍的态度,对相关的主播、商家和平台,都应按照各自的责任划分进行惩罚,以形成必要的震慑力。

只有依法肃清乱象,避免直播带货成为“山寨产品”的温床,才能让这一行业健康有序地发展下去,行稳致远。



代画参赛要不得

据北京青年报报道,近日,有网友反映称,网上出现一些为中小學生提供代画服务的商家,这些商家找成年人代画美术作品后,出售给家长用来以学名义参加各类美术比赛。调查发现,确实有一些商家宣称从事所谓代画参赛作品的服务。有商家称,一些美术比赛只需要提交作品,并不需要现场绘画。

商家逐利,家长为名,代画参赛看似各得其所,实则危害极大。代画服务,不仅扰乱竞赛秩序、破坏社会风气,还会扭曲中小学生的认知——作品可以找人代,名誉可以用钱买。望子成龙,固然可以理解,但找人代画不是“爱”而是“害”。就此,还需办赛者把关定向,创新方式,不给违规作弊者留空间。(图/王铎 文/张成林)

返现「好评」返不出真口碑

“好评可以返现金”“晒好评得红包”……在网购或日常消费中,市民对于这样的“好评返现”卡并不会陌生。部分商家以“好评返现”等方式诱导消费者给好评,殊不知,这样的行为涉嫌不正当竞争。近日,海口一经营者因在外卖包装袋内放置“好评返现”卡被罚5000元。(1月7日《南国都市报》)

“好评返现”被罚,对商家而言,是一堂警示课,这说明口碑积累没有捷径,买来的好评靠不住,如此违背诚信经营的行为终将受到惩罚;对消费者而言,也是一种提醒,刷出来的好评不靠谱,最终受害的可能是自己的权益。

电商平台设置网购点评的初衷,本是通过点赞、打分、留言等形式,收集网络用户对消费后的反馈,以此反映商家人气、品质和口碑等信息,从而更方便消费者选购。好评越多,意味着商家在网络平台上的信誉分越高,并会得到平台更多的推荐,相应地也会带来更多流量和消费。而“好评返现”往往会带来3至5元试图购买“好评”,看似给消费者带来了“小实惠”,实则混淆视听,让商家口碑不实,让消费者陷入真假难辨的“伪好评”中。与此同时,“好评返现”还违背了诚信经营的原则,对信用评价体系造成破坏,涉嫌不正当竞争。

事实上,返现买来的“好评”,或许能一时迷惑人心,但最终只是搬起石头砸自己的脚。日前,“评分低的店可能更好吃”“年轻人报复性挤爆3.5分饭店”等话题登上热搜,引发不少网友共鸣。有网友表示曾去过一些低分餐厅,味道却出乎意料地好,而跟着好评或推荐“跟风”尝一尝的网红餐厅,却意想不到地踩雷了。据报道,一些经营多年、自建口碑的“中低分老店”,反而成为了网友的“新宠”。消费者“舍高就低”,说明返现而来的“好评”,返不来好口碑,短时间里亮眼的数据,终究抵不过货真价实的口碑。

网购经济是信任经济,严惩“返现好评”等“刷单炒信”行为,才能更好地维护交易双方的“信任”,保障网络市场的健康有序。其实,反不正当竞争法、消费者权益保护法、电子商务法、广告法等相关法律法规,早已对虚假宣传作出了规定。其中,电子商务法明确,电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。三令五申之下,“返现好评”卡还是屡禁不止,这就要求有关部门进一步加大监管力量,加大惩处力度,让“刷单炒信”行为无处遁形,同时平台还应承担起更多的监测责任,进一步完善商家在网络平台上的评价和展示机制,让“宝藏店铺”脱颖而出,构建起良性的网络营销秩序。

自觉抵制“返现好评”,给不给好评,始终是消费者说了算,网购好评“返现好评”,让好商家评分靠前,才不会陷入“乱花迷人眼”的境地。本版言论只代表作者个人观点 投稿邮箱:hnrpb@163.com