

# 首届品博会传递自主品牌发展三大信号

新华社上海5月10日电(记者何欣荣、龚雯、杨溢仁)品牌是一个企业、一个城市乃至一个国家竞争力的综合体现。漫步首届中国品牌博览会现场,琳琅满目的品牌秀、新奇酷炫的产品矩阵,传递出中国自主品牌发展的三大信号。

## 掌握核心技术 铸就大国重器

蓝白色的基调、栩栩如生的装备模型。走进中国中铁的展位,科技感、速度感迎面而来。

中国高铁是享誉世界的国家名片。作为中国基建主力军,中国中铁除了展示自己强大的施工能力,还重点推出了自主研发的各种装备重器。比如,拥有国内最大直径的“彩云号”硬岩掘进机,已成功应用于亚洲第一铁路长隧——大瑞铁路高黎贡山隧道项目,填补了国内9米以上大直径硬岩掘进机的空白。

发展核电,是清洁能源战略的重要选项。在中核集团展位,我国自主研发的三代核电技术——华龙一号核电机组模型引来众人关注。包括巴基斯坦项目在内,中核集团目前海内外在建的华龙一号机组已达到4台。

除了核电,自主品牌还把核心技术用在医疗装置上。中核集团研发的230兆电子质子治疗专用加速器,目前已完成全

部关键技术研发,进入整机研制阶段,预计两年内可具备应用条件。质子治疗运用“定向定点爆破”技术,未来有望成为肿瘤放射治疗的主流手段。

## 品牌形象不断提升 消费者认同度越来越高

以技术突破、质量超越为支撑,自主品牌在消费者眼中的形象不断提升。

参加品博会的格力电器,近期又推出四项国际领先的技术。其研发的光伏空调和超低温制暖空调,在国际上独树一帜。

“中国制造以前更多的是替代性产品,现在不断涌现优质产品。”格力电器市场部部长陈自立说。

产品有品牌,服务也讲究品牌。在上海市重点打造的“上海文化”品牌展区,出现了沪江、阅文等互联网文化品牌的身影。

作为全国最大的网络文学企业,阅文集团从网文IP的深耕细作出发,创造了超10亿元票房的改编电影、突破10亿点击的改编动画。阅文集团联席CEO吴文辉说,中国的网络文学在海外也收获了不小“粉丝”,很多人自发将其翻译成本国语言,阅文旗下起点国际的访问用户已达900万人。

打造中高端品牌,能不能在标准制定上有话语权很关键。

在北京市展区,“北京标准 走向世界”这一标语格外醒目。

北京市提出,在品牌国际化的今天,要发挥标准这一世界“通用语言”的作用,实现从行业跟跑者向引领者的跨越式发展。统计显示,由中关村企业主导创制的标准累计达6173项,其中国际标准约230项,居全国前列。

## 品牌发展环境仍待优化

从博览会现场看,共有68个单位、600余家知名品牌企业参展,热闹场面之外,我国的品牌发展环境仍待优化。

在国际上得到认可的中国品牌数量仍然偏少。世界500强企业,中国上榜企业已超过110家,仅次于美国位居第二。但在世界品牌实验室发布的世界品牌500强中,中国人选的品牌只有37个,与经济第二大国的地位并不匹配。

对知名品牌被假冒、山寨的打击力度需要加大。康师傅变成了“康师傅”,六神变成了“大神”,这样的情况在国内一些地区屡见不鲜。

“2018年,我们将以遏制商标恶意抢注和打击侵权假冒为核心,推动行政执法部门跨地域、跨部门协作,进一步规范市场秩序。”国家知识产权局商标局副局长陈文彤说。

# 家庭过期药品回收如何破除尴尬

无人回收、无处回收、难以回收

今年3月起,在北京等17个城市,用户通过手机扫描过期药盒上的追溯码,就能一键召唤快递员免费上门取药,完成回收后,还可领取鼓励优惠券

新华社成都5月10日电(记者董小红、赵丹丹)家中大扫除,药箱一并整理,发现不少药品已经过期了,挑出来直接扔进垃圾箱。这样的场景对很多人来说并不陌生。

家庭过期药品已被明确列入《国家危险废物名录》,然而,记者近日调查发现,长期以来,家庭过期药品并没有被专门回收和处理,大部分都作为普通生活垃圾直接扔掉,家庭过期药品面临无人回收、无处回收、难以回收的尴尬局面。

## 一扔了之?危险!过期药品对环境造成直接污染

《中国家庭过期药品回收白皮书》披露,我国约有78.6%的家庭备有家庭小药箱,其中,30%至40%的药品超过有效期3年以上,80%以上的家庭没有定期清理药箱的习惯,全国一年产生家庭过期药品约1.5万吨。

四川大学华西医院临床药师于磊说,大多数药品过期后容易分解、蒸发,散发有毒气体,造成室内环境污染,严重时还会对人体呼吸道产生危害。过期药品被作为生活垃圾处理,会对空气、土壤和水源环境造成直接污染。

然而记者走访成都、长春等地发现,与废旧电池回收不同,目前大部分小区都很难见到过期药品回收点,更没有专人负责登记保管。一些不法商贩还收购过期药品,进行“翻新加工”,然后再售卖到其他地区或偏远的农村。

“过了有效期的药品,3折或5折回收……”在一些城市大医院附近的小街上,“收药”的小摊子或小广告随处可见。一位回收过期药的药贩子说:“过期药一般卖到农村或者小诊所,像有些散装的药片,又没写过期时间,一般回收就几毛钱一片,重新包装后一片能卖几块钱,很好卖!”

“附近社区不少人都拿过来卖,跟卖旧报纸一样,没什么不同,还能赚点小钱。”这位药贩子坦然地说。

2017年,北京市门头沟区就查处了一起倒卖“回收药”案件。嫌疑人李某在不到半年时间里,非法收购、转售药品,涉案金额高达20万元。

## 定点回收?太难!过期药回收长效机制缺失

过期药品处置涉及回收、保管、储存、无公害销毁等多个环节,记者调查发现,目前我国还没有建立完整的过期药品回收长效机制。

一缺乏责任主体。我国《药品管理法》第四十九条将“超过有效期的药品”定性为“劣药”,并禁止生产和销售劣药,而对过期药品的处理行为却没有说明,对实施处理过期药品的责任主体也没有规定。目前虽然各地出台了一些过期药品处理办法的地方性规定,但是仅停留在“办法”和“意见”层面。当前家庭过期药品回收还仅靠个别企业或政府部门的公益性活动实施。

二群众回收意识不足。记者走访发现,很多人对过期药的危害认识不足,缺乏主动回收的意识。四川南充市川北医学院去年对该市两所高校857名大学生进行了调查,结果显示,89.5%的大学生未参与过过期药品回收,其中58.6%不知道回收地点,28%不知道药品可以回收。

三尚未形成长效机制。记者从吉林省内某大型连锁药店了解到,该药店只在食药监部门通知搞活动期间接收过期药品回收,一年也就2-3次,其余时间并不接收百姓零散的过期药品。

“现在参与回收的企业非常少,而且由于过期药品的特殊性,需要应用医疗用品的专业销毁方式进行销毁。但很多地方销毁费用过于昂贵,不菲的销毁费用成为制约企业继续进行该项公益事业瓶颈。”广州医药集团有限公司市场部策划部部长陈志钊说,2004年,该企业开始开展家庭过期药品回收公益活动,每年平均投入均达数千万元。

## 过期药品回收需全社会共同参与

今年3月中旬,广州医药集团有限公司联合国内多家医药企业发起成立“全国家庭过期药品回收联盟”,并启动了网络线上回收试点,在北京、上海、广州、成都等国内17个城市上线。用户在手机上“动手手指”,扫描过期药盒上的追溯码,填写好地址、联系方式等资料,就能一键召唤快递员免费上门取药,完成回收全流程后,还可领取鼓励优惠券。

据介绍,不同城市里的快递员将把收集来的过期药密封打包,贴上标签,注明回收点、经手人、回收单位及回收日期等信息后,统一运输至联盟指定、具备回收资质的工厂中,由专业人员进行处理后,投入最高温度可达1200余摄氏度的热解气化焚烧炉中进行无害化销毁。

“从企业的角度来说,希望有更多的社会力量能够做后半段无害化处理的事情,而不用企业去承担这方面的费用。对于从事过期药品回收的企业,希望国家在税收减免等方面予以支持。”陈志钊说,对于过期药废弃之后的无害化处理,需要有一个明晰的责任,可引领行业协会探索设立废弃药品无害化处置专项补贴,对回收处置工作好的企业进行奖励。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,利用“互联网+”,让过期药品回收变得更加简单高效不失为一个有益探索。但仍亟待加快建立统一长效的规范化回收机制,改变目前家庭过期药品回收仅依靠个别企业或政府部门的公益性活动开展现状。

北京林业大学生态法研究中心主任杨朝霞认为,政府应鼓励社会组织积极参与,引入第三方力量,共同解决过期药品回收难题。

# 更聪明更新潮,“衣食住行”里的中国品牌“密码”

新华社上海5月10日电(记者周蕊、丁汀)当今人们的“衣食住行”内容日益丰富,其中离不开中国品牌的新技术和新尝试。10日在沪开幕的首届中国自主品牌博览会上,600多家“老字号”和中国品牌“新名片”同台竞技,向消费者展示了消费升级大潮背后中国品牌的“密码”。

## 衣:量体、试装、缝纫,新技术让“买买买”更懂你

走入“试衣间”,站在镜子前,蔓楼兰品牌使用的3D扫描技术就能精准获得消费者的体型数据并进行立体裁剪,让研究贴合的旗袍制作不再需要“反复跑”;阿里巴巴的“衣脉”虚拟试衣镜,消费者在镜子前拍照后,可以根据自己的爱好尝试不同的服装上身效果……穿衣正在变得更智能。

新技术让“买买买”更懂你,也让做衣服的缝纫机“更聪明”。在“三转一响”年代人们向往的“蝴蝶牌”缝纫机,现在“跑”上了互联网。

在博览会现场,上工申贝展示了一款“互联网+”缝纫机。这款无线智能家用缝纫一体机,通过WIFI连接云数据库,居民可以通过配套的手机应用,实时了解刺绣进度和状态,还能将想要的图案通过云端直接推送给缝纫机“学习”。

## 食:“老字号”华丽转身做“网红”

老字号,也在借助互联网华丽转身。记者在展会现场看到,新疆天润乳业研发的“网红酸奶”,瞄准了年轻人市场。和一般的酸奶从大型超市铺货不同的是,“网红酸奶”选择从水果店、蛋糕店和“新零售”业态的门店“试水”,用青柠、百香果、曲奇等独特口味吸引消费者在购时发微博和朋友圈,形成了“口碑效应”后再大规模进驻商超。

今后,自动售货机也可进入“人脸识别”时代。记者看到,苏宁智能柜通过“扫脸”或是二维码扫描,就可以直接开门取货。用户关门后,能自动识别订单并支付,之后发送账单到手机。

## 住:给城市一道“绿色”天际线

高,更高。城市的天际线,不断被摩天大楼刷新。在中国建筑的展位上,摩天造楼机和雄安新区市民服务中心的模式吸引了不少观众的注意。正在建设中的“中国第一高楼”武汉绿地中心,快速“长高”



▲5月10日,工作人员(右一)指导参观者使用一款互联网智能试衣镜。新华社记者方喆摄

的背后离不开中国建筑自主研发的“大国重器”摩天造楼机。

“身高”39.3米、“体重”2000吨的摩天造楼机,能在8级大风中平稳作业,造楼速度达到4天一层。目前,全球300米以上的高楼,有将近70%是中国建筑建造。

备受关注的雄安新区,在建设过程中如何更绿色更智慧?中国建筑承建的雄安新区市民服务中心,装配式构件通过芯片或者二维码加载生产时间、生产地点、检测人员、安装工人等信息,实现了全工序全过程大数据管理。

在工厂把房子盖好,大到内部装饰、小到里面一根电线全部做好,然后再整体运到现场“搭积木”拼装,这样的绿色装配式建造方式,建筑垃圾比传统减少80%以上,施工工期相比传统模式缩短60%。

## 行:高铁名片走向全球,汽车“跑在互联网上”

“千里江陵一日还”,令古人感慨的场景,如今伴随着高铁的日新月异,已被人们视为平常。

在中国中铁董事长李长进看来,从中国速度向中国质量转变、中国制造向中国创造转变、中国产品向中国品牌转变的过程中,最关键的是自主创新。“正在建设中的京张高铁为例,大量采用云计算、大数据、物联网、人工智能等先进的自主研发技术,建成后将成为全球领先的智能化高速铁路。”

高铁“变聪明”,汽车也在变得更智能。

增强现实仪表盘、无线智能充电、“最后一公里”自主泊车……上汽最新推出的量产智能汽车“荣威MARVEL X”集成了一身“黑科技”,能够“跑在互联网上”。互联网造车企业威马汽车推出的电动SUV,会识别驾驶者的身份并自动调整个性化车辆设置,还能与智能家居联动。

优秀的中国品牌,也是国家形象的名片。国家发展和改革委员会产业协调司司长年勇说,未来,要从供给和需求两端形成合力,提升中国品牌的高度。“新供给创造新需求,要引导企业练内功,弘扬耐心专注、精益求精的工匠精神,注重品质,打造品牌;以新需求引领新供给,在需求侧加力,改善消费环境,培育品牌意识,让新消费引领供给方的调整。”

# 同一谣言为何一再辟谣仍反复发作

## 整治“病毒网谣”亟待跳出“屡辟屡犯”怪圈

新华社长沙5月10日电(记者袁汝婷、阮周围)张家界一些景区近日再次陷入困扰:耸人听闻的“缆车起火、17位游客变烧鸭”谣言又在网上出现。

一边是权威部门找到了谣言根源、依法惩处了造谣者并利用各大平台不停辟谣,另一边,却是谣言依旧在各大社群、点对点对话中活跃。一条网络谣言,经过反复辟谣,为何仍有旺盛的生命力?谣言的生存和病毒式传播的缝隙还有多少?反复打击仍难肃清,消灭网络谣言究竟难在哪里?记者进行了调查。

## 谣言“自带魔性”:缆车起火谣言反复发作

这两天,一条小视频再次在社交软件中传播开来。24秒的视频中,是一个缆车轿厢燃起熊熊火焰,冒出浓烈黑烟,画面下方一段鲜红的文字写着:“张家界吊缆,17位游客变烧鸭。关在笼里,没有逃生机会。”

“怎么又冒出来了啊?!去年开始就有人在网上乱发这个小视频,平均每两个月就能不同规模地发作一次。”张家界市委外宣办、市政府新闻办主任王建军深感无奈。

经查证,这个视频是2015年3月发生在巴勒斯坦的一起因游客在缆车内燃放鞭炮导致的缆车事故,被“张冠李戴”到张家界。在各大网站、微博、微信搜索“张家界 缆车 起火”关键词即可发现,该谣言已被张家界市政府、公安部门等辟谣多次。

无独有偶,2017年2月,一段“张家界索桥断裂”的视频在各社交平台被大量转发,视频显示,有人疑似从高处坠落造成重伤,场面十分血腥。经公安部门核实,此视频发生在越南,因吊桥断裂致多人坠落丧生。

张家界市公安局查明此信息首发传播者系四川成都金牛区一名退休工人聂某,专案组民警赴成都将其抓获。聂某被张家界市慈利县公安局依法行政拘留10



“灭谣” 新华社发 徐骏 作

天。随后,公安部门通过各大媒体对“张家界索道轿厢起火”和“张家界索桥断裂”两条信息辟谣。

但辟谣效果很有限。“最早传播时我们就辟谣了,但谣言不时沉渣泛起。我们痛恨,又没有其他办法。这些谣言的后遗症,不是辟谣就可以弥合的。”王建军说。

## 病毒式裂变:国外惨祸被拿来炮制国内谣言

记者调查发现,轿厢起火、索桥断裂等谣言小视频病毒式裂变的能力惊人,而且,造谣者出于吸睛、猎奇或其他扭曲甚至阴暗心理,把国外惨祸包装后搞“本土化”或“本地化”传播。记者在网络上搜索发现,成都青城山、福州云顶景区、广西凤山县等景区也“躺枪”。

截至记者发稿时止,在百度搜索“巴马凤山”,第一条结果仍是“今早巴马凤山出山抬棺材过木桥,桥断棺材连人一起掉

下河里”,点开视频,赫然又是前文所述的越南那次事故。

梳理不难发现,这类病毒式裂变的谣言主要有三大特点:一是画面、言语极具冲击力,满足猎奇心理,如天灾人祸、血腥暴力等元素;二是所含信息中没有明显的地区标识,制谣者可以轻易把谣言“本地化”;三是主要靠点对点接触式传播。

记者亲测发现,公众号文章的“投诉”选项中有不实信息这一项,但在微信对话框中勾选一条谣言,却无法直接举报。一些受访者认为,不能直接在对话框对谣言本身进行举报,为谣言在各社群、好友间点对点传播打开了方便之门。

## 多方合力方能“灭谣”

移动互联网时代,常有虚假信息经网络放大、迅速发酵,造成恶劣影响和社会危害。受访公安人员及专家分析,谣言之所以难灭,主要因为“转得轻易”“管得不严”“罚得太轻”,亟须政府部门、互联网企业、自媒体用户等形成“灭谣”合力。

遏制“转得轻易”,“潜”在原因之一是部分人缺少理性分析能力和甄别能力。湖南师范大学文学院副教授李爱民认为,谣言反复传播背后自有其市场,应该加强教育引导,促进公众媒介素养提升。“传谣背后的公众心理、社会心理也值得探究。”

避免“管得不严”。受访专家认为,社交平台企业须承担更多社会责任,加强技术能力,加大监控力度,要加强对失实、虚假信息过滤,尤其在传播前期要严格把关,如在点对点、社群传播中发挥更大作用,不要等谣言泛滥再试图遏止。

改变“罚得太轻”。慈利县公安局刑事侦查大队大队长唐斌告诉记者,网络谣言打击难度大、办案成本高。在“张家界索桥断裂”谣言立案过程中,他和同事辗转江苏、四川等多地,“只能一级一级往上找,时间、经济成本比一起杀人案还高。”而形成鲜明对比的是,尽管谣言传播时间长达一年多,但造谣者仅被行政拘留了10天。

目前,我国刑法、治安管理处罚法等对散布谣言有具体处罚措施,但熊道成等专家认为,对数量庞大、生命力旺盛的网络谣言而言,处罚力度不够,违法成本很低。因此,专家和公安部门呼吁,应加大对造谣传谣的法律惩处力度。