

峰回路转,“夺冠赠车”的永州故事又有了续集

湖南日报全媒体评论员 周泽中

近日,湘超永州足球队“夺冠赠车”事件持续引发社会关注。在舆论发酵之际,永州市足球协会及球队主动发布声明,展现出令人动容的体谅与担当;球队感谢企业曾给予的支持,并对企业现状表示充分理解。这份情谊,为冬日增添了暖意。

就在众人以为故事迎来圆满结局时,广汽埃安高管通过个人微博主动发声:“就让我们广汽埃安把永州故事续写,可好?”以个人身份轻巧介入,寥寥数语却充满人情味,迅速在社交平台引

警惕智能家电中的「伪智能」现象

李英锋

智能炒菜机在烹饪过程中需要频繁人工干预,且备菜环节耗时长,与解放双手的预期形成明显落差;商家宣称智能手表会自动将孩子的血氧状态实时发送给家长,但实际无法实现即时推送;有的智能洗衣机自动投放的洗衣液不准确……工人日报记者近日采访发现,部分智能家居家电产品存在“伪智能”现象,主要集中在功能夸大、操作复杂、体验存在落差等问题。

如今,我们已经进入智能消费时代,很多商家(或企业)都把产品的智能化作为营销卖点。一些智能家居家电产品确实给消费者带来了方便,优化了消费者的体验。然而,也有一些所谓的智能家居家电产品名不副实,其智能系数或智能状态在商家的嘴里一个样——功能非常强大,到了消费者实操时又是一个样——表现非常拉胯。

智能家居产品可以“不智能”,但不能“伪智能”,更不能“吹智能”。商家在营销过程中应该恪守诚信底线,如实宣传智能家居产品的功能,把好话赖话都说到前头、说到明处,把产品的智能参数信息告知消费者。

当然,要遏制商家“吹智能”,不能光靠商家良心发现,监管部门也应积极作为。市场监管、商务等部门以及消协、家居家电行业协会应加强对智能家居产品“伪智能”现象的关注,瞄准消费者投诉举报较多的市场区域和产品,增加线上线下一巡查和抽检的频次。同时,还应通过法治宣传、行政约谈、合规指引等方式对商家进行引导,通过发布消费提示对消费者进行引导……监督治理的措施落实到位,智能家居产品“伪智能”或“吹智能”乱象才会失去生存空间。

(作者单位:河北省滦南县交通运输局)

新闻漫画



消毒湿巾一擦灭病毒?不靠谱!

据中央广播电视总台中国之声《新闻纵横》报道,冬季是呼吸道疾病高发季,消毒湿巾成了热销品。有商家在宣传视频中表示,自家的产品是全网首创零酒精病毒消杀湿巾,专为婴幼儿的“脆皮”易敏感研发,经过国际权威认证和千人实测,杀菌率达到99.9%。

其实,消毒湿巾不可能预防所有传染病。消

图/文 毕传国

新规划定红线,专治大数据“杀熟”

李焱婕

近日,市场监管总局和国家网信办联合发布《网络交易平台规则监督管理办法》,专门给大数据“杀熟”划定红线。这意味着,以后在网上买东西、订票时,可能不用再担心因为自己是老顾客,或者用的是某款手机,就被系统“悄悄”加价了。

提起大数据“杀熟”,不少人都有一肚子苦水。同一家酒店的同一房型,高级会员竟比新用户价格更高;看好的机票,在付款前几分钟突然跳涨数百元;还有消费者发现,部分商品或服务在苹果App内的标价常高于安卓端……这些隐蔽的差价行为,未来将受到严格约束。

新出台的《办法》,核心就是要管住平台那双“看不见的算法之手”。《办法》明确规定,平台不能根据消费者的个人特征,比如交易习惯、支付能力等,来实施不合理的差别待遇。同时,《办法》也要求平台规则更加

透明,不能再让算法变成一个看不懂的“黑箱”。

算法技术复杂又隐蔽,怎么有效监管是个不小的挑战。《办法》明确建立市场监管与网信部门的协同监管机制,鼓励第三方合规“体检”,为监管“长牙带刺”提供了支撑。未来还需进一步畅通维权渠道,简化举证流程,让消费者在遭遇“杀熟”时能低成本维权,让违规平台付出高昂代价。

我们正站在网购发展的转折线上——从“野蛮生长”到“规范发展”,从“算法黑箱”到“透明服务”。《办法》不仅是一位监管红线,更是对数字文明发展方向的校准:技术的温度,终究应体现在对每一个消费者平等尊严的守护上。当“熟客”不再担心被区别对待,当每一位消费者都能在数字市场中享有平等的交易权利,数字消费将激发更多市场活力。

(作者系湖南日报全媒体评论员)

生肖营销撬动文旅“流量”变“留量”

黄宗跃

岁末年初,一场以“马”为主题的文旅营销悄然升温。近日,全国多地景区推出针对生肖属马、姓马或名字含“马”字游客的免门票福利。这一集中出现的生肖主题推广,不仅为市场注入暖意,更折射出文旅行业从资源依赖向创意驱动转型的积极探索。

生肖是根植于中华文化的情感纽带,“马到成功”等吉祥寓意易于引发大众共鸣。相较于简单降价,这类蕴含文化温度与情感联结的优惠,更易赢得公众好感并在社交平台形成自发传播。更深一层看,当前旅游消费正从观光型向体验型升级。景区以生肖为媒,搭建文化沟通场景,恰是顺应趋势的主动创新,既能以较低成本吸引客流,也为游客创造了独特的记忆锚点。

然而,热潮之中,隐忧亦存。最主要的挑战在于同质化与短期化。目前多家景区政策形式相似,若仅简单复制“属相免票”模式,缺乏与自身资源禀赋的深度融合,极易陷入“跟风内卷”,导致公众新鲜感迅速消退。同时,短期流量若未能有效转化为二次消费或长期口碑,对景区可持续发展的支撑作用便十分有限。

要让生肖营销有创意,关键在于从“流量思维”转向“价值思维”。对此,需要强化特色融合,避免千篇一面。景区应深入挖掘自身文化基因,实现与生肖IP的特色化嫁接。历史类景区可围绕“马”开发相关主题研学路线;自然类景区可借助“马”的意象,设计生态徒步或主题体验活动,塑造独特吸引力。同时,还可围绕生肖主题开发特色文创、主题餐饮、沉浸式演艺等二次消费项目,将客流转化为多元消费。

生肖经济的持续升温,印证了传统文化在当代生活中的蓬勃生命力。对文旅行业而言,生肖营销既是巧妙的竞争策略,更是传承文化、优化体验的重要契机。

(作者单位:汉中市西乡县委宣传部)

三湘潮涌,星城扬帆。
回眸2025,长沙商务画卷磅礴展开,发展脉搏强劲——

这一年,消费活力奔涌,点亮大街小巷。长沙获批“现代商贸流通体系试点城市、消费新业态新模式新场景试点城市、国际化消费环境建设试点城市”等国家消费试点6个。

这一年,开放大门越开越阔,连接五洲四海。全市外贸规模居全国省会城市第9位,较2024年前进一位。

这一年,招商动能澎湃,汇聚天下英才。长沙引进百亿级重大项目6个,较2024年增加5个,实现历史性跨越。

这份蓬勃的发展画卷,源于一片精心培育的沃土,来自一股持续奔涌的活水。

2025年,长沙市商务系统锚定“三高四新”美好蓝图,全力以赴稳增长、促开放、强动能,商务和开放型经济呈现“稳中有进、质效双升”的良好态势,为全市经济高质量发展注入了强劲动力。

2025年12月16日,位于宁乡经开区的海信(长沙)家电产业园正式投产。

海信(长沙)家电产业园

消费活力“燃”起来 开放大门“敞”开来

——长沙市商务和开放型经济“稳中有进、质效双升”

欧阳林

内需活力全面焕新,消费根基持续筑牢

长沙的夜幕还未完全垂落时,五一商圈的灯,就醒了。

糖油粑粑在铁板上烙出金黄,臭豆腐在油锅里翻腾,炊烟袅袅升起,与霓虹的光晕缠绵,把夜空熏成了橙色。长沙“夜经济”,成为拉动城市消费的新引擎。

消费的活力,不仅深植于夜色中,亦绽放于创新前沿。

文和友的市井怀旧、茶颜悦色的国风美学、安克创新的全球突围、水羊集团的数字化美妆生态、鸣唱很忙的零食卡牌……这样的“首店Walk”,成为一些年轻人的时尚潮流。

2025年,长沙凭借独特的商业魅力与消费活力,成为品牌布局华中市场的时尚阵地,首店经济呈现“数量攀升、能级提升、业态多元”的鲜明特征。

长沙引进超150家高品质首店,策划举办80余场首展、首秀,首店密度居全国前十;首发“湘超票根优惠通享卡”,设置50余个全城观赛“第二现场”;首个沉浸式非标商业街区“碧湘楚巷”正式亮相,进一步丰富消费场景。

长沙商业版图也迎来全面扩容:杉杉奥特莱斯、北辰荟、梦乐城湘江新区店、君尚购物中心等全新商业体接连亮相,全市大型商业综合体增至77个。

2025年9月26日,长沙首家市内免税店

税店在五一商圈王府井百货开业。这是经国务院批准的全国8家市内免税店之一,也是目前湖南省内唯一一家免税店。该店创新采用“免税+有税+跨境”多元模式,推动本土优品与世界好物双向流通。

随着首发经济勃兴、商业生态日趋多元,长沙全年离境退税商店扩展至106家,新增限上批零住餐企业1102家,消费已超越经济行为,成为重构城市空间、连接全球风尚的文化实践。

以旧换新,承载着惠民生、稳产助产、促绿色生产、绿色消费、绿色循环的巨大能量。

2025年最后一天,长沙市家电数码卖场人头攒动,收银台前排起长龙。市民李女士刚入手一台新上市的手机:“政府补贴再叠加商家活动,新手机算下来比原价便宜1000多元,很划得来。”

长沙精准把握消费市场趋势,出台一系列靶向促消费政策,通过“以旧换新”“国潮城市”“‘湘超’当然”“福满星城”等组合拳,持续释放消费潜力,为市场注入强劲动力。其中,“以旧换新”成为拉动大宗消费的重要引擎。2025年以旧换新参与人数超702万人次,参与企业数量超5000家,申领政府补贴达53亿元,直接带动销售额超423亿元。

“内循环”涌动不息,消费长沙,正奔涌向前。

长沙市商务局党组书记、局长吴照舒表示,未来,长沙将持续优化商业生态,进一步打造消费新业态新场景新模式,大力促进消费复苏,推动长沙向国际消费中心城市迈进。

开放大门越开越阔,出海通道愈行愈畅

走进长沙县松雅湖未来科技城的研发实验室,“小咖主”的研发团队正凝神调试着一杯咖啡新品。8元的美式咖啡,是这家本土品牌叩开市场的钥匙。创始人景建华说:“通过直采,我们的成本降低了超过30%。”

在长沙,涵盖研发孵化、生产加工、贸易流通、品牌展示的“一园四中心”咖

啡产业全景图,正在清晰浮现、加速构建:三顿半以冻干技术革新消费体验,正打造一个吸引上下游企业集聚的产业生态综合体;格凯锦亚远赴埃塞俄比亚建设初加工工厂,谋划实现贸易规模倍增;即将上线的“众咖联”平台,致力于推动产业链商流、物流、资金流、信息流“四流合一”。

这背后,是长沙以全球视野重新审视与塑造产业竞争力的生动缩影。

2025年,长沙市预计进出口2874亿元,同比增长3.5%。实施生产型企业进出口提升行动,全市进出口实绩企业达4549家,同比增长12.8%,对东盟、共建“一带一路”国家、RCEP其他成员国进出口增长均超10%。

其中,“新三样”出口势头强劲。海关数据显示,2025年前11个月,长沙出口“新三样”产品146.7亿元,增长86.7%,其中电动汽车、锂离子电池、光伏产品分别出口100.6亿元、42亿元、4亿元,充分彰显“长沙制造”的国际竞争力。

一条日益宽广、高效便捷的“出海”立体通道也在长沙加速成型——

平台聚力,集聚成势。亚马逊云科技、阿里巴巴速卖通、沃尔玛全球电商等头部跨境电商平台布局长沙,建成跨境电商产业园及孵化中心16个,7个品牌获评首批省级跨境电商自主品牌,数量居全省第一。14家本土企业入选年度国家文化出口重点企业,13个项目入选“千帆出海”重点清单。

通道畅联,物畅其流。第四届中非经贸博览会开展各类经贸活动22场,300余家企业参展参会;“非洲好物网购季”创新模式走向全球;中非跨境贸易平台、中非青年创新创业基地智库等平

台落地;新增备案对外投资项目170个,中方合同投资额12.5亿美元,广泛分布于46个国家和地区;阿治曼中国城等境外园区建设稳步推进。

“外循环”动能澎湃,开放长沙,正扬帆远航。

招商动能澎湃汇聚,发展引力效应凸显

近日,在长沙市政府的会议室内,一场别开生面的“诸葛亮会”正激荡着思维的火花。长沙市政府与市商务局的负责人、各区县及园区的“招商主帅”,以及行业专家、金融与投资机构的代表,直面问题、畅所欲言,共同为长沙的招商引资工作精准“把脉”、务实“开方”。

这是长沙以主动性与创新性直面招商难点、打通招商堵点的一个生动实践。

一直以来,长沙将招商引资作为经济工作的生命线,“眼睛向外”招大引强,“眼睛向内”挖潜增效。

2025年,长沙市委、市政府主要领导亲自挂帅,多次带队赴大湾区、长三角“敲门招商”,密集会见客商。

在2025年全国知名民企助力湖南高质量发展大会期间,创新设置“长沙招商咨询区”“长沙洽谈专区”,组织市、区(园区)两级招商负责人现场驻点,累计接待客商咨询洽谈300余人次,对接重点企业61家。

湘超友谊赛长沙队对阵大湾区湖南人队期间,长沙市商务局负责人见缝插针,组织各区县、园区,与到场观赛的大湾区湘籍企业家开展招商对接交流,推动湘商回归与产业合作。

长沙还在产业链招商、场景招商、基金招商等方面多维发力,吸引国内外

长沙五一商圈消费市场火爆,此等待就餐的市民游客。

投资者纷至沓来。

世界500强斯泰兰蒂斯在长沙经开区设立研发中心,聚焦新能源与智能网联技术;日本永旺梦乐城湘江新区店开业、玉湖冷链(长沙)交易中心封顶,分别丰富消费场景、完善物流产业链;华为、腾讯等巨头的区域总部与研发中心落户;深化对德招商,举办“德企长沙行”活动,中欧协会挂牌成立,香港星沙联谊会揭牌成立……

2025年,长沙招商引资硕果累累:全年新引进重大项目221个,其中,百亿级重大项目6个,较2024年增加5个。预计引进“三类500强”项目48个;湘商回归注册企业220家、引资950亿元。

长沙荣获“中国投资热点城市”,成功举办“迎回建”“港洽周”等重大招商活动40余场。在全省率先设立驻德国、新加坡招商代表处和驻迪拜经贸联络处,获批全省首单利润再投资税收抵免凭证。

灯火可亲,山河远阔。

在消费与开放双轮驱动下,长沙正以一场贯穿昼夜、联动内外的生动实践,在一次次尝试、一次次突破中,持续激活这座城市的经济脉动,向着更高水平开放、更高质量发展稳步前行。