

创新+跨界 “老字号”拥抱新时代

新华社记者桑彤 杨有宗 谢希瑶

《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》提出，“打造中国品牌，培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

在5月10日至14日举行的2023年中国品牌博览会现场，凤凰锂电助力自行车、豫园预制食品品质构分析仪、回力数字资产球鞋……众多“老字号”齐聚一堂，向世界展现中国品牌的创新力、跨界力和想象力。

抢抓新赛道：吹响产业升级的号角

20世纪80年代，上海品牌凤凰自行车就已进军国际市场。如今，凤凰通过嫁接新能源技术向中高端市场持续攀升，希望能弯道超车。

在中国品牌博览会现场，凤凰带来了四辆供应欧美不同市场的锂电助力自行车。

上海凤凰企业(集团)股份有限公司品牌运营部总监甘霖介绍，锂电助力自行车是当下的一个风口，它起源于日本，流行于欧美，在传统自行车的基础上增加了电机、传感器、控制器等，以“人力+电力”的混合动力模式运行。

记者了解到，在两轮骑行领域，电动化已成为一个趋势，凤凰是这一领域的首批入局者，其推出的锂电助力自行车已在海外多国上市销售。

甘霖透露，早在2019年，凤凰就已组建锂电产品的专业研发和业务团队，开设专业锂电产品制造工厂，并搭建锂电上游供应链合作。“最近三年，自行车出行渐受欢迎，对凤凰来说是巨大的契机。我们希望在锂电助力自行车的新赛道上强化自主创新，发展高端制造和智能系统，一起吹响产业升级创新的号角。”

拥抱新科技：适应消费新需求

在中国品牌博览会现场，“老字号”拥抱新科技无处不在。比如，为适应时代需求，餐饮老字号纷纷推出预制菜，通过辅助工具的创新，提升质量、延展品牌



在中国品牌博览会现场，上海凤凰展示的两款锂电助力自行车。

新华社记者桑彤 摄

生命力。

在拥有17个“中华老字号”品牌的豫园股份的展台一隅，穿着防尘实验服的工作人员正在操作食品品质构分析仪，这是豫园布局预制菜新赛道的研发“利器”。豫园文化饮食科创中心研究员聂蔚在现场展示了一块肉如何通过质构分析仪来分析其酥烂、脆度、弹性等特质，保障预制菜产品的口感与质量。

经过科创中心的研发，上海德兴馆大汤包、上海老饭店肚肺汤、松鹤楼松鼠桂鱼等“老字号”预制菜产品，都已成为经过市场验证的爆品。

同样是预制菜领域，“中华老字号”广州酒家与格兰仕合作打造的“无人零售+智能烹饪解决方案”，展示了“一键填饱肚子”的打开方式。

在广东展区，记者看到粤菜师傅现场给大家“烹饪”美食，只要在微波炉前扫一扫外包装上的条形码，微波炉就会

自动识别出菜品、分量，并智能匹配最佳烹饪时间与火力，几分钟后一份正宗的广式点心就能食用了。

同时，为贴合数字时代的便捷需求，预制菜微波炉还可实现远程控制，满足中央厨房、便利店、机场、高铁站等不同场景下的智能烹饪需求。

引领新消费：跨界打造“新网红”

随着年轻消费群体的崛起，企业开启跨界共创新姿势，“老字号”纷纷转型为“新网红”。

上海华谊集团旗下的“老字号”品牌回力亮相中国品牌博览会，除了带来消费者熟悉的经典WB-1低帮篮球鞋和565型篮球鞋以外，还带来了众多新款联名鞋。“不服老”的回力更是打造了“数字资产”，实现“老字号”的逆生长。

据介绍，2022年，回力首发数字资产“回力DESIGN元年”，是上海数据交

易所数字资产板块成立以来发布的首个数字资产，通过数字资产可兑换购买限量球鞋的权益。受到消费者热捧后，回力又推出了国内首款AR数字资产“哎啊兔”并在上海数据交易所完成登记，通过AR技术进一步提升数字资产的可玩性和消费者的体验感。

与此同时，百年画材品牌马利不仅演绎了新潮中国色，还主动拥抱时代变化，在保证品牌延续经典、传统的同时，积极迎接年轻和未来。其通过虚拟形象代言人和Q版形象以及先进的数字技术，赋予品牌创新、多元、时尚的属性。

为充分释放“老字号”的创新活力，商务部等五部门于今年年初联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》。商务部副部长盛秋平说，“‘老字号’在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。”

新华社上海5月13日电

从关注水质转向注重水生态——长江“大体检”直击

新华社记者李思远

“这里是湖区，有感染血吸虫病风险，手臂不要接触水面。”5月13日下午2时许，长江中游洞庭湖中，在同事的提醒下，“90后”监测人员韩堂瑞一边用身体紧靠船帮，一边双手将采泥器从水底拉起。采泥器加上泥沙，四五十斤的重量累得他脸色通红。

韩堂瑞来自生态环境部长江流域生态环境监督管理局生态环境监测与科学研究中心，也是2023年春季长江流域水生态考核试点监测的工作人员。

今年4月，在生态环境部牵头组织下，2023年春季长江流域水生态考核试点监测启动。来自长江流域生态环境监督管理局等单位的监测人员，将在两个月内对青海至上海的长江干流、重点支流和重点湖库的331个点位全面进行水生态监测，摸清长江水生态底数，为长江母亲河做“大体检”。

根据工作要求，韩堂瑞和同事的主要任务是采集大型底栖无脊椎动物和浮游动物等样本。“这些生物是水生态健康好坏的重要指标。大型底栖无脊椎动物，虽然叫作‘大型’，其实它们并不大，一些种类也就几毫米大小，但对水文、水质、气候等环境条件

的变化十分敏感，被称为‘水下哨兵’。”韩堂瑞介绍。

近些年，随着长江大保护的持续推进，长江经济带生态环境保护发生了转折性变化，生态环境质量不断改善。“水质不断提升，Ⅲ类水质断面比例超过98%，意味着要为长江的健康状况‘画像’，除了利用传统水质理化指标，还得依靠更高层次的水生态监测。”长江流域生态环境监督管理局局长徐翀介绍，我国计划在长江流域率先建立水生态考核机制，而建立这一机制，必须对长江进行全面“大体检”。

据介绍，为了更加准确地掌握长江水生态状况，同时为长江流域水生态考核打基础，今年长江流域生态环境监督管理局新增了河流着生藻类和湖泊浮游藻类两项指标，让监测维度更丰富。

徐翀表示，从以往只关注水质，到现在注重水生态变化，开展水生态监测为长江“大体检”，本身就是进步和革新，标志着长江生态环境保护的主要任务已由水污染防治为主转向水生态环境保护与修复并重。

新华社武汉5月13日电

北京警方打掉48个新型传销团伙

新华社北京5月13日电(记者鲁畅、吴文诩)“5·15”全国公安机关打击和防范经济犯罪宣传日来临之际，北京警方通报去年以来针对新型传销团伙打击情况：多个违法犯罪团伙通过搭建网络平台销售所谓“收藏品”，并通过招募会员，循环售卖炒至高价，造成“底层会员”承担高额损失，已有48个团伙被打掉。

北京市公安局经侦总队六支队支队长杨立华13日介绍，去年以来，北京市出现多起涉玉石、字画、红酒等收藏品抢购转售类警情。警方侦查发现，犯罪团伙利用微信公众号、App等搭建网络交易平台，以销售玉石、字画、红酒等难以确定市场价格的艺术品、收藏品名义，通过扫码等方式招募会员，并依据加入顺序确定会员上下级关系。会员按照标价购买商品后，次日向平台缴纳一定费用，即可将所购商品在平台

继续加价销售给下级会员，以此循环、反复售卖。

“商品每交易一次，犯罪团伙即赚取交易额2%至4%的费用，会员个人赚取交易额1%至2%的提成。随着交易不断进行，上级会员还可额外获得每笔交易额3%左右的返利，引诱会员不断发展下线。”杨立华说，随着会员人数增加，犯罪团伙不断增设二级网站，发展的下线会员层级众多，每日交易总额均高达数百万元，而所谓“收藏品”多为劣质商品，实际价值仅为几十元至几百元，上架后可炒至数十万元。多轮抢购后“收藏品”无人购买，最终导致“底层会员”承担全部损失。

警方提醒，传销活动借网络销售模式有了新的“外衣”，广大群众要对高收益投资保持戒心，遇类似情况要保留证据并及时报警。