

PPMG  
凤凰出版传媒集团

国内统一连续出版物号

CN 32-0104

邮发代号

27-67

主办

凤凰出版传媒集团

出版

江苏现代快报传媒有限公司

地址

南京市洪武北路55号置地广场

邮编

210005

网址

现代快报网 www.xdcb.net

传真

025-84783504

24小时新闻热线

025-96060

本报员工道德监督电话

025-84783501

今日总值班

王磊

头版责编

颜玉松

版式总监

沈明

零售价每份1.5元

# 习近平向美国当选总统特朗普致贺电

11月7日,国家主席习近平致电唐纳德·特朗普,祝贺他当选美国总统。

习近平指出,历史昭示我们,中

美合则两利、斗则俱伤。一个稳定、健康、可持续发展的中美关系符合两国共同利益和国际社会期待。希望双方秉持相互尊重、和平共处、合

作共赢的原则,加强对话沟通,妥善管控分歧,拓展互利合作,走出一条新时期中美正确相处之道,造福两国,惠及世界。

同日,国家副主席韩正致电詹姆斯·万斯,祝贺他当选美国副总统。

新华社

## 中方决定面向湄公河五国颁发“澜湄签证”

11月7日,国务院总理李强在昆明出席大湄公河次区域经济合作第八次领导人会议。柬埔寨、老挝、缅甸、泰国、越南政府首脑和亚洲开发银行行长出席。

李强就深化区域合作提出四点建议:一是坚持开放合作,共同推进

更高水平、更大规模的双向开放,完善开放型区域经济架构,打造更有效率、更富活力的超大市场。二是突出创新引领,加强创新政策对接协同,促进创新要素高效流动,加快创新成果转化应用,支撑和保障创新合作不断走深走实。三是深化融

通建设,深入推进公路、铁路、港口等基础设施“硬联通”,加强在政策、法律、监管、规则、标准等领域“软联通”,努力提升跨境支付、本币结算便利,积极打造更多跨境合作示范区,加快区域经济一体化进程。中方决定面向湄公河五国颁发“澜湄

签证”,为符合条件的商务人员颁发5年多次来华签证。四是密切沟通配合,践行真正的多边主义,大力推动大湄公河次区域经济合作同澜湄合作、三河流域机制、湄公河委员会等机制协调发展,构建包容互促的良好合作氛围。

据新华社

## 10月全国企业销售收入环比提高1.3个百分点

新华社北京11月7日电 近期我国加力推出一揽子增量政策,叠加存量政策生效,有效提振市场信心,增强发展动力。国家税务总局7日发布的增值税发票数据显示,10月份,全国企业销售收入环比提高1.3个百分点。

具体来看,中西部地区增长较快,部分重点省份支撑明显。10月份,中、西部地区销售收入同比分别增长1.4%和1.7%,较9月分别提高3.2个和1.1个百分点。分省份看,浙江、广东、四川、河南等省份增速相对较快,销售收入同比分别增长4.3%、2.8%、2.9%和2.5%。

高技术及装备制造继续向好。10月份,制造业销售收入同比增长

1.3%,较9月提高2.2个百分点。其中,高技术制造业、装备制造业销售收入同比分别增长8.9%和5.1%,拉动作用明显。

现代服务业持续较快增长,高技术服务业加快成长。10月份,科研技术服务业、信息技术服务业、交通运输物流业等现代服务业销售收入同比分别增长14.5%、9.2%和7.3%,均显著高于全国企业销售总体增速。高技术服务业销售收入同比增长10.9%,在高基数下保持两位数较快增长。

部分一线城市二手房交易回暖,资本市场信心提升。10月份,北京、上海等一线城市二手房市场活跃,二手房销售收入同比分别增

长11%和12.8%。此外,股市成交金额放大,带动资本市场服务销售收入同比增长11.1%,较9月提高14.4个百分点,反映投资者信心逐步恢复。

设备投资继续回升,消费品以旧换新持续发力。10月份,全国企业采购机械设备金额同比增长5.2%,较9月提高0.2个百分点。此外,零售业销售收入同比增长8%,较9月提高5.4个百分点。

其中,电视机等家用视听设备零售、冰箱等日用家电零售同比分别增长43.2%和63.5%;与家装相关的家具零售、卫生洁具零售同比分别增长16.9%和23%,均显著快于9月份增速。

## 就电动汽车反补贴案价格承诺方案具体内容 中欧双方正磋商

关于中欧电动汽车反补贴案磋商最新进展,商务部新闻发言人何咏前7日介绍,欧方技术团队已于11月2日抵京,双方正在按照“务实、平衡”的原则,密集就价格承诺方案具体内容进行磋商。

何咏前说,10月25日,商务部部长王文涛与欧委会执行副主席兼贸易委员东布罗夫斯基斯基视频会谈,双方重申了通过对话解决分歧的政治意愿,明确了将继续将价格承诺作为欧盟对华电动汽车反补贴案的解决途径。10月29日,欧方公布终裁结果,同时表示将继续与中方就价格承诺进行磋商。

据新华社

### 我说

#### 防控“职业退货” 重在修补规则漏洞

“双11”临近,网购热度持续攀升,为提升网购体验而诞生的退货运费险再次被置于聚光灯下。然而,一部分人发现了其中的“商机”,成为“职业退货人”,利用退运险“薅羊毛”,甚至形成黑灰产业链,非法牟利。

“职业退货人”利用退运险“薅羊毛”,不但骗取了保险公司的保费,还导致了电商更多“订单空转”,消耗了大量的交易资源,增加了电商运营负担。对于“职业退货人”,需要加大打击力度毋庸置疑。

事实上,之所以出现“职业退货人”,根源还是退运险赔付规则设计的漏洞。要防控“职业退货人”,从源头上修补规则漏洞,方是治本之策。其核心是让快递退货险的受益人与退货决定权益人错位,形成制约。即,退货险由商家购买商家获益,消费者无理由退货,退货运费商家支付,成本从退货险赔付中解决,至于“差价”无关紧要,毕竟退不退货消费者说了算。对于消费者来说,需要的是低成本的甚至是“零成本”的无忧无障碍退货,而非“退运险”本身。

因此,针对“职业退货人”,电商平台与保险企业,应当联合优化退运险规则,协同快递企业,完善快件退货运费支付、揽件服务机制,进一步理顺关系,清除投机土壤。

湖北 木须虫

## 丝滑的蜂花,为何转载漫画时“滑丝”了

在与舆论素来默默无闻的国产品牌蜂花,昨天很是出了一次名。可惜的是,这个名气,无论对其销售业绩还是对其声誉,都没有任何好处。

近日,有网友发现蜂花官方账号在社交平台上转载了一幅漫画,题为《看清什么是真假闺蜜》。该漫画文案运用了夸张对比手法,“绿茶”“搔首弄姿”等词语也闪现其间,引发网友争议。相关词条,一度冲上热搜第一。

细看网友评论,有的认为这是在刻意丑化女性,有的则表示理解蜂花作为企业的难处,认为运营团队可能一时疏忽导致了这次事件,希望蜂花能够吸取教训。

在压力之下,11月7日中午,蜂花官方账号发布了致歉声明,承认在内容把控和审核流程上存在严重漏洞,并表示已删除不当图文内容,

人们之所以对一则漫画“斤斤计较”,实在不是苛求,而是以此为契机集中转达了一种强烈的愿望——国货不仅当自强,还当不断“出彩”

正在进行全面整改。声明中,蜂花还强调了其一直以来倡导的价值观是平等、自由和尊重,并承诺未来会更好更快地传递积极的信息。

企业方的态度还是值得肯定的,应对举措也颇有力度。事已至此,也就该翻篇了。不过,总结此次事件的教训,仍有意义。

该漫画并不是企业方的作品,仅仅转载一下,就被骂得快怀疑人生,看上去还挺“冤”,但细细辨析一下就知道,无论你是否赞同漫画作品的主张,既然给了该漫画一个展示立意的平台,就很难做出“切割”。有时候,在特定的语境中,可能漫画作品本身的表达还没那么突

兀,但经过知名平台的传播,反而突生枝蔓,变了味,也引发不佳的社会化观感。

很难说蜂花这么做是在做广告宣传,毕竟转载的漫画,和常规的、标准的广告形式还有所区别。也许账号编辑只是觉得好玩,顺手拿来而已,但跳出技术框架而言,账号这么做,实际上也侧面展示了蜂花的认知和审美。我们可以据此认为,这也是间接进行了一场形象传播。当人们质疑这一漫画的时候,自然也会牵引出更多“视角”。这对企业方来说并不有利。

有人说,这只是一件小事,所折射问题的“含量”也有限,不必“上纲

上线”。毕竟,开开心心不应被苛求。然而,漫画或广告的演绎手法可以鲜活一些,但擦边、滑丝,并不被允许。正如广告法禁止“妨碍社会公共秩序或违背社会良好风尚”,我们应该知道边界在哪里。

作为在洗护市场具有很强竞争力的企业,蜂花有过《蜂系女子》这一成功的品牌广告案例。事实上,这种好看也管用的广告,对于品牌价值的提升,价值不菲。

人们乐见国产品牌在保持一贯的“稳重”风格的前提下,创新思维,焕发新机。

这种朴素的愿望,和企业的发展思路,是合拍的。反过来,人们之所以对一则漫画“斤斤计较”,实在不是苛求,而是以此为契机集中转达了一种强烈的愿望——国货不仅当自强,还当不断“出彩”。

现代快报/现代+首席评论员 戴之深

## 快快评 比起“局长开美颜”,更要关注游客能否笑开颜

近日,火遍全网的沈阳市于洪区文旅局副局长彭勃,因拍视频开美颜公开道歉,再次引发网上热议。此前,视频号“于洪文旅”发布了一段推介当地大米的视频,彭勃流利的英语和东北话无缝衔接,收获了不少网友点赞。很多网友好奇:咋这么年轻?咋这么好看?(详见今日快报A9版)

面对网友的质疑,彭勃坦然回应:“年轻是因为开了美颜,本人比上镜老很多。”并表示自己不是海归。

平心而论,让网友记住的,并不是彭勃的“年轻、好看”,而是她在镜头前的亲和、自信的形象和“双语”无缝切换的流畅表达,这打破了网友对体制内女性端庄沉稳的固有印象。真诚坦率的回应,如同与网友唠嗑,无形中又一次拉近了与大家的距离,让网友又增了几分好感。

很多网友表示,彭勃没有必要因开美颜而公开道歉,拍视频开美颜,很正常,也没有错。

在当前各地文旅内卷的语境

下,如何火速出圈打造属于自己的文旅IP,大家都在绞尽脑汁。对于广大网友和旅客来说,地方文旅形象宣传只能增加好感,地方旅游产品能否带来良好体验才是关键。比起文旅局长开美颜为自己形象加分,游客更关注的是到此一游能否笑开颜。

从这个意义上讲,于洪文旅副局长“出圈”只是第一步,如何打好这张牌进而推动文旅产业发展,才是当地需要花大心思、下真功夫

的。期待沈阳当地接好“泼天的富贵”,不负众望、不负流量,成为又一个“现象级”旅游目的地和网红打卡地。

现代快报/现代+评论员 曹玉兵

扫码获取  
更多内容版权  
声明

现代快报旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

1 任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须事先取得书面授权; 2 本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权权益的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任; 3 欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783580)。

本报法律顾问 江苏曹骏律师事务所 曹骏律师