

多样天府文化 助力成都大运会

羊城晚报讯 驻京记者王莉报道:北京冬奥会期间,吉祥物“冰墩墩”受到了全球人民的喜爱。如今,有一个和“冰墩墩”一样基于大熊猫形象设计的吉祥物也要来了!那就是成都第31届世界大学生夏季运动会的吉祥物“蓉宝”。

四川省教育厅厅长、成都大运会组委会副秘书长邹瑾3月18日在教育部新闻发布会上介绍,大学生运动会除了竞技体育比赛以外,更重要的是要在大学生之间进行线上、线下的文化交流和文化体验。四川是大熊猫的故乡,成都大运会推出的吉祥物“蓉宝”,是用大熊猫元素来传递中国友好的声音,传递中国友好的文化往来。

据介绍,“蓉宝”的设计是在成都大熊猫繁育研究基地的大熊猫“芝麻”的真实形象基础上,将耳朵、眼睛、尾巴设计成火焰形态,凸显了“火”这一天府文化中的重要标签,面部构思也参考了川剧的脸谱样式。

邹瑾透露,在大运会期间的城市交流活动中,组委会将在有序确保安全的前提下,组织来自各国的大学生们参观考察成都大熊猫繁育研究基地,近距离观看熊猫宝宝。

除了吉祥物,成都大运会上还有多种多样的天府文化元素:会徽主体在世界大学生运动会对应英文首字母“U”的基础上,结合了天府文化象征元素之一的太阳神鸟;主视觉以大运会会徽为基底,色彩丰富象征着成都的热烈与时尚,同时融入成都的地标剪影。

成都大运会原定举办时间为2021年8月18日至29日,因全球疫情形势影响,延期至2022年6月26日至7月7日。“在赛事延期举办的这一年里,我们认真学习和借鉴了北京冬奥会、冬残奥会等体育赛会的经验做法,做了更加充分的筹办准备。”成都市政府副市长、成都大运会执委会副主席兼秘书长刘旭光介绍,组委会组建了疫情防控专家组和工作专班,制定18个竞赛项目“一赛一策”防疫细则,实施严格闭环管理,为常态化疫情防控下安全办赛做好准备。

WTT新加坡大满贯

昨晚,WTT新加坡大满贯展开男双决赛争夺,广东名将樊振东搭档王楚钦以3比1力克日本组合户上隼辅/宇田幸矢,夺得WTT大满贯历史上首个男双冠军。

搭档王楚钦夺首届WTT大满贯男双冠军

渴望用冠军正名

樊振东和王楚钦的男双组合在东京奥运会后日渐成型,不过在去年年底的休斯敦世乒赛中,两人以2比3遭瑞典组合法尔克/卡尔松逆转,无缘四强,配合默契度仍待提高。本次大满贯赛,两人也憋着一股劲,作为国乒派出的唯一一对男双组合,两人渴望用冠军证明自己。

晋级路上,樊振东/王楚钦赢得较为轻松,前面几场比赛都是3比1取胜,配合越来越默契,彼此之间也越来越信任。

男双决赛对阵日本组合户上隼辅/宇田幸矢,这是一场遭遇战,两对组合此前从未交过手。对手实力不容小觑,曾打入休斯敦世乒赛的男双四强。首局,两对组合相互试探,一路僵持至10平。樊振东/王楚钦关键球更胜一筹,以12比10先拔头筹。

次局和首局如出一辙,两对组合再次战至10平。国乒组合展现强大的自信心,在关键时刻果断出手,再以12比10胜出。

第三局日本组合放手一

搏,樊振东/王楚钦则失误增多,日本组合一度取得9比3的领先。不过樊振东/王楚钦没有放弃,反而迸发出强大的战斗力,连续追分,两对组合再次战至10平。樊振东/王楚钦两度手握冠军点,但均没能兑现,王楚钦稍显急躁,连续失误,被对手以14比12扳回一城。

第四局樊振东/王楚钦没有再给对手机会,牢牢掌控局势,对手也显得信心不足。11比7!樊振东/王楚钦锁定胜局,就此夺冠。

赛后发言,樊振东习惯让王楚钦先讲,两人已经形成默契,“首先拿到冠军非常开心,我和樊振东搭配在世锦赛输了,但这次我们是抱着夺冠的心态来的,能够达成目标很开心。”王楚钦说。

樊振东则表示,两人近段时间配合得越来越多,但并不是像想象的那样一下子就能有很好的发挥,“并不是说‘一加一就能大于二’或者‘一加一就等于二’,我们(需要)通过配合更加了解对方,更有默契”。

陈梦王曼昱会师

WTT新加坡大满贯昨晚

还进行了女单半决赛,两场中国德比战分别由陈梦对阵王艺迪、孙颖莎对阵王曼昱,两场比赛均打满七局,陈梦与王曼昱脱颖而出会师决赛。

此前,国乒女单已顺利包揽四强,提前锁定冠军。半决赛改用七局四胜制,首场半决赛由奥运冠军、二号种子陈梦对阵五号种子王艺迪。首局比赛陈梦状态更好,王艺迪受擦伤,网影响连续丢分,在相持中陈梦不断冲击王艺迪正手位,比分很快拉开到10比1,陈梦先声夺人以11比3赢下首局。

第二局王艺迪状态回暖,双方交替拿分直至11平,陈梦连得2分再下一城。不过此后王艺迪反攻势头猛烈,以11比9扳回一城后,虽然陈梦以11比4拿下第四局,但王艺迪没有放弃,又连扳两局,将比赛拖入决胜局。

关键时刻,陈梦抢先上手,在决胜局以5比2领先开局,并最终11比8拿下决胜局,王艺迪逆转棋差一着。

对王艺迪来说,要想战胜荣誉远多于她的陈梦,可能本场比赛时机还不够成熟,但她显然已经具备了冲击女单三大主力的实力。

CBA·焦点

轻取宁波队,重返积分榜第五

广东队延续“慢热”状态

羊城晚报讯 记者郝浩宇、实习生陈秋迪报道:昨日,CBA常规赛第36轮继续进行,广东队以106比80轻取宁波队,送给对手7连败的同时重返积分榜第五位。

虽然广东队在理论上仍保持着进入前四的希望,但在第三阶段联赛只剩下2轮的情况下,广东队想要进入常规赛前四则必须保持接下来与新疆队、山东队的比赛全胜,并祈祷排名第4的浙江队面对吉林队与同曦队的比赛全输,这个可能性微乎其微。

广东队在常规赛状态一般,即便是本场面对CBA的鱼腩宁波队,他们进入比赛的节奏依旧不快。广东队习惯在第一节“挖坑”,而这正是他们进攻效率低的体现。本场比赛第一节中广东队的命中率依旧不高,宁波队将比分咬得很紧。直至第二节,广东队一波11比0才将优势彻底拉开,外援莱多也打出了强度。但揪心的是,任骏飞在第二节腿部受伤离场,他对于广东队来说非常重要。

全英羽毛球赛

“雅思”“黄鸭”会师

羊城晚报今晨消息 记者苏苻报道:2022年全英羽毛球公开赛今晨决出各单项四强,“雅思组合”和“黄鸭组合”将在明晨的半决赛相遇。黄雅琼/郑思维在东京奥运会混双决赛和全运会混双决赛接连不敌王懿律/黄东萍,直接导致被拆对,此次再次相遇,谁能突围而出引人关注。

全英赛八强战,郑思维/黄雅琼2比0击败马来西亚组合陈健铭/赖沛君闯入四强,两人此前被拆对,此次全英赛短暂“合体”,前几轮都所向披靡,球迷纷纷呼吁教练组不要将两人拆对。王懿律/黄东萍则2比0战胜乔丹/梅拉蒂。半决赛这两对中国排名前二的混双组合再次相遇,最终赛果能否影响“雅思组合”的最后命运,令人瞩目。

随后的比赛,宁波队依靠着外援斯蒂马克的个人发挥撑着比赛,但依旧无法扭转颓势,赵睿、胡明轩、徐杰三人的状态越打越热,比赛进入了垃圾时间后双方则打得比较简单了,最终广东队轻松获胜。

广东队状态跌宕起伏,近期更是频频“一场赢一场输”,接下来面对新疆队与山东队,他们不容有失。新疆队与山东队处于争夺最后一张季后赛门票的状态。对广东队而言,如果以第五名进入季后赛,在四分之一决赛将对阵浙江队,如进入半决赛则大概率对阵辽宁队,而掉落第六名则大概率需要对阵上海队与广厦队。无论最终排名如何,广东队的季后赛之旅都不会轻松。外援的实力在很大程度上决定了一支球队能够走多远,广东队的卫冕之路需要依靠威姆斯与莱多的发挥。威姆斯的终结能力随着年龄的增长不断弱化,莱多则更不稳定,这是广东队必须要正视的问题。

单打两名中国选手退赛:女单何冰娇退赛,陈雨菲直接晋级四强;男单独苗陆光祖因感冒退赛,对手拉克什亚森直接晋级男单四强。男单一场焦点战中,马来西亚球员李梓嘉以21比7、13比21、21比11击败日本名将桃田贤斗,桃田贤斗依然未能走出低谷。

双打两对中国组合表现出色,全新女双组合张殊贤/郑雨继续兵不血刃,以2比1战胜泰国组合基蒂塔库尔/巴宗哉,首次搭档就晋级全英赛四强。半决赛她们将面对印度组合朱莉/戈比昌德,后者八强赛爆冷击败韩国组合李绍希/申晟瓚。面临拆对的男双何济霆/谭强以2比1战胜卡南多/马丁,半决赛将与阿山/塞蒂亚万相遇。

数智服务全面升级 广东移动发布“心级服务”品牌



3月17日下午,广东移动在全球通大厦举行“心级服务”品牌发布会,致力于通过“心级服务”构建新型信息服务能力框架与社会责任体系,实现数智能力升级、数智体验升级、数智产品升级,为客户提供更加卓越的信息化服务。广东省通信管理局局长蔡立志发来贺信,来自各行各业的“心级服务”体验官通过线上云参与,广东移动副总经理杨斌等出席现场活动。

广东省通信管理局局长蔡立志在贺信中表示,近年来广东移动在抗击疫情、便民惠民、贯彻新发展理念、助力经济社会发展等方面作出了积极贡献,希望广东移动以本次发布为契机,进一步贯彻落实党中央关于网络强国、数字中国等重大决策部署,聚焦“双区”建设等重大国家战略,加快推进5G、工业互联网、东数西算等新型基础设施建设和应用,不断提升信息服务水平,助力广东经济社会高质量发展。

广东移动副总经理杨斌在致辞中表示,客户满意是广东移动矢志不渝的追求。客户是公司最大的资产,服务是公司与客户最主要的联系,做好服务就是提升竞争力。此次发布的“心级服务”品牌,不仅仅是服务品牌的升级,更是企业品牌的升级,数智化服务全面升级涵盖了个人市场、家庭

市场、政企市场。广东移动将锚定世界一流信息服务科技创新公司新定位,践行创世界一流“力量大厦”新战略,夯实新建、创造新供给、做优新服务,满足人民群众对数智生活的向往。

据了解,广东移动“心级服务”数智升级主要包含4大方面:品牌口号升级为“心级服务,让爱连接,‘移’起向未来”;品牌属性从专业、执着、热诚三个方面,实现科技创新9大升级;品牌追求从“3心”到“6心”,实现心智份额6大升级;品牌服务在原来6大服务的基础上,增加工业互联网服务、中小微企业服务、5大行业BU服务、乡村振兴服务,实现信息服务10大升级。

广东移动正全力构建“连接+算力+能力”新型信息服务体系,立体式推进数智赋能升级。广东移动已建成全省规模最大、覆盖最广的5G网络,5G基站数达9.7万个,占全省的50%以上,初步实现了全省乡镇以上5G连续覆盖。

在算力资源布局方面,形成了广州中新知识城、南方基地,东莞、佛山、惠州5个热点区域数据中心以及汕头、湛江2个省级数据中心“5+2”格局,目前正积极贯彻国家“东数西算”战略,落实全国一体化算力网络粤港澳大湾区国家枢纽节点部署,加快推进韶关数据中心建设规划。

基于上述基础能力,广东移动在会上重点发布了智慧家庭、数字乡村、智慧社区和智慧行业四大领域共计20项产品服务。

在智慧家庭方面,广东移动发布了千兆全家享、FTTR全光组网、全屋智能等重点产品。一个5G套餐就能囊括手机流量、宽带、电视业务,实现全家共享,移动看家提供方便、安全、人性化的家庭安防和亲情看护服务,智能门锁实现了手机开门,更智能的全屋联动使得入户安防有保障……

在数字乡村方面,广东移动推出了一系列解决基层实际需求的信息应用,山火预警、视频监控、5G云喇叭、智慧充电等为乡村振兴注智赋能;在智慧行业方面,聚焦智慧乡镇、智慧校园、智慧医疗、智慧政务、智慧交通、智慧文旅等垂直场景发布战略产品服务,全方位赋能企业,打造数智化时代。

在发布系列产品服务的同时,广东移动还宣布对家庭客户、企业客户的产品服务标准进行全面升级。面向家庭客户,宽带480服务标准再升级,17时前预约,4小时内完成故障维修、8小时内完成安装交付,公司原因0服务超时;面向企业客户,专线100%有单必接、慢必赔、约必达,移动云、物联网等需求一点接入。

据介绍,“心级服务”品牌logo是一颗心,由左右两枚交汇的指纹组成,左侧指纹代表广东移动为客户提供卓越服务的承诺,右侧指纹代表客户对广东移动服务品质的认可。“两枚指纹汇聚成心,既传递了我们与客户的心心相印,也承载着我们与客户的美美与共。”广东移动服务管理部总经理姚珉表示。

为给客户带来舒心、贴心、暖心的体验,广东移动从13亿手机客户、1800万家庭客户、200万集团客户中招募了一批“心级服务”体验官,为服务改善提升提意见、献良策。北京冬奥会和冬残奥会口号推广音乐短片总导演付杰成为广东移动“心级服务”体验官,他表示,自己是中国移动近三十年的忠实用户,担任“心级服务体验官”是一份荣誉,也是一种责任,在数智化新时代,希望广东移动以优质的服务为用户创造更加美好的移动新生活。

(文/鹿小果)

足尖上的“土坑酸菜”爆雷 酸菜行业迎拐点

羊城晚报记者 杭莹

究竟是“舌尖上的美味”,还是“足尖上的酸菜”?相信每一个收看过今年央视3·15晚会的酸菜爱好者应该都拥有一颗崩溃的灵魂。画面中的暗访镜头,呈现了一颗颗未清洗的芥菜是如何被扔进田间地头挖的大土坑中,和着工人的烟头和拖鞋进行腌制,然后送进未经卫生处理的生产车间……这些就是湖南插旗菜业有限公司生产的“老坛酸菜”,当晚,多地执法部门纷纷展开调查。酸菜产业链上的方便面、酸菜鱼等众多品牌也纷纷回应,或声明未使用土坑酸菜,或紧急危机公关。多位分析师表示,不论是个别企业,还是方便食品类的销售,短期内都会受到非常大的影响,对酸菜类半成品产品、火锅底料等都会造成后续影响。

“酸菜劫”冲击统一、康师傅

酸菜翻车,首当其冲的就是靠着老坛酸菜牛肉面打出一片天的康师傅和统一。在方便面领域,酸菜味是仅次于红烧味的第二大单品口味,中国食品产业分析师朱丹蓬提到,老坛酸菜口味在方便面口味中可能要占两成以上。

3月15日晚,统一企业中国控股有限公司(下称“统一”)最先回应。先是第一时间发布致歉声明,后来又撤下,发布新声明:表示湖南插旗自2012年12月起就不再是公司酸菜包原料的供应商。16日午间,统一再次声明公司酸菜包所用原料菜一贯坚持在酸菜包工厂内自腌自用,全程派员监管。

尽管接连与插旗菜业“割席”,但2013年与2018年,湖南日报都曾报道过统一将插旗菜业

列为原料供应商。

康师傅方便而投资(中国)有限公司(以下简称“康师傅”)在15日当晚发布致歉声明,并16日午间再度声明,插旗菜业向江门、武汉、西安、新疆共4家工厂提供酸菜,康师傅已终止其供应商资格,取消一切合作,并启动对相关产品的下架回收,积极配合监管部门的调查与检测。

康师傅方面表示,消费者如需要办理酸菜口味方便面退换货,可以拨打产品包装上400电话,或者直接联系购买产品的线上线下渠道客服进行处理。记者就此联系康师傅方便而,客服表示,目前批次次的下架回收处理只针对涉及加工厂的产品,其他工厂生产的产品是正常生产,也符合国家食品安全标准,可以放心食用。

部分平台店铺酸菜牛肉面“缺货”

记者发现,3月15日深夜,电商平台上的康师傅酸菜牛肉面产品显示缺货,3天过去后,目前康师傅在天猫、京东的官方旗舰店内已不见酸菜牛肉面的身影。而统一在京东官方旗舰店内的酸菜牛肉面显示无货,天猫平台上可售,但在商品页内附上了企业说明函,展示出统一的酸菜在供供应商名单。

尽管采取连续动作,但本轮的“酸菜劫”还是对统一、康师傅等企业带来冲击,3月16日,康师傅控股、统一企业中国开盘大

幅下挫,振幅均一度超15%。接下来的周末,注定不能好好休息。

记者昨日看到,在电商平台上的多家酸菜类产品的买家评价和询问区,都有网友询问其产品是否来自插旗菜业。记者随机在淘宝上询问了两家粉丝量较大的酸菜和酸菜调料店,两家店的客服都表示土坑酸菜事件后,店内销量受到一定影响,并积极表示自家所用酸菜与插旗菜业并无关联,还向记者晒出了产品制作视频与长图。

酸菜关联企业花式自证清白

方便面领域外,近几年酸菜的身影活跃在多个餐饮赛道上。北京交所上市公司朱老六此前引用的数据显示,到2020年,我国酸菜行业市场规模将达到833亿元。记者在企查查输入“酸菜”,共显示了47438条搜索结果,涉及4万多家企业相关企业。

酸菜类成品和半成品“酸菜鱼”、火锅底料难逃公众目光。3月16日,太二酸菜鱼、姚姚酸菜鱼、鱼你在一起、江鱼儿、首秀、渝是乎等主营酸菜鱼品类的餐饮企业纷纷发布公告声明“撇清干系”,并公布自己的食材供应链以及质量检测报告,可谓求生欲爆棚。

据羊城晚报记者不完全统计,截至目前,已有二十多家企业就“土坑酸菜”问题发表声明。其中,仅康师傅、统一、五谷鱼粉3家企业明确表示与

“土坑酸菜”生产企业(插旗菜业、坛坛俏食品有限公司、锦瑞食品、雅园酱菜、海霞酱菜厂)有过合作关系。

据了解,晚会曝光后,多省市市场监管部门对辖区内的制作或销售酸菜及酸菜相关产品的企业展开调查。国家市场监管总局相关负责人也表示,下一步,市场监管总局将加强督导,依法彻查侵害消费者权益违法行为。“酸菜本身在中国是一个大口味,不能因为个别事件的影响而否定整个行业。我们国家绝大多数企业及品牌的产品都是符合标准及规定的。”朱丹蓬表示,尽管酸菜行业此次的爆雷短期内会带来较大打击,但未来在政策端、产业端、消费端的共同努力下,预计市场会步入健康良性的有序发展节点。