

让文明家风吹进幸福社区

12岁的文化大篷车在永庆坊开拔

文/图 羊城晚报记者 高焓 邹丽珍

实习记者 何进盛



8月29日，2023年文化大篷车社区行暨第十二届广东十大文明和谐社区暨第五届寻找广州市“最美城乡社区工作者”活动在广州市荔湾区永庆坊会议中心正式启动。

据悉，今年文化大篷车以“弘扬文明家风 创建幸福社区”为主题，围绕广东省内各大社区在推动家庭文明建设、构建社区治理共同体、推动新时代文明实践、提升社区服务水平方面，开展社区服务、故事分享、文艺汇演等社区活动，以短视频的形式记录社会主义家庭文明风尚、幸福社区的点滴，以沙龙直播栏目分享社区建设经验、树立示范样本。同时结合社区各界力量，充分发挥社区平台作用，延续“时来物转”模式，充分发挥志愿服务作用，撬动社会力量与社会资源。

本次活动由羊城晚报报业集团发起，广东省精神文明建设委员会办公室、共青团广东省委员会、广东省妇女联合会、广州市民政局指导，广东省物业管理行业协会、广州市社会工作协会、广州市志愿者协会、广州市公益慈善联合会、广州市羊城公益文化传播中心联合主办，中共广州市荔湾区委宣传部协办。



A 创新玩法 邀请全省居民分享好家风

自2012年启程以来，文化大篷车已驶入全省各地城乡500多个社区与村居，带动超百万居民参与，同时也见证了社会治理模式的创新与发展。

今年，文化大篷车在原有主题活动的基础上，新增“我有一个好家训”短视频征集活动，邀请全省全年龄段的社区居民参与，分享自家的好家风、好家教、好家训。

启动仪式现场，一段视频记录了老中少三代人对“好家训”的理解。有小朋友说：“家里的长辈从小就教导我要诚实做人。”有年轻的妈妈说：“传承好家风、好家训，要从小对孩子们潜移默化，给予他们指引。”还有阿姨说：“言传身教，孩子们慢慢就能明白中华传统文化中的家风传承。”

“家风清，则社风清，希望文化大篷车不仅开进社区，更开进每一户家庭的心中，让居民朋友

们切切实实感受到幸福感、归属感。”羊城晚报报业集团专职编委林洁表示，“家”融入今年文化大篷车的主题，意在通过凝聚家庭力量，助推基层社会治理，让好家风根植社区每个角落，支撑良好社会风气。羊城晚报将深入全省各地发掘优秀活动案例，让基层治理与时代发展、群众需求同频共振，让居民群众不仅兜里富足，也要心里“富足”，为社区家庭幸福加码，让文明之风吹进万家。

广州市荔湾区委常委、区委宣传部部长徐明曦表示，一直以来，荔湾区区委区政府坚持“两手抓、两手都要硬”，在坚定不移推动高质量发展的同时，持续加大文明城市创建力度，让广大群众在城市文明进步中更有获得感、幸福感、安全感。今年文化大篷车选择在荔湾启航，希望以实际行动为这班文化快车加油、助力、增光、添彩。

今年暑假，不少学生志愿者参与到关爱社区老人的活动中。

当天，第五届寻找广州市“最美城乡社区工作者”活动也同步启动。据悉，该活动开展四年，走过了百余个社区村居，共评选出132位广州“最美城乡社区工作者”，累计获得社区居民点赞520余万次。

今年，该活动将继续搭乘文化大篷车，深入广州各大城乡社区寻找“最美身影”，评选出40位“最美城乡社区工作者”。寻找广州市“最美城乡社区工作者”短视频征集活动也同步启动，从即日起到12月22日，面向全市城乡社区征集“最

美”身影和事迹，展示广州新时代社区工作者的精神风貌。

在广州城乡社区一线扎根了一群默默无闻、无私奉献的社区工作者，他们不仅是群众的贴心人，更是社区安全的守护者。”广州市民政局基层政权建设和社区治理处副处长秦红花表示，社区工作就是群众工作，群众最有发言权，只有真心实意为群众办实事，社区工作才能赢得好口碑。希望通过此次活动，充分挖掘基层工作者解决群众生活难题、为人民服务的典型故事，全面展现社区治理工作的新成效、展示社区一线工作者的新面貌。

B 扎根基层 记录最美城乡社区工作者身影

启动仪式现场，不仅有“10后”学生进行乐器表演，还邀请了暨南大学学生表演流传了600年的非遗技术抖空竹，展示了社区里的青春力量。

随后，围绕“以家庭带动文明和谐社区建设”话题，专家、社区工作者、物业工作者和志愿者代表齐聚一堂，展开了一场圆桌对话。荔湾区金花街道蟠虬社区党委书记、居委会主任区燕明介绍，家庭是社区的最小细胞，发动家庭力量积极参与社区治理很重要。今年暑假，蟠虬社区举办了亲子观影和亲子绘画活动，希望通过家庭互动为亲子关系升温，增强社区凝聚力。

“管好设施设备，服务好社区居民，这是物业管理的关键职责。”广东省物业管理行业协会会长杨国贤表示，近年来，逢年过节时不少物业公司会在小区举办活动，促进业主融入社区，这也是协会一直努力的方向。

今年暑假，不少学生志愿者参与到关爱社区老人的活动中。

中来。广州市志愿者协会秘书长李伯平介绍，协会一直在推动创新广州市志愿服务项目，希望能通过志愿服务更好地传承广州的家风文化。

全国岗位学雷锋标兵、媒体公益人徐靓分享道，如今她的家人都活跃在不同的公益领域，家人经常讨论如何把公益项目设计得更好。“也许我的儿子目前还不太明白公益意味着什么，但是通过‘小手拉大手’的言传身教，我相信这颗公益的种子将来会开花结果。”

“据我的观察，如果一个社区中的很多家庭的家风都很好，那么这个社区也会很和谐、很文明。”广州市博士科技创新研究会会长彭澎认为，如果大家都在传承好的家风，慢慢就能在楼栋里形成更大一点的“家”，在遇到楼栋管线维修、加装电梯等需要协调不同居民利益的社区大事时，大家能够更好地协商处理。

广州增加公共交通运力供给 开学季护航师生出行

羊城晚报讯 记者严艺文、通讯员交通宣报道：9月1日至15日，特别是9月1日和4日，广州预计将迎来大、中、小学开学及新生报到和学生返校高峰。广州市交通运输部门将优化公共交通服务，广州地铁在重点枢纽设置“新生驿站”，动态延长广州南站公交总站的夜班线路服务时间。广州市交通运输部门提醒，9月1日开学首日上学时间与周五早高峰叠加，车流、人流均较大，为避免迟到建议优先公共交通提前出行。

地铁方面，广州地铁各地铁线路将按不低于暑运水平安排运力，其中，8月29日起十四号线优化行车组织、二十一号线增加西北快车停靠站，并升级列车到站信息显示。广州地铁在地铁机场北站、广州南站、广州火车站、大学城北站、大学城南站五个重点枢纽站设置“新生驿站”，提供

“一米高度看地铁”

广州地铁白云公园站童趣“换新颜”

羊城晚报讯 记者严艺文，通讯员谢良、林俊宏摄影报道：近日，有市民留意到广州地铁二号线白云公园站的导向标识“悄悄”

“换新”，融入了吉祥物“悠悠街坊”IP形象元素，不仅色彩更生动活泼，卡通标识也更显眼更能吸引小朋友的注意。据悉，广州地铁将“一米高度”融入地铁车站服务界面，在白云公园站进行“适童化”车站改造，拉近服务与儿童之间的距离，体现地铁出行对儿童的友好和关爱。

在白云公园站，站内的站名标识、出口资讯标识、身高标尺、出入口标志等导向系统都进行了“童趣”改造。车站还利用站厅闲



置空间打造了集休息、会合、打卡拍照等于一体的功能区域，并配备了卡通字母凳，可供家长和小朋友休息。

除了传统标识，此次改造特别增加了一系列生动形象的“安全文明出行”小知识，在车站出口通道，设置了色彩缤纷的“悠悠小课堂”栏目，“一米”的张贴高度更方便小朋友阅读，“请勿在车站追逐打闹”“气球不准带入车站”等简短易懂的图例也让小朋友更容易理解。

广州地铁表示，此次白云公园站“童趣”地铁车站的打造，是今年“全龄友好、全程为你”服务提升措施之一，旨在打造“全龄友好”的地铁服务场景。

财经·新势力 A9

东方甄选“出抖入淘”为哪般



羊城晚报记者 沈钊

绯闻传了近一年，曾被否认的东方甄选“脱抖入淘”传闻成真。记者8月29日从东方甄选获悉，截至当天18时左右，东方甄选在淘宝直播GMV(商品交易总额)突破了1亿元。

记者从其淘宝直播间看到，该直播间场观看已经突破1000万，涨粉破120万。这是继7月东方甄选开启独立App直播以来的又一个多元化平台发展的动作。值得一提的是，与一年前俞敏洪否认“入淘”相反，此次入淘正是由俞敏洪带队。

此外，在近日举办的2023财年年报业绩交流会上，东方甄选CEO孙东旭首次回应淘宝直播一事，孙东旭表示，东方甄选会始终坚持开放的态度，博采众长，坚持多平台发展。



头部主播多平台布局已成大势所趋 图/视觉中国

“绯闻”传了近一年

大的世界，更好的甄选”。至此，盛传已久的抖音“头牌”MCN东方甄选入淘消息，终于得到官方认证。官宣当日，东方甄选港股收报43.05港元，涨幅超10%。

实际上，早在去年9月，就有传言称，东方甄选将参与当年的淘宝“双11”直播活动。网传截图中，东方甄选淘宝旗舰店客服曾表示：“东方甄选正在筹备当中。”

不久后，罗永浩宣布入驻淘宝直播，参与平台的“双11”大促。加之这一时期包括刘畊宏等在内的诸多头部抖音带货达人宣布入淘，东方甄选也被传出会参与淘宝“双11”直播的消息，但俞敏洪予

以否认。

彼时，俞敏洪公开否认了东方甄选“脱抖入淘”的传闻，并称其为“无稽之谈”。俞敏洪在微信公众号发文表示：“这两周，新东方又曝出了一些新闻。其中一件，是各种媒体报道，我和东方甄选会从抖音，转移到天猫平台上去。”在此之后，关于东方甄选“入淘”“出逃”抖音的小道消息接连不断。

而对于此次东方甄选“入淘”，合作双方显然也是卯足了劲儿，而广大淘宝用户们也对此相当关注。数据显示，早在24日官宣时，东方甄选的淘宝直播间带货300多款产品，包括农产品、生活用品、家电家居等，并发放千万福利红包。

问：哪天开播？

面对粉丝的殷切期待，东方甄选方面当时透露，将在8月29日正式开播，届时俞敏洪将亲自率队开启首秀。东方甄选旗下的国民主播天团，也将在8月27日开始轮番试播，届时直播间里会送出秒杀福利以飨粉丝。

记者8月29日从东方甄选方面获悉，截至当天18时，东方甄选在淘宝直播间销售额已经突破1亿元，同时在线人数持续在10万以上，累计观看人次超过1000万。东方甄选淘宝直播间带货300多款产品，包括农产品、生活用品、家电家居等，并发放千万福利红包。

“出逃”抖音意欲何为？

就在几天前(8月25日)，东方甄选控股有限公司(以下简称“东方甄选”，HK:01797)公布了截至2023年5月31日的年度业绩(即2023财年财报，对应2022年6月1日至2023年5月31日)。财报显示，东方甄选2023财年的营收约为45.10亿元，较2022财年同期的8.98亿元增加401.9%，较2022财年的持续经营业务收入增长650.98%；净利润为9.71亿元，2022财年为净亏损5.34亿元，实现扭亏为盈。此外，2023财年，东方甄选的自营产品数量超过120个，GMV(商品交易总额)达到人民币100亿元。

如此亮眼的业绩下，东方甄选“出逃”抖音的原因愈发受到关注。实际上，早在2022年6月，东方甄选的抖音直播间因为“双语带货”而快速走红，东方甄选一跃成为抖音头部的直播带货IP。但不久之后，便有传闻称，东方甄选抖音直播间遭限流。尽管对于限流一事，抖音平台方与东方甄选

均作出回应。但从数据来看，东方甄选与抖音的“蜜月期”似乎仅限于去年。数据显示，2023年1-3月，东方甄选抖音直播间的日均GMV跌至2000万元，月均观看人次更是跌破千万，远低于去年下半年的业绩表现。另有数据显示，今年上半年，除了5月份，东方甄选抖音直播间的月销售额均呈现出环比下降之势。

而在7月26日，抖音直播间“东方甄选自营产品”被关停3天。当天，相关话题登上热搜，关于东方甄选“出逃”抖音、账号被限流等话题也再次被提出。彼时，东方甄选快速在自建App上宣布开启促销，4天促销期内实现销售额超过1.1亿元。

“铁打的抖音，流水的网红。”综上来看，东方甄选“出逃”抖音，进行多元化布局已经成为一个必选项。不过，其实所谓的“出逃”也并非是彻底脱离抖音，而是将直播间复制或者搬到更多的平台，摆脱抖音平台对其的相关限制。

头部MCN跨平台战略成趋势

从整体行业来看，头部主播多平台布局已成大势所趋。以其他头部MCN主播为例，在交个朋友率先跨平台后，薇娅背后的谦寻也同时在淘宝、抖音平台开设了多个直播间，起先在抖音跳槽的刘畊宏与妻子vivi也去了淘宝进行带货变现，大嘴妹、云爸爸等多个抖音现象级的带货大主播都在淘宝创下了不错的销售业绩。

此前，俞敏洪曾在其个人公众号上表示过，基于外部平台建立起来的热闹商业模式有很大的脆弱性，过度依赖抖音一家平台总归不是一件好事。在近日举办的2023财年年报业绩交流会上，东方甄选CEO孙东旭首次回应淘宝直播一事。孙东旭表示，无论是抖音、淘宝还是其他平台，每个平台的用户群体、用户画像以及

各平台的优势都是有着比较明显的差异，东方甄选会始终坚持开放的态度，博采众长，坚持多平台发展。

对此，网经社电子商务研究中心网络零售部高级分析师岱岱青表示，在愈加互联互通的时代，各MCN机构也在尝试进入不同的平台，跨平台流动直播有利于直播带货行业发展。而东方甄选入驻淘宝直播无非也是为了寻求剩余的存量，挖掘新的消费群体。

国泰君安发布研报称，东方甄选2023年重新确立跨平台战略，有望开启规模增长新阶段。研报指出，抖音新主播迭代周期缩短，单一平台经营风险增加。东方甄选公司内容的稀缺性及跨平台布局下GMV有望快速增长，首次覆盖，给予“增持”评级。

湛江海鲜全国闻名，在这个中国海鲜美食之都，“中国对虾之都”就是当中一张亮丽的名片。这里是广东水产品主要养殖和进出口地区，水产品总产量和总产值连续20年位居广东首位，全国每5条对虾，就有3条来自这里。

在养虾这件事上，湛江是认真的。在对虾的核心优势养殖区，湛江以创建“国字号”的坡头区国家现代农业产业园为契机，践行绿色发展理念，推动坡头区水产高质量发展。

目前产业园内对虾良种覆盖率已经达到98%以上，标准化规模养殖率达到74.9%；已建成各类保鲜库容超6万吨，对虾冷链流通率达61%以上；建成产业园对虾智慧信息平台；对虾养殖基地的物联网技术覆盖率达75%左右。以产业园内的国联水产为例，其生态工厂化养殖实现了养殖过程全程可控，可以模拟对虾天然生长环境，并对水体、温度、营养等施以科学干预。

让消费者放心的是，目前产业园已建成对虾全产业链质量安全追溯体系，产业园对虾质量监督检验和溯源中心配置有国际先进的液质联用仪和电感耦合等离子体质谱仪等设备，具备对虾农残、兽残检测能力及相关检测能力认证。近三年对虾产品质量安全抽检合格率稳定在99%以上，近万亩养殖场取得供港澳活虾养殖场注册证，6家企业通过HACCP认证，10家企业通过COC环境管理体系认证证书。

依托全国最大的对虾交易市场霞山水产品批发市场，产业园已建成面向全国、辐射华南的区域性对虾等水产品物流集散地。恒兴集团、国联水产等主要对虾企业与京东等大型电商平台深度合作，电商与新零售加快崛起。近年来，湛江对虾在产业园走向全世界，国际朋友圈越来越广。被誉为“中国对虾”的国联水产，仅2020年在国外的销售收入就达24亿元左右。

(杨广)