F新闻深1°

# 车企创始人站台 “智能化、新能源”成焦点

## ——在北京国际车展感受产业未来

□ 中国妇女报全媒体记者 高越 文/摄

5月4日，2024（第十八届）北京国际汽车展览会在中国国际展览中心（顺义馆）圆满闭幕。据组委会介绍，本届北京车展在国展顺义馆和朝阳馆共吸引观众89.2万人次到场参观，其中国际观众达2.8万人次，智能化、新能源、自主品牌等词汇成为热点。

值得一提的是，此次参展的车企与以往不同，并没有邀请太多“传统”车模，而是新能源车企创始人纷纷亲自“下场”带货，被网友称为“新概念车模”，成为此次车展的一大亮点。

### 车企大佬“下场”带货 CEO成“顶流”

在本届车展上，车企老板们纷纷“卷”了起来，不但“卷”技术，还“卷”价格、“卷”流量。自小米SU7发布后，雷军成为一众车企创始人中的“顶流”，他一来到现场，就立刻被围了个水泄不通。

雷军的车展行程被全程直播，他除了参观理想新车，还去了比亚迪、蔚来、小鹏以及广汽等车企的展台，受到友商高管的热烈欢迎。“雷军感谢比亚迪帮助小米汽车”“雷军被李想锁车里”等话题也频频登上热搜。雷军抓住热度，称点赞过50万就购买一辆理想L6，并亲自到店选购，让两大车企赚足了流量。

另一边，穿着红色外套的360集团创始人周鸿祎爬上一辆越野车，坐在车顶当起了“显眼包”，称自己是“车展最老的车模”。搜狐创始人张朝阳和奇瑞集团董事长尹同跃则在北京车展E1馆E107奇瑞展厅，举行了一场别开生面的物理课，讲解混动技术的物理学原理和工程学应用。

与此同时，车企们纷纷互相站台，何小鹏到访了蔚来展台，并在蔚来创始人李斌的带领下参观了换电站。理想创始人李想到蔚来的展台参观了新车，还在极氪的展台里坐上极氪MIX和极氪智能科技CEO安聪慧交流。

在互联网的浪潮之下，传统车企行业受到冲击，纷纷开始了流量和人气之战。62岁的奇瑞董事长尹同跃也开始了直播首秀。他在个人直播中坦言，自己对外营销方面要“向余承东学习，向雷军学习，亲自去讲解、去介绍”。

观众排队进入小米汽车展台参观。

车展上亮相的一款飞行汽车吸引观众驻足。

据统计，小米SU7上市30天里，雷军的个人社交账号全网累计涨粉超451万。在车展上，雷军也公布了小米SU7正式发布28天后的成绩：锁单量75723台，已交付5781台，创下了业内新品牌首款车型上市首月的交付量新纪录，CEO们的个人魅力正在影响着车的销量和人气。

### 新能源汽车站上C位 自主品牌实力不断增强

本次北京车展吸引了许多国内外知名汽车品牌参展，其中参展新能源车型278个，比上届增长了70%；在117款全球首发新车中，新能源车型占比超过80%；近20个新能源品牌首次亮相，创下多个历史纪录，新能源汽车站上绝对C位。

“这是我第一次关注到新能源汽车，觉得它非常智能化、人性化，未来可能会成为我购车的首选。”车展上，30岁的金女士告诉中国妇女报全媒体记者，“有些新能源车的尾灯可以给其他司机点赞，让我觉得很酷。另外，车里的影音效果也非常好，看电影、听音乐都非常不错。”

29岁的白女士则更加关注新能源汽车的便捷性。她认为更智能化的新能源汽车可能会在帮助女性停车方面起到一定作用。

今年1到2月，中国新能源乘用车占比世界新能源车份额达62%，4月1日到14日，国内新能源乘用车零售26万辆，市场渗透率50.39%，首次超过传统燃油乘用车。在车展现场，小米汽车等新能源汽车展台被围得水泄不通，甚至需要排队才能进入参观。

本届车展，主办方设立了“智驾未来展区”，不断更新升级的智能化技术给用户带来更多新体验。华为两大展馆全面展示智能充电网络等智能化升级成果，并与鸿蒙智行展台联动展出智能电动车，展现其在汽车智能化领域的领先实力。大疆车载则带来驾舱一体、车载无人机方案等新技术，并与合作伙伴联合发布产品。宁德时代发布了兼顾1000公里续航和4C超充特性的磷酸铁锂电池新品。极氪带来了超快充解决方案，共同推动汽车行业的创新发展。

此外，车展上，跨国车企高管们不仅推介自家产品，还仔细研究中国新能源车的技术和设计。日产汽车宣布与中国科技公司百度进行合作，以进行人工智能和“智能汽车”的研究。日产总裁兼首席执行官内田诚还参观了华为等企业的几个展位。丰田则与腾讯合作，预计在今年销售的一款中国制造车辆中使用腾讯技术。韩国的现代汽车和起亚汽车也与百度签署了战略合作备忘录，计划在车联网、自动驾驶、智能交通系统和云计算等领域展开深入合作。

中国品牌的展台上不断吸引着来自全球各地的媒体、经销商驻足。随着中国汽车行业进入全球化新时代，中国自主品牌的实力正在不断增强，中国汽车走向世界舞台已成趋势。

F天天观点

# 理性追星才能在赛场内外收获快乐

□ 王恒

近年来，随着综合国力的不断提升，中国体育的发展愈发蓬勃兴旺，越来越多的体育项目及优秀运动员受到观众和粉丝的追捧，但部分非理性追星行为也借此滋生，使体育界出现“饭圈化”倾向。

运动员凭借其高超的运动竞技水平和永不言弃的体育精神收获观众和粉丝的喜爱理所应当。无论是得胜之后的欢呼雀跃还是失利之后的沮丧不甘，这些时刻都凝结着观众与运动员共同成长的难忘回忆和精彩瞬间，也成为很多粉丝多年之后仍津津乐道的话题，中国女排与亿万中国观众的激情互动就是这样的真实写照。

运动员在赛场上给观众和粉丝带来运动与力量之美，观众和粉丝在赛场内外为其加油助威，这本应是双向奔赴的美好画面，然而，如今，部分粉丝的非理性追星，却让运动员不堪其扰。狂热打榜、批评控评、跟拍、代拍、非法途径获取个人信息和行程等行为严重干扰运动员的训练和生活。“饭圈文化”的陋习正在浸染体育界。

运动员尤其是知名运动员拥有庞大的粉丝群体，因此跟拍代拍运动员行踪再制成周边售卖给粉丝就成为某些人获利的手段，而这样的操作不少粉丝也乐在其中、积极参与，更有甚者会闯入运动员下榻的酒店，严重侵犯了运动员的隐私，影响其备战的状态和心态。

体育竞技总是互有输赢，运动员需要坦然面对，观众和粉丝更应支持和理解。然而，不少粉丝总是表现出一副输不起的样子，把自家“爱豆”的失利全部归结为裁判、教练等相关人员的不作为，进而在现场干扰或在网上制造偏激言论，从而引发不必要的网络舆情。

还应注意到，部分观众和粉丝将关注点过分集中在了参赛运动员的妆容和穿衣打扮上，稍不如意，就在网上大加挞伐，将其外在形象和赛事成绩强行挂钩，忽略了运动员在赛场上挥汗如雨的辛苦和顽强拼搏的精神。

如果粉丝只是为了满足自己追星的私欲，而忽视体育竞技和运动员给人们带来的兴奋、激动、不舍、泪水……无视“更高、更快、更强、更团结”的内在精神追求，无疑是舍本逐末，最终得到的不过是空虚的满足感。

“饭圈文化”给体育界带来了负面影响，及时清理和整顿才能让运动员安全、安静、安心训练和备战。每一个粉丝也应从自身做起，理性追星，用掌声、欢呼和呐喊为心仪的运动员加油鼓劲，在激情澎湃、奋勇争先的赛场内外收获快乐。

新闻壹段评

## 已婚填“未婚”遭辞退存在就业歧视

入职信息已婚填“未婚”，公司能解约吗？法官提示，用人单位以劳动者未如实陈述婚育情况等为由予以辞退的，因解除行为缺乏法律依据，将构成违法解除劳动合同。5月4日，北京海淀法院披露了相关案例，对类案作出解释。

劳动者担心婚育情况可能影响入职，刻意隐瞒事实，将已婚填为“未婚”，确实有错在先。然而，用人单位以此为由辞退劳动者，缺乏法律依据，也存在就业歧视。要知道，婚育情况不能成为入职的门槛，这家公司此举被法院判决违法，彰显了公平正义。

## 到派出所打卡要适度

今年“五一”假期，湖南省长沙市天心区坡子街派出所成了网红打卡地。据报道，不少游客在派出所门前做出蹲下抱头的动作，假装自己被抓。派出所工作人员特地在大门口放置了一个喇叭，不停播放提示：“请文明打卡，严禁蹲下、抱头拍照，谢谢配合。”

派出所允许打卡，体现了其包容性。但是拍照归拍照，游客到派出所打卡时要时刻注重自己的言行举止，勿做出易造成歧义的动作或堵塞正常通道，不能影响和耽误派出所正常的工作，也不能损害派出所以及工作人员的形象，以免给公众带来误解。

## “网红玩具”岂能模仿食品包装

看到“维C果粒橙”“原味芒果干”“浓缩牛乳罐”“现磨奶皮”这些字眼，你大概率会认为，这是一些零食、甜品的名字。实际上，这是短视频、网购平台的店铺为营销“网红解压软泥玩具”——“史莱姆”所起的诱人产品昵称。近日，有博主发布视频质疑，如此形似食品的包装，很容易造成误食。

玩具就是玩具，需要跟食品区别开来，不能刻意混淆二者之间的概念和包装设计。“史莱姆”这类软泥玩具刻意模仿食品包装，埋下了巨大的安全隐患，一旦孩子误食，后果不堪设想。玩具厂商需采取必要措施，在玩具外包装上以显眼的方式提醒家长，严防孩子误食，以避免发生健康安全事故。对于厂商生产、销售模仿食品包装的“网红玩具”，监管部门应采取整治措施，将其全部下架、销毁，并对涉事厂商加以处罚、教育。

黄婷 整理点评

为爱减负，“甜蜜西城”活动启动

# 让北京传统文化与婚俗改革共绘幸福蓝图

中国妇女报全媒体记者耿兴敏 发自北京 近日，“新婚尚·简消费·好家风”——甜蜜西城启动仪式在北京举行，以此为抓手，引导年轻人践行结婚“简消费”。据悉，广德楼、老东楼、瑞蚨祥、内联升、张一元、戴月轩、全聚德、中国书店、菜百首饰、首都照相馆、丰泽园共12家单位成为“甜蜜西城·幸福联盟”首批成员单位。

西城区政府副区长陈大鹏介绍，西城区将坚持全面提升民生福祉，以高质量的婚姻登记服务主动满足广大市民的期待与需求，为婚俗改革注入更多发展活力。

优质的服务助力新人们奔向幸福的家庭。民政部社会事务司司长王金华强调，在跨省通办的新进程中，希望西城区民政局在北京市民政局的指导下，进一步统筹协调区级部门、相关企业联动发力，让婚俗新风在北京西城蔚然成风。

西城区民政局负责人介绍，会在提高三个“甜”度上下功夫。

一是要打造最美婚姻登记处，“甜”在市民心中。把跨省通办、全市通办的婚姻登记服务提质增效，使越来越多的新人选择西城区婚姻登记处缔结婚姻良缘。

二是要营造幸福氛围，“甜”在每个瞬间。在大栅栏街区设置city walk旅拍路线，沿途设置家风家教培育传承宣传点位，新人可以进行旅拍打卡。同时，通过泰安里、观音寺等文物活化利用场所举办国潮婚礼、纪念婚礼、慈善婚礼、红色旅行婚礼等特色突出、文明节俭的现代婚礼，教育和引导新人带头推动移风易俗，树立简约适度、绿色低碳的文明婚俗新风。

三是要共享改革成果，“甜”在凝聚共识。汇集公益力量，赋能产业发展，特别是组织更多商家加入“甜蜜西城·幸福联盟”，以优质惠民的产品，以让利于民的消费券等方式，稳妥有序发展“文明简约”的甜蜜经济，让新人们以及幸福家庭的建设者们从“甜蜜西城·五个一”活动中切身感受到婚俗改革的成果。

记者了解到，甜蜜西城启动以后，西城区将以“新婚尚·简消费·好家风”行动为抓手，深化好“甜蜜西城·五个一”建设：一个理念·礼在西城、一日消费·逛在西城、一张地图·喜在西城、一场仪式·爱在西城、一条路线·美在西城。

以法治宣传教育为抓手 做优法律援助服务

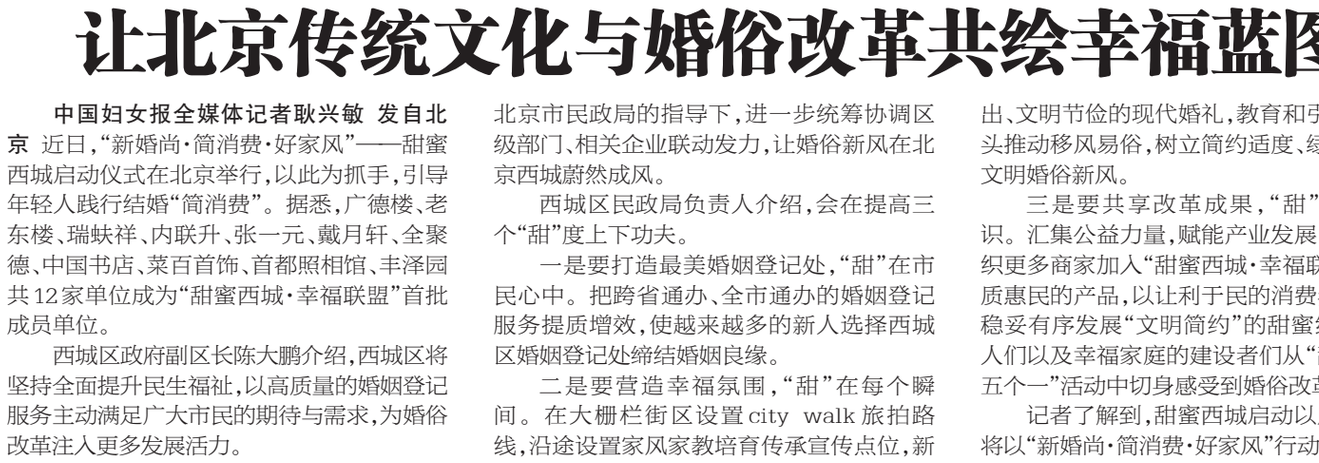
# 甘肃西和启动关爱未成年人专项行动

中国妇女报全媒体记者袁鹏 发自陇南 开辟法律援助绿色通道，对遭受校园欺凌和在校外遭受不法侵害的在校学生，简化法律援助审查程序，及时提供法律服务保障……日前，甘肃陇南市西和县“法援护未”关爱未成年人专项行动启动暨未成年人法律援助工作站授牌仪式举行。此次专项行动将充分发挥司法行政工作职能，和未成年人保护成员单位共同联动，以法治宣传教育为抓手，多举措保障未成年人合法权益。

据介绍，活动将通过成立未成年人法律援助工作站，发挥法律援助在未成年人等特殊群体权益保障、预防违法犯罪、社会矛盾化解、民事和刑事援助案件办理中的职能作用，进一步畅通未成年人法律援助与司法救助的联系渠道；组建保护未成年人法律援助律师团，积极参与未成年人家庭保护、学校保护、社会保护、网络保护、政府保护、司法保护中涉及法律服务的相关工作；结合实际，提供“法律+心理”服务模式，按照优先受理、优先审查、优先指派、优先办理的原则，为受援未成年人提供免费法律咨询、代拟法律文书、受理法律援助申请等法律援助服务；依托20个乡镇公共法律服务站和已建成运行的村级司法行政工作室，畅通各乡镇辖区内未成年人法律援助通道。

此外，活动还将聚焦民生，推进法援“惠民暖民”行动，成立“法援护未”专项行动小分队，针对农村留守儿童、受害未成年人、残疾未成年人、单亲（离异）家庭未成年人、服刑人员未成年人儿女等提供法律服务，采用线上（“12348”热线）线下（县公共法律服务大厅）联动模式，做好未成年人法律援助案件申请、转交和指派工作，让未成年人享受到优质、便捷、高效的法律援助服务。

# 博物馆里过假期



F女报视角

5月3日，小朋友在南京城墙博物馆内参观。
“五一”期间，各地博物馆游人如织，“博物馆热”持续升温。 新华社发（杜懿/摄）

社长兼总编辑：孙钱斌 值班编委：谢威 新闻热线：57983131 投稿邮箱：zbs2016@126.com 广告合作：57983208 发行推广：57983246 订阅处：全国各地邮局 定价：全年396元 每月33元
社址：北京市西城区地安门西大街103号 邮政编码：100009 国外发行：北京399信箱 国外发行代号895D 广告经营许可证：京西市监广登字20170275号 经济日报印刷厂印刷 法律顾问：北京市格平律师事务所郑菊芳律师