商务部发布《关于首批全国示范智慧商圈、全国示范智慧商店评审结果的公示》

初步确定12个全国示范智慧商圈

□本报综合报道

商务部网站 28 日发布《关于首 批全国示范智慧商圈、全国示范智慧 商店评审结果的公示》,根据《关于 开展智慧商圈、智慧商店示范创建工 作的通知》(商办流通函〔2022〕129 《关于首批全国示范智慧商圈、 智慧商店申报工作的通知》(商办流

育、自主申报的基础上,本着公平、 公开、公正的原则, 商务部委托第三 方机构组织专家对有关商圈、商店申 报材料进行评审, 初步确定 12 个全 国示范智慧商圈、16个全国示范智 慧商店。其中包括北京市三里屯商 圈、天津市佛罗伦萨小镇商圈、上海 市豫园商圈等。

首批全国示范智慧商圈、全国示范智慧商店名单 (按行政区划序列排序)

序号	地区	全国示范智慧商圈	全国示范智慧商店
1	北京	北京市三里屯商圈	北京三里屯太古里南区
2	天津	天津市佛罗伦萨小镇商圈	创意米兰时尚生活广场
3	上海	上海市豫园商圈	BFC外滩金融中心
4	江苏	南京市新街口商圈	金鹰国际南京购物中心、苏 宁易购新街口店
5	浙江	杭州市湖滨商圈	湖滨银泰in77、解百商业
6		杭州市武林商圈	杭州大厦
7	安徽	合肥市淮河路商圈	鼓楼商厦
8	山东	济南市泉城路商圈	贵和购物中心
9	广东	广州市天河路商圈	正佳广场、广州友谊商店正 佳店
10		广州市北京路商圈	新大新北京路店
11	重庆	重庆市解放碑-朝天门商圈	环球购物中心、来福士购物 中心
12	四川	成都市春熙路商圈	成都IFS

数字技术正加速改变生活

-第四届世界科技与发展论坛观察

□据新华社报道

佩戴上一个外观轻巧时尚的项 圈,用一个比普通 USB 大一些的设 备连接电脑, 点开一部电影后, 随着 影片情节出现森林画面,一股草木清 香立即扑鼻而来; 镜头切换到下午茶 时,咖啡、蛋糕、饼干的不同香味也 随之而来。

新奇的体验让参观者纷纷打听在 哪里可以买到产品,这是11月26日 至 28 日在四川成都召开的第四届世 界科技与发展论坛上发生的一幕。来 自 20 余个国家和地区、包括 7 位诺 贝尔奖获得者、60余位国内外院士 在内的300多名顶级专家学者、企业 家等共同探讨全球前沿科技创新与可 持续发展

数字技术和数字经济成为本届论 坛的一大主角, 涌现出许多新应用场 景。将气味数字化的创意来自杭州一 家名为"气味王国"的科技公司。 "企业拥有 140 多项专利,并对 3000 多种基础气味进行了编码。"公司负 责人秦勇正在成都开拓新业务, 们与国内外数十家企业、高校科研院 所及数百家影院开展了深度合作,推 出了电影、文旅、零售、演艺等不同 应用场景产品。新研发的便携式数字 气味播放器一推出就实现了数百万元

销售额,很受消费者青睐。 近年来,随着数字技术的飞速发 展,数字经济正在成为新增长点。四 川省委网络安全和信息化委员会办公 室副主任宁方伟介绍,四川 2021 年 数字经济规模达到 1.9 万亿元。四川

正大力推进成都智算中心等重大项目 建设, 打造国家级天府数据中心集 群,壮大数字经济核心产业。

数字技术也正在呈现跨界融合发 展的特点,为更多人带去福祉。成都 与睿创新科技有限公司推出借助 AI 技术实现外科手术全程数字化、标准 化的 SurgSmart 数字外科产品。记者 在展示现场看到,通过设备连接,一 台外科手术的流畅度、安全性评分 团队配合等在屏幕上以各种数字指标

在论坛举办期间,元宇宙概念 也得到与会人士的热烈讨论。 "2022年元宇宙装备正处在快速发 展进程中,比如虚拟现实的头盔采 取了新一代技术, 体积和重量下降 40%左右, AR 眼镜的重量也降到了70 多克。"清华大学新闻学院教授 "现在动漫和游戏等细 沈阳认为, 分领域很多都在跟元宇宙结合,企 业用户端应用很可能到明后年会有 很大发展。"

硅基大陆(成都)科技有限公司 在论坛上展示了自己核心的"云游 "在网络带宽足够的条件 下可以用手机上很小的内存就能畅玩 大型游戏,对消费终端的限制大幅下 降。"公司技术人员张桁说。

大型企业更关注元宇宙在实体经 济中的应用前景。"元宇宙技术最终 仍要落实到实际应用中,提高人和机 器的决策能力、协作效率。"联想集 团副总裁毛世杰说, "联想把元宇宙 定义为公司未来几个新的业务方向之

警惕厂家商家利用家长焦虑卖货

能长大个儿的贵奶粉行吗?

□据《北京晚报》报道

"儿童成长奶粉,告别身高 烦恼""未来 188 的帅小伙,指 日可待"……

利用家长的"身高焦虑", 市面上新近涌现出一些"长高" 类儿童奶粉。这些打着"长高" 旗号的奶粉靠谱吗?

刮 象

商家暗炒"长高"卖点

主播一手晃动着小包装奶 粉,另一只手在头顶做出上升的 动作,说把奶粉买回家给孩子 吃,能看到孩子"这方面"的起 色……这是近来抖音平台一款奶 粉专卖店的直播场景,虽然没有 说出"长高"二字,但主播的语 言和动作指向性明显。

"1天1袋,一米八八 "新品,一个月5-8cm" ……早在"双11"之前,不少消费者 就在微信朋友圈中看到过长高类 儿童奶粉的广告。虽然不同的页 面里广告词有所不同, 但都暗示 '长高"的意思。有消费者晒出 了与小程序客服聊天的截图,在 被问及"喝了真能长高吗"时, 客服人员表示,该产品"能辅助

在小红书等社交平台上,大 量代理商、博主等发布的推荐文 章中也有"冲向一米八的奶粉推 "未来 188 的帅小伙,指日 可待"等指向身高的明确表述。

孩子的身高是让很多家长感 到焦虑的话题。中国儿童少年基 金会曾进行过一次范围覆盖全国 近万名儿童的调研, 说是我国半 数以上的儿童未达到遗传身高, 近80%的儿童没有达到父母对其 身高的预期水平。

抓住家长的急迫心理, 商家 顺势炒作新品。在天猫平台"贝 因美宜智高专卖店"中,记者看 到一款店铺主推的"宜智高儿童成长高钙配方奶粉"。在商品首 "儿童成长奶粉,告别身 高烦恼"的宣传语被突出显示, 还附有一张儿童标准身高表,旁 边用大字显示"你家孩子身高达 标了吗"。浏览商品详情页可以 看到,"6位一体身高管理,为 骨骼生长提供动力""抓住骨骼 发育黄金期"等广告语比比皆

11月18日,圣元荷慕一款 儿童奶粉也被曝出使用"专为 3-15 岁儿童成长设计,早晚一 杯,个子长高高" 杯,个子长高高""高人一步, 助力宝宝骨骼生长"等广告语, 同时显示有儿童举起手丈量身高

此外,还有名为"宜品长高 "宜品臻高""加贝高" "比尼高"的奶粉,商品名称暗 含"真高"、 "加倍高"、 "比你 高"的含义。

比普通奶粉贵两倍多

在官方旗舰店找不到呢?"卢女 士的婆婆在网上看中了一款长高 奶粉。老人发来的链接来自京东 平台上的一家第三方店铺, 为求 放心, 卢女士马上到该品牌官方 旗舰店搜索,却没有看到这款奶

截至发稿,记者在该品牌的 京东和天猫平台旗舰店中, 也未 搜索到这款产品,只在一些第三 方店铺中销售。官方网站中也没 有对这款产品的介绍。记者向天 猫平台该品牌官方旗舰店客服询 问是否售卖这款奶粉,客服表示 "店铺没有售卖",在被问及该产品是否属于店内品牌时,对方表 示"不清楚"。

记者通过天眼查查询商标注 册信息发现,有两家公司申请注 册这款长高奶粉商标,一个显示 目前正在等待实质审查,另一个 显示目前正在申请中。

无独有偶。贝因美宜智高儿 童奶粉在贝因美官方旗舰店中也 难寻踪影。根据"贝因美宜智高 专卖店"信息,该产品是由袁氏 企业集团联合贝因美共同研发, 商标所属企业为湖南袁氏农牧科 技发展有限公司。

官网没有信息并不妨碍这些 奶粉打着"长高"的噱头以高价 出售。一款长高类儿童奶粉单 罐800克的售价为698元,是 同规格儿童奶粉价格的两倍以 单罐 700 克的贝因美宜智 高奶粉的价格为398元,按800 克折算约为 455 元, 明显高于 平均一两百元的普通儿童奶粉

值得关注的是,记者在国家 知识产权局商标局网站查询到, 有品牌多次提出"一米八八"商 标注册申请,而后多次被驳回。 其中一个原因是,申请"一米八 八"商标指定使用在"奶粉;羊 奶粉"商品上,直接表示了商品 的功能、用途等特点,不宜作为 商标注册。也就是说,目前在商 标层面,该品牌尚未得到官方认

专家

长高奶粉总体效果不大

儿童奶粉可以宣称具有帮助 "长高"的功效吗?

记者看到,多款儿童奶粉均 将初乳碱性蛋白(CBP)与长高这 -功效在一定程度上关联起来, 类似的物质还有乳铁蛋白等。那么,这些所谓的"核心成分"对 长高是否有益呢? 在北京营养师 协会理事顾中一看来, 总体来说 效果不大。

顾中一介绍, 初乳碱性蛋白 在 2009 年开始被允许作为一种 新资源食品用于食品生产,不属 "这个东西 于药品、保健食品。 提取自牛初乳, 在细胞和动物实 验显示出了成骨细胞增殖和对骨 代谢的影响,没有什么临床证据 显示能在人体身上起作用,在长 高上更是缺少证据。"

顾中一说,作为一种比较常

见、研究较多的食品添加剂,乳 铁蛋白对长高的影响更加缺乏证 据。

想让孩子长高,家长应该如何 做呢?顾中一介绍,家长要在孩子 的营养、睡眠、运动三个方面综合

"营养上很多人常常过于在意 各种微量营养素,但其实保证热 量、优质蛋白的摄入很重要, 充足 的蔬菜、水果也很有意义,奶对于 骨骼健康很有好处。如果孩子户外 活动不足,还要记得补充维生素 D。另外, 高质量的睡眠和生长激 素有关,而生长激素对于机体代谢 合成、骨骼细胞增长都很有益处, 所以每天要保证充足又高质量的睡

顾中一还提到,不同的运动对 骨骼各有益处,一般来说中高强度 的运动效果比较明显, 例如挥拍式 运动、户外活动还可以增加钙的吸 收。家长也要注意孩子良好的坐姿

提醒

暗示长高涉嫌虚假广告

在中国法学会消费者权益保护 法研究会副秘书长陈音江看来, "长高"类奶粉的宣传广告之所以 频频出现,主要是商家抓住了很多 家长迫切希望孩子长个儿的心理, 但是,作为普通食品的儿童奶粉是 不能进行功效型宣传的。

《中华人民共和国食品安全法 实施条例》明确规定:"对保健食品之外的其他食品,不得声称具有 保健功能"。作为普通食品却明示 或暗示具有长高功能,除了可能会 对消费者造成误导,还涉嫌违反广 告法中对虚假广告的定义。

"少年儿童处于生长发育阶 段,正常饮食就会长高,是不是因 为吃了某一款奶粉才长高不好鉴 定。商家故意采取这种在宣传中打 '擦边球'的形式,涉嫌误导消费 者。"陈音江说。

北京市中闻律师事务所律师李 斌则表示,"一米八八"等作为产 品名称,属于商家的策划创意,只 要不违反相关禁止性规定,如违背 公序良俗、妨害公共利益等, 就是 可以使用的。至于相关宣传行为是 否能够被认定为虚假广告,需要市 场监管部门的严格认定。 "比如它 的广告是不是使得消费者对真实情 况产生误解,并影响其购买决策和 其他经济行为等等,需要一系列具 体的认定和判断。"

在媒体曝光后,圣元荷慕品牌 部工作人员对外表示,"对于目 前出现的不符合荷慕品牌宣传的 内容,已经勒令第三方代运营公司下架并整改。"截至记者发稿 时,电商平台的荷慕官方旗舰店 内, 涉及"长高"的儿童奶粉宣传

"消费者还是要树立科学理性 的消费观念,不要听信商家尤其是 一些自媒体'网红'、博主所谓以 自身经历来描述产品功效的宣传, 而去高价购买'长高'奶粉。"陈 音江说。

"这奶粉是真的吗?为什么