

“莆田鞋图形”集体商标获批注册 莆田鞋能否摆脱山寨鞋名号?

事件概述

曾经“假鞋”“高仿鞋”代名词的“莆田鞋”，正在努力甩掉山寨标签。记者了解到，近日，“莆田鞋图形”集体商标被国家知识产权局批准成功注册。在“莆田鞋”的图形商标里，一根鞋带为主体，串起了“莆田”拼音的首字母“PT”。“文字还没下来，图形商标现在可以用。”莆田市鞋业协会工作人员表示。鞋业是莆田市重要的支柱产业。据了解，这也是福建省首个以市级行政区划地名命名的鞋业集体商标，至此，一直困于“山寨鞋”困局的莆田鞋业，也即将迎来“真莆田鞋”时代。不过，“莆田鞋”如果想要成为“邻居”晋江市安踏、特步一样的品牌，或许还很遥远。

(来源:红星新闻)

网友评论

@上善若水:支持国货品牌,自己东西好何必仿冒别人,金碑银碑不如千家万户的口碑!

@听风:莆田产的鞋,质量不输阿迪耐克,支持民族品牌崛起。

@海阔天空:正版阿迪穿一年多就破洞,盗版椰子脚踩两年如新,从此不再考虑所谓正版。莆田加油!多出好看、耐穿的鞋子!

@丐帮公主:已经因为质量好做工精细火

了,何必还冒用他人品牌。

@Aaron(啊伦):莆田鞋商标成立的基础上,应该是自主产品,而不是仿冒鞋,希望国货能强大起来。

@咸鱼淡肉:鞋是真的不错,价廉物美,千万不要做成商标后变成价高物廉了。

@70N9:国货的天花板不是质量,而是设计,对设计发力,才能更好地将国货发扬光大!



小编说两句

长久以来,由于为国际知名运动品牌的鞋类代工,莆田给消费者留下了“仿制”的刻板印象。无品牌、无设计,让莆田鞋一度成了“山寨鞋”的代名词。此次拿到集体商标,或许可以将当地不同鞋厂联合起来,通过更高标准的内部规范和品控机制,为莆田鞋的原创品牌之路破题。而“真莆田鞋”能否在市场中分一杯羹,还需相关企业深耕质量,创新取胜,必将任重而道远。



比亚迪宣布停产燃油车 新能源车产能要“爆仓”?

事件概述

小长假期间,比亚迪宣布一个重磅消息:3月起已停产燃油车,其3月乘用车销量中已经没有了燃油车占比。数据显示,比亚迪3月乘用车销量达104338辆,电动化率100%,再次刷新中国新能源汽车月销纪录。伴随这一消息,比亚迪也成为全球首家正式停产燃油车的企业。同样在近日,潍柴集团董事长兼CEO谭旭光称新能源车将会出现一次灾难性的产能过剩。他表示,新能源行业“比较热闹,一窝蜂上,无序竞争”,通过资本市场膨胀财富,导致资本市场对新能源的无序的资本膨胀。

(来源:21世纪经济报道)

网友评论

@黄朝明:我一台沃尔沃油车,一台特斯拉电车。自从买了电车,油车就没开过了,一个月200元不到的电费。现在打算卖了沃尔沃,只开电动车。

@欢欢呀:燃油车停为了蓝天,新能源电车就真的环保吗?

@习惯:都说电车好,那电是哪来的?中国大部分电都还是依靠烧煤来发电,那不是污染吗?废电池不是污染吗?还有,农村的人买电动车要去哪里充电?难道可以像自行车一样扛到家里去充电?

@遼陽宏图-朱立男 Judy Zhu:在东北,电车永远赶不上燃油车。

@鲁龙[隆基]:研发生产使用清洁能源的车辆,是企业的事儿。改变用煤炭作为电力主要生产原料的能源结构,是政府的事儿。齐头并进,才能真正清洁。

小编说两句

近些年,新能源车的补贴、优惠政策,不仅吸引了消费者的目光,也让一些生产厂商纷纷入局。但在产业总体规模快速扩张的同时,分化也日趋明显:一方面,头部企业产销两旺;而另一方面,数据显示,2021年至少有50家企业月生产不足千辆,其中近20家月生产0辆,处于停摆状态。新能源投资,背后的风险不能忽视,要合理制定产业发展规划,冲动投资要不得。



不吃不喝“辟谷”治百病? 学员断食5天精神恍惚

事件概述

让学员不吃食物通过练功“采集宇宙能量”;宣称辟谷能治愈任何疾病;给学生“点穴”治风湿;号称能用意念隔空取物……记者卧底调查发现,收费2380元的辟谷培训班,讲师对外自称是药王孙思邈的第61代传人,却并无医师资格证。自称能“隔空取物”,却拒绝表演称不能随便展示。讲师坦言,自己“算是非法行医”,不会轻易给别人针灸,客户基本上都是熟人,“怕被举报”。培训班内,有学员在辟谷5天后自称“感觉整个人很虚,精神有些恍惚”。

(来源:人民网)

网友评论

@程刚·Kevin:妥妥的智商税!

@凯旭:这是碳基生物该考虑的事情吗?

@龙骑士Leo:问题是,竟然有人信!

@朱鹏飞:一会像花草树木,一会像冬眠的动物,就是忘了自己是个人。

@喵小乖:这个老师到底自己吃不吃饭?很想知道。

@风投666:不懂的人为了赚钱开班,很害人的。我同事正在辟谷,已经22天了。人家是有正确方法的,还照常上班。

@Tom without Jerry:医学生路过,最近正在努力学中医,看到这样的事情真是气得不行,就是因为这些人打着这种招牌招摇撞骗才败坏了我们的传统医学和文化,不明阴阳,不论五行,不辩八纲,不晓经络,却满口所谓玄妙,胡言乱语。

@铁路:所谓气功已经被取缔20多年了,科学意识还应该进一步加强。

小编说两句

说起“辟谷”,不是新事物,可到现在依旧能轻而易举收割人们的智商税。这些辟谷培训班,会搬出经典古籍中的相关内容,利用人们对传统文化的盲目信奉和对科学知识的相对缺乏来大肆渲染其养生保健和治病救人的疗效。相关部门应当线上和线下渠道同时发力,加大监管力度。另外也要做好健康科普工作,纠正社会的一些错误认知,指导人们科学保健、正确养生。



影视解说变“胡说” 短视频只为“养号”

事件概述

“周楠出国没死”“周秉毅有私生子”“小老虎并非顾磊亲生”……近期,《人世间》《心居》等电视剧热播走红,许多短视频营销号便制作了大量对热门电视剧进行“狗血”胡说的短视频,让剧集走向变了味。日前,记者“暗访”这些营销号,发现了不少大剧解说号背后都是“收钱办事,一天出稿,可长期合作”的营销团队,赚取足够流量后便会转型做直播带货、团购促销等。而影视公司为此叫苦不迭,甚至为此还遭遇过观众的投诉——为什么你们的剧情不按照剧透上来?

(来源:北青报)

网友评论

@北青电影手册派:编剧都写不出的剧情啊……

@Doublefuckkkk:正能量的剧,被糟蹋也误导别人三观。

@Lee:终于发现了,这些东西贼恶俗,早就厌恶死了!

@水满未必溢:这年头胡说八道能挣钱,严肃正经惹人厌……歪风邪气成有理,胡搅蛮缠最划算。

@nn:解说电视剧也就罢了,还有那些假科普传播错误的知识,甚至还有一些专门制造假消息假话题的,恶意抹黑或者洗白历史上的人物,这些都该管管。

@猫爷:主观臆测,毫无凭据,信口开河,缺乏专业素养是这类营销号的弊病,打着科普的幌子做买卖是该管管了。

@Wayne:短视频平台有不可推卸的责任,不能因为这些营销号为平台带来流量就对这种行为睁一只眼闭一只眼。

小编说两句

影视营销号恶意“创作”,当然是为自己牟利。他们踩准了市场对剧情猎奇、媚俗的心理,只求最大程度、最快速度地攫取流量,根本不会考虑“胡说”后果。但需明确的是,这些行为已经涉嫌违反《网络短视频内容审核标准细则》规定。所以,为有一个好的观剧体验,追剧者要有耐心慢慢追,不要轻信这些“解说”;版权方与平台方要合作,及时发现清理。