立冬临近，一些保温保暖用品迎来产销旺季

过冬小物件 实用还时尚

神州看点

河北石家庄新乐市
电热毯电热披肩更智能

在河北石家庄新乐市的一家电器企业生产厂区，机器轰鸣，工人在生产线旁忙碌穿梭。发热线、控制器、面料等零部件经过组装加工，电热毯、电热披肩、暖脚宝、护颈热敷垫等形式多样的电热取暖产品新鲜“出炉”。

“这批是澳大利亚客户的订单。”该企业外贸经理陈丽丽拿起一件微电脑恒温电热毯介绍，“这种轻便美观、方便携带的取暖产品，很受国外消费者欢迎。”

去年，这家企业产值突破1亿元，产品远销智利、意大利、澳大利亚等国家和地区。“这几年，来自欧洲的订单持续增多，我们根据当地客户的使用习惯优化面料材质、升级控温系统、改良贴合版型，让产品可适配居家、办公、户外等多元场景。”陈丽丽说，单是去年冬天，企业外销的电热毯及相关产品就超100万件。

新乐市电热行业协会会长牛建龙回忆，曾因产品“不够档次”，企业参加各类展会常租不到热门展位，加上同类产品竞争，转型迫在眉睫。新乐市整合电热毯产业，成立行业协会，还请来国家级权威质检科研机构工作人员当技术顾问，搭起“企业联动、专家支撑”的平台。

思路一变，产品也焕然一新，拥有微电脑恒温、数码控制等功能的产品陆续推向市场。除了传统电热毯，当地企业还研发出可穿戴电热披肩、便携暖脚毯、护颈热敷垫等取暖产品。

依托石家庄装备制造等产业优势，新乐市还顺势延链补链，一条涵盖物料注塑、加热线生产、成品包装、物流运输的完整产业链逐步成形。如今，新乐市拥有电热毯生产企业91家，配件生产企业14家，产品销量占全国总销量的40%，全行业年产值达20亿元。

广东潮州潮安区
保温杯品类日益丰富

天气渐凉，很多人手边都摆着只保温杯。这些保温杯，有不少产自广东潮州市潮安区彩塘镇。

在当地一家不锈钢制品企业的产品展厅，一只香水瓶样式的不锈钢保温杯杯身纤细，口径收得很小，红宝石底色配上鎏金束腰，把水杯变成一件时尚单品。

“常规保温杯口径多在40毫米至70毫米之间，这款保温杯内径只有26毫米。”该企业董事长谢文挺说，小口喝水不容易洒漏，也能尽量避免烫伤，195毫升的容量还适合随身带。

在另一家五金制品公司的展品展厅，一款马卡龙色系的大容量真空杯吸引不少客商驻足。它的创新，藏在杯子的杯壁夹层中。“我们将成熟金属深加工工艺应用于保温杯产品上，通过内胆镀铜抑制热辐射，搭配合适吸气剂锁稳真空，全流程把控生产洁净度，减少气体析出，实现产品持久保温、经久耐用。”这家公司的总经理谢楚彬介绍。

“产业配套是我们的关键优势。”潮安区不锈钢行业协会相关负责人介绍，当地上下游产业配套就近协同，保温容器内胆用料持续升级，无尾真空技术、激光焊接等新工艺不断应用，让保温杯的保温性能与耐用程度都明显提升。

“除了保温杯，由保温需求延伸出的生活器具品类也不断上新。”彩塘镇党委书记谢勉锐介绍，从保温水壶、保温饭盒到焖烧罐，品类日益丰富，功能各有侧重，或长效保冷、或密封锁汤、或茶水分离，服务不同人群的饮水与用餐需求。

潮安区集聚了1270家五金不锈钢制品生产企业，其中规上企业81家，2025年规上产值74.21亿元，全行业从业人员超10万人，产品销往50多个国家和地区。

浙江金华义乌市
热水袋穿“外套”成潮玩

在浙江金华义乌市，萌趣可爱的卡通热水袋、紧跟潮流的毛绒热水袋……如同潮玩爱好者为玩偶购置不同的“娃衣”，热水袋也凭借可更换、有时尚感的“外套”，吸引全球采购商的关注。

在义乌国际商贸城经营户童航英的店铺中，有像“小灯笼”一样的热水袋，还有珍珠手柄手提热水袋……各式各样的热水袋琳琅满目。每年上半年，童航英所在的企业就开始为海外客户备货。9月份开始，热水袋陆续出货，客户主要来自欧洲、南美、中东等地。

义乌市场经营户还根据市场需求拓展功能、创新外形，以适配不同使用场景。比如可以拎的热水袋，在外层保暖套上设计了毛绒把手，外形上更像一个包，方便外出使用；设计成长条形的热水袋，更适合晚上睡觉时暖被窝用；还有巴掌大的热水袋，方便随身携带……

当地另一家热水袋工厂的负责人宋俊婧从事热水袋生产销售多年，“热水袋的消费群体越来越年轻化，所以我们在产品设计上既要实用，又要时尚。”宋俊婧介绍，店里一款卡通毛绒热水袋，颜色鲜亮，带挂钩，方便携带，非常受年轻消费者欢迎，产品供不应求。

进入11月后，气温下降，线上线下、国内外的订单集中爆发。“现在，我们工厂每天都忙着为客户赶制订单。我们也将根据当前的流行趋势，研发更多新品。”宋俊婧说。

随着天气转凉，在义乌国际商贸城，不少主营热水袋等取暖用品的经营户已经备好货。据义乌电商平台“义乌购”统计，义乌市场热水袋10月销售额相比9月增长了3倍。

（综合石家庄日报记者**赵元君、马静**，潮州日报记者**林宗楷**，金华日报记者**方静**报道）



四海听音

把『家常一句』办成『实事一桩』

杨笑雨

在上海普陀区，一堵有安全隐患的攀岩墙经居民建言，改造成全龄段益智互动墙；在重庆江津区，家长反映的校园周边路灯昏暗问题，3天内19盏灯完成换新……这些散落在城市角落的“小烦恼”，看似鸡毛蒜皮，却折射出同一道治理课题：如何把群众的“碎碎念”转化为解决问题的金钥匙。

不仅要办好一件事，更要办好一类事。河南南阳唐河县从一条井盖破损的建议出发，拉网排查全县窨井，整改问题井盖百余处，把高频建议梳理成“问题清单”、转化成部门“任务清单”；山西晋城市打通不同部门数据壁垒，对零散诉求自动聚类。一个诉求带出一批整改，一件实事撬动一类治理，从“就事论事”到“举一反三”，从“解燃眉之急”到“谋长远之策”，也有助于城市治理实现由点及面的系统升级。

人人都是城市治理的参与者。当群众愿意为公共事务多发声，相关部门把群众“家常一句”办成“实事一桩”，城市共建共治就有了更加坚实的基础。

一个人的想法是火花，一群人的智慧是火焰。从“办好一类事”到“聚拢一群人”，搭起的不仅是沟通的“连心桥”，更画出了共建共治共享的同心圆。期待各地多些开门问策的烟火气，让城市的高质量发展底色更温暖。

“晒秋”，晒出城市人文温度

何 若

红叶翻浪、金叶铺锦、青松缀翠，风一吹，层层秋色在枝头摇曳，连光影都染上了几分韵味。社交媒体上，年轻人争相“晒秋”。在北京，有人打卡老舍故居“丹柿小院”，看橙红圆柿映灰瓦、疏影落在青砖上；有人涌入胡同小院、露台，点一杯秋日限定“落叶咖啡”，看藤椅边的树影慢慢拉长……

从“晒秋”之乐，也能看到大众需求的变迁。随着经济社会发展，人们对城市的期待不再限于满目繁华，还有蓝天白云、绿草繁花。

这样的需求正被稳稳接住。在不少城市，春天的口袋公园，夏天的滨水空间，秋天的健身步道，冬天的寻常街巷，处处是景、抬眼见花。

公共空间越来越美，城市人文温度也在不断提升。近年来，每到秋季，为了让美丽秋色能陪伴市民更长时间，相关部门专门下发通知，施行“缓扫落叶”。除此之外，缓剪绿枝、善待野草等细节之举也越来越多。尊重自然规律，发挥生态价值，丰富城市景观，都在为城市增添独特的人文韵味。

（摘编自《北京日报》）

八方速递

长三角联合发布42条高铁游线路

本报苏州11月4日电 （通讯员**赵焱**）近日，2026“快车漫游·黄金搭档”长三角高铁旅游小城联动推广项目在江苏苏州张家港市发布，现场推出42条跨区域黄金搭档线路及12条江苏省内线路，涉及康养、人文、非遗、亲子等主题。

自2021年苏沪浙皖启动高铁旅游小城遴选以来，百座特色县市区脱颖而出。今年，江苏牵头联动沪浙皖，打造2—4日微度假产品，经征集、专家策划、全民遴选，42条线路入选，推动小城跨区域结对，资源互补。

上海浦东聘任首批外籍“城市推荐官”

本报上海11月4日电 （通讯员**许素菲**）日前，上海浦东新区邀请工作、生活、行走在浦东的外籍人士，打卡浦东网红地标、分享浦东美好生活，通过海内外社交媒体，讲述“异乡不异地”“此心安处是吾乡”的浦东故事，并聘任7名外籍人士成为首批浦东“城市推荐官”。

黑龙江将施行地名管理新规

黑龙江日报哈尔滨11月4日电 （记者**杨惠暄、刘瑞**）日前，重新制定的《黑龙江省地名管理规定》正式对外公布，将于今年12月1日起施行。《规定》重点聚焦健全地名管理的体制机制、细化命名更名的程序、管好用好地名标志和地名信息、地名更好服务产业发展、保护传承地名文化等方面。

云南已培育“滇字号”特色劳务品牌324个

云南日报昆明11月4日电 （记者**李海球、王怡文**）云南2026年新认定培育的20个省级劳务品牌名单近日公布。至此，云南已培育“滇字号”特色劳务品牌324个，其中全国知名劳务品牌7个、省级劳务品牌89个，带动约860万人就业。

贵州推进岩溶洞穴资源管理

贵州日报贵阳11月4日电 （记者**干江东**）贵州是我国喀斯特岩溶地貌分布最广、发育最典型的地区之一。为精准摸清岩溶洞穴资源，贵州88个县（市、区）持续推进岩溶洞穴资源普查。贵州省自然资源厅划分原生态、开发利用、存在生态问题三类清单，目前清单基本定稿，进入动态更新常态化管理。

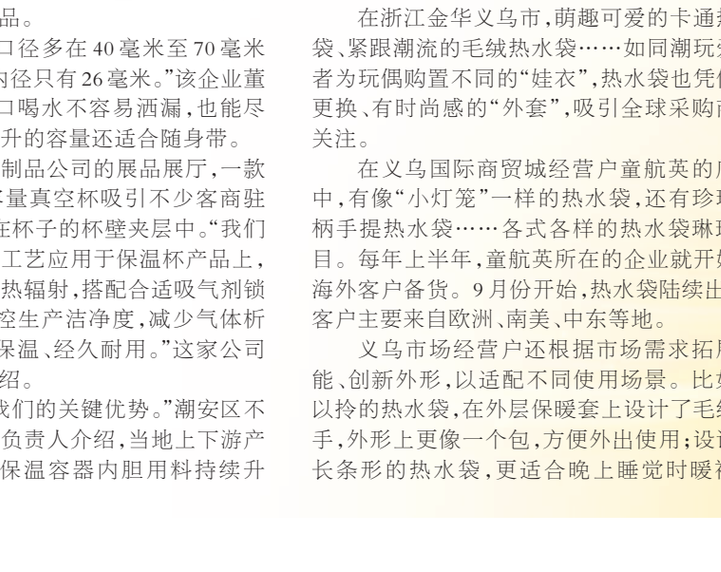
新疆试点药品说明书适老化及无障碍改革

新疆日报乌鲁木齐11月4日电 （记者**任春香**）新疆日前启动药品说明书适老化及无障碍改革试点，鼓励药品上市许可持有人参与试点，提供药品说明书、标签语音播报服务、盲文信息，更好保障老年人和视力障碍人群等安全用药。

“老外”体验“奔县游”

近日，广西桂林市龙胜各族自治县龙脊梯田的稻田进入集中收割季。这是当地每年重要的农事活动和文旅体验项目。

今年，不少外国游客提前与当地民宿沟通，前来旅游观光、体验各类农事活动。





上图：在龙胜各族自治县龙脊镇平安村，外国游客体验用扁担挑水稻。

左图：外国游客与平安村村民一起跳丰收舞。

以上图片均为新华社记者**曹祎铭**摄

小微健身场让运动更便利

新华社记者 何磊静 王君宝

晨光洒向街巷，高架桥下、河畔岸边、老旧厂区的边角地块逐渐热闹起来。江苏南京江心洲南岛体育公园内，网球击打声此起彼伏；黑龙江哈尔滨湘江公园篮球场，年轻人奔跑跳跃……曾被忽视的城市角落，正变身家门口的运动乐园。这些“小而美”的健身点位，致力于补齐大型场馆距离远、可达性弱等短板，推动“15分钟健身圈”落地生根。

专家指出，“小而美”健身设施依托存量空间实现“低成本、快落地”微改造，占地面积可能不大，但功能布局精细、服务半径精准、适配人群广泛。不少地方还能做到全龄友好，让老人有康养场地、青年有球类赛场、孩童有游乐区域。

同时，小微健身场地也成为促进邻里交往的纽带。江苏宿迁的古黄河公园门球场，年过六旬的居民吴文广几乎天天“报到”。运动把陌生邻里联结起来，运动场上的交流互动，塑造出新的社区文化。（据新华社电）

乡村来了文化特派员

青海日报记者 魏 爽

青海海西蒙古族藏族自治州天峻草原，草甸泛着浅金。一顶牧帐里，文化特派员李善元盘腿而坐，把相机屏幕转向围坐的牧民：“瞧，兔狲耳朵立起来那一瞬，快门就得跟上，光圈再收一档。”一年来，他背着相机走进10个乡镇的帐篷与管护站，把晦涩的参数翻译成牧民熟悉的语言，建起摄影交流群。近300名牧民和生态管护员从“摄影小白”变成能捕捉家乡之美的“草原摄影师”，也将这样的光影课堂从牧帐延伸到更远的高原村落。

2025年以来，一支由青海省委宣传部统筹选派的队伍走进青海乡村——非遗专家、文艺编导、音乐教师……百余名专业人才把办公室“搬”进田间地头，用一技之长为江源大地“种”下文化，也“种”下新风。文化特派员们手把手带徒弟、传技术，一批批图书馆馆员、音乐教师、曲艺骨干成长起来，一支“带不走”的本土文化力量正日渐壮大。

Token走进大众消费

新华社记者 王 淳 李晓婷 张 璇

今年“双11”，Token（词元）以独立品类在多个电商平台上架，看不见、摸不着的算力服务，变成可以下单的商品。

为Token付费，本质是在为背后消耗的算力买单。过去，这笔消耗只在大模型厂商后台按调用量结算，用户不知单价，也无从比价。如今，把Token摆上货架，最直接的变化是购买门槛降低了。

哪些人在买Token？一家电商平台给出了用户画像：主要为有明确AI（人工智能）使用需求的个人和中小企业，比如家庭用户、学习型和研究型用户及一人公司等。这家电商平台相关负责人介绍，这些用户本身就在稳定使用大模型，过去分散在各厂商平台按消耗付费，如今可以像逛店铺一样一站比价、按需“囤”Token。

对普通消费者而言，购买Token主要有两种方式：一是买按量付费的充值券，类似话费，用完再买；二是按包月包年的固定额度订阅。但也有不方便的地方，主要是在固定额度上，买多了用不完，买少了又不够用。

把Token摆上货架只是第一步。多位业内人士表示，要真正成为大众消费品，词元服务还需应对计量核算、定价机制、安全管控与合规治理等方面的挑战。

国家信息中心大数据发展部副主任王建冬建议，尽快统一词元计量口径，建立换算标准，同时规范计费披露，引入第三方核验。部分消费者期望，电商平台加强Token售后服务，比如对未用完额度的处理、消费争议的解决，给出明确的办法，让消费者买得放心、用得明白。

（据新华社电）

年度最亮启明星11月将现身

新华社记者 周润健

11月上旬至中旬，金牛座流星雨将迎来活跃期。受辐射点位置差异影响，该流星雨分为金牛座南流星雨和金牛座北流星雨。中国天文学会会员、天津科学技术馆天文科普专家宋媛媛介绍，11月6日3时左右，金牛座南流星雨迎来极大；11月13日2时左右，金牛座北流星雨迎来极大。两场流星雨的极大时段均无月光干扰，非常适合观测。

今年狮子座流星雨将于11月18日8时迎来极大。宋媛媛介绍，狮子座流星雨适宜在午夜后观测。18日月相为盈凸月，午夜后便会落下，整体观测条件不错。

行星也是看点满满。11月16日，火星与木星出现视距离极近；11月21日，水星迎来今年最后一次西大距，这也是本年度最后一次在清晨观测水星的机会。11月26日，天王星冲日，是观测天王星的绝佳窗口；11月30日，以启明星身份出现的金星将迎来全年最亮时刻。宋媛媛提示，晴好天气下，在日出前2小时内，公众便可在东方低空寻觅到这颗灿若宝石的亮星。

（据新华社电）

直播间购物如何避坑

河南日报记者 荆 锐 孔学姣

“双11”电商大促已经拉开帷幕。购物过程中，如何规避直播间剧本营销、刷单造假等乱象？

相关办案人员介绍，直播带货在提升交易效率、丰富消费选择的同时，也滋生出“剧本式”“表演式”虚假宣传等乱象。办案法官匡鹿颖给出建议：“消费者网络购物收货取证时，拍摄照片、视频应当包含物品全貌、数量或称重信息、时间戳，妥善留存商品页面截图、直播录屏资料、订单凭证、聊天记录、物流信息等证据材料。”

管住直播乱象，监管持续发力。今年2月起，《直播电商监督管理办法》正式实施，明确市场监督管理、网信部门应依据职责加强对直播电商活动的监督管理，并建立健全线索移交、信息共享、会商研判等工作机制，将电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构四类主体一并纳入责任框架。

对消费者来说，实际的做法或许在于：不要等到权益受损才想起法律，而是在每次点击购买时，就为后续可能到来的维权备好证据。

身边的新鲜事

本版责编：陈 娟 杨笑雨 董汶鑫
版式设计：张芳曼
征稿邮箱：rmrbgdcz@peopledaily.cn