

这种“大瓶”是创意还是隐患

脉动3D立体广告被指挤占公交站空间,制作公司:将积极整改

本报记者陈诗娴 长沙报道

近日,达能旗下饮料品牌脉动在全国多地公交车站台投放的3D立体户外广告引发争议。该广告以巨型青柠味脉动饮料瓶造型呈现,从平面广告牌中凸起,悬置于候车座椅之上。有网友表示,立体3D瓶身高度凸出部分挤占公共空间,影响市民座椅休息区域,存在安全隐患。6月26日,记者走访了长沙部分公交站点,发现有脉动3D立体户外广告投放。对于凸出部分挤占空间,该立体广告制作方表示,未考虑公交站不同规格,表示歉意,将根据市民诉求进行积极整改。

现场 网友担心乘客被撞到

近日,广东、北京、浙江、山东等多地网友陆续在社交平台发帖称,脉动在公交车站投放的立体广告,影响市民座位需求,且存在安全隐患。有网友发帖称:“这不是创意,是缺心眼!”“广告再酷炫,能当座位坐吗?”有网友表示,凸起的瓶身导致公交车站座位区域被挤占,此外还存在安全隐患,如果乘客玩手机或者老年乘客,恐怕会不小心撞上。记者搜索社交平台发现,长沙也有部分公交车站铺设了脉动立体广告装置,在网友拍摄的照片和发帖中,包括了岳麓区左家垅公交站和开福区幸福桥公交站。6月26日,记者来到岳麓区的左家垅公交站,在公交车站等候区看到了一个脉动的立体广告牌。从现场来看,立体的脉动瓶身装置斜着黏在广告牌上,瓶身下方位置,刚好对着座椅,导致座位部分区域变窄,记者现场尝试坐在此区域,身体约有三分之一部分会有影响。此时正值附近学校中午放学,不少小学生在此等候公交车,记者观察发现,这条座椅能坐四五个小学生,靠近立体广告牌位置的座位区域相对其他区域稍窄一点。对于这块立体广告牌,有小学生表示,这个广告牌很好玩,也不影响坐。不过,一些市民则表示,到了早晚高峰期,公交车站等候区域人多的时候,还是会有影响。“可以把这个立体瓶身抬高一点,这样不会影响座位,或者把座位移开一点。”一位等候公交车的大学生乘客建议。



6月26日,岳麓区左家垅公交站,记者在公交车站等候区看到了脉动3D立体户外广告牌。组图/记者陈诗娴

回应 制作公司:考虑不周致歉

记者了解到,此次脉动3D立体户外广告在长沙铺设是从6月21日开始的,制作方为海南白马广告媒体投资有限公司。6月26日,该公司一位客服人员陈先生告诉记者,该立体广告的造型、设计、创意,此前也查询过各地的相关规章,是允许发布的,不过全国各地公交车站设置和规格可能存在一些差别,在安装和实际的发布过程中,可能会有一些考虑欠周到的地方。如果是影响了市民的出行和

座椅的使用,向市民表示歉意。如果是有(影响乘坐)这种情形的话,会及时去进行排查,然后进行积极调整和整改。此外,记者还收到了海南白马广告媒体投资有限公司的一份声明,声明中提到,公司在发现问题后,在确定合法及不影响安全性的前提下,采取了包括调整更换广告内容、调整座椅与灯箱之间的合理间隙等多项优化措施。

多只银行股盘中创历史新高

据中国证券报 26日,A股回调。截至收盘,上证指数下跌0.22%,深证成指下跌0.48%,创业板指下跌0.66%。银行板块继续走强,工商银行、农业银行、建设银行、中国银行、江苏银行、南京银行、杭州银行、北京银行等个股股价盘中创历史新高。对于银行板块持续走强的原因,综合市场各方观点,主要有以下几方面:一是外部地缘事件频发,低估值的银行板块凭借较好的防御属性,成为避险资金的去处。二是过去几年,在市场利率下行的背景下,红利资产持续受到追捧。作为红利资产的典型代表,银行股的盈利和分红特征稳定、股息率相对较高,尤其受到资金青睐。三是长线资金加大配置力度。中信证券表示,2024年机构投资者配置银行股整体回暖。具体看,被动基金存续规模大增且持续增配银行股,主动基金对银行股的持仓亦稳步增加,险资增配银行股的空间较大、意愿较强,北向资金持仓则由波动转为平稳且延续

高配。在公募基金新规的影响下,叠加险资对稳定回报型权益资产需求的延续,机构增配银行股的空间仍存。另外,光模块龙头股新易盛上涨5.8%,PCB龙头股胜宏科技上涨4.64%,这两只个股股价盘中均创历史新高。消费股反弹,旅游酒店、社区团购、露营经济等板块上涨。消息面上,近期多地发布提振消费的举措。例如,深圳市商务局近日印发《深圳市关于促进服务消费高质量发展的若干措施》。6月25日,青岛市政府新闻办召开新闻发布会,介绍青岛市7月文旅消费促进活动计划。油气开采板块午后拉升,准油股份、通源石油等个股大涨。建信期货表示,从历史上看,地缘政治因素对油价的影响往往昙花一现,国际地缘冲突的影响也较为短暂。长期来看,经济前景和供需关系仍是决定油价走势的关键,短期旺季带来一定利好,但不影响中长期供需平衡表从宽松转为过剩后的下行压力。

超3万人“盲约”小米眼镜

业内:雷军不会“一统江湖”



小米AI眼镜标准版定价**1999**元,单色电致变色版**2699**元,彩色电致变色版**2999**元。

小米AI眼镜。组图/小米淘宝官方旗舰店

据每日经济新闻 小米的AI眼镜在6月26日晚7点登场。需要注意的是,尽管AI眼镜产业已经热了半年,也有了出圈产品,业内人士却表示,

目前还没有厂商真正靠AI眼镜赚到了钱。业内认为,AI眼镜这个产品“千人千面”,不算标品,小米虽强,未必能“一统天下”。

整机代工方或为歌尔股份

6月26日晚7点,小米揭开其AI眼镜产品的面纱。产品分野早就不是秘密,三种产品路径里(带音频功能的AI眼镜、带摄像头有一定AI功能的AI眼镜、VR/光波导AI眼镜),小米选择了第二种,带摄像头能拍照,有AI功能的AI眼镜。小米Xiaomi Vela架构师周杰介绍,小米AI眼镜采用的是自研Vela系统,目前已开源,可开放给更多AI眼镜厂商使用。此外,记者从业内获悉,此次发布的小米AI眼镜的整机代工方为歌尔股份。6月26日,记者以投资者身份向歌尔股份求证,公司接线人员表示:“我们跟我们的客户之间都签了保密协议,涉及到具体项目合作和具体客

户的东西,我们都不太方便讲。”6月26日,小米人车家全生态发布会现场,小米集团创始人、董事长兼CEO雷军发布了小米眼镜AI Glasses,可实现扫码支付、翻译、拍照等功能。在性能指标上,小米AI眼镜重量40g,典型续航8.6小时,单次充满45分钟。相比之下,Ray-Ban Meta Glasses重量42g,典型续航4小时,单次充满75分钟。小米AI眼镜标准版定价1999元,单色电致变色版2699元,彩色电致变色版2999元。在发布会前一晚,小米AI眼镜在京东自营店上线了“盲约”(无售价)链接,预约将在发布会前停止。截至发稿,超3万人参与了此次发布会前的“盲约”。

业内:还没有人赚到钱

小米AI眼镜发布的前一日(6月25日),在一场活动上,李未可科技合伙人张建华、影目科技创始人杨龙昇、百度智能云空间智能行业负责人孔伟健三名资深从业者均谈到了对小米AI眼镜的看法和期待。其实早在小米眼镜发布前,诸如“小米将结束国内AI眼镜大战”的说法已经在业内流传了一段时间。在面对小米这家以强悍议价能力出圈的超级企业时,同行也不免感到压力。不过,这份压力更多在市场份额,而非生死存亡。张建华表示,目前AI眼镜厂商还在过“苦日子”,并没有赚到钱。杨龙昇也直言,“虽然小米很强

谁是Meta后的下一个爆款

谈到市场变化,杨龙昇认为,“百镜大战”会一直持续下去,未来AI眼镜赛道还会是一个“百家齐放”的状态。在他看来,比起手机、手表等电子产品,AI眼镜对个性化和差异化的要求要更高,是“千人千面”的产品。不过,虽然张建华也同意未来AI眼镜是非标品的观点,但他也认为,软件层面的“百镜大战”不会长期存在。他提出应审慎看待市场,Meta眼镜的成功,其销量大多来自线下,且集中在墨镜使用频率较高的地区,国内厂商入局需谨慎。

Meta之后的下一个爆款会是什么模样,目前尚不可知。怀揣着对春天的憧憬,AI眼镜厂商作出了各种各样的尝试。有的试图与时尚IP(品牌资产)或品牌跨界“联姻”,如Meta携手Prada等奢侈品牌推出新一代AI眼镜,试图通过时尚“出圈”;还有的厂商锁定特殊群体,如老凤祥面向老年用户推出AI眼镜。杨龙昇还透露,公司正在推进的下一代AI眼镜会更多聚焦在社交和娱乐属性。“比如说可以拿AI眼镜去点外卖,去滴滴,这个可能就是下一个阶段的‘爆品’。”杨龙昇称。

如何分红,中联重科开年度股东大会

本报长沙讯 6月26日,中联重科2024年年度股东大会在湖南长沙召开,中联重科董事长、CEO詹纯新主持大会。会议审议并通过包括2024年度董事会工作报告、2024年度利润分配预案等21项议案。中联重科股东及公司董事、监事和高级管理团队出席大会。会上,中联重科董事会秘书陶兆波介绍,2024年,公司锚定高质量发展目标,围绕“相关多元、全球化、数字化”三大战略转型持续发力,拓展新增长曲线,为公司注入源源不断的动能。据介绍,中联重科2024年全年实现营收454.78亿元人民币;实现净利润40.09亿元,同比增长6.31%。同时,公司加速发展新质生产力,全面提升全要素生产率,经营质效与盈利能力实现显著提升。2024年,中联重科持续深耕传统优势板块,并加速培育壮大新兴业务板块。工程起重机械、建筑起重机械、混凝土机械等传统优势产业市场地位稳固,竞争力持续增强,支撑公司稳

健增长。新兴板块方面,土方机械、高空作业机械、农业机械、矿山机械等业务收入占比已接近50%,同比提升超9个百分点。公司与国内房地产关联度较高业务的国内营收占总营收的比例进一步下降。新兴板块持续突破,为公司带来新的增长曲线,使公司的周期属性明显下降。在全球化发展方面,中联重科深入实施“端对端、数字化、本地化”全球化战略,全面加速全球化转型,海外业务实现持续增长。2024年公司境外收入达233.80亿元,同比增长30.58%,营收占比提升至51.41%,同比上升13.37个百分点,近三年境外收入年均复合增长率达59.26%。公司持续构建全球端到端业务体系,通过数字化平台打通研发、制造、销售、服务全流程,夯实本地化运营基础。截至2024年,中联重科在全球布局超400个海外网点,拥有11个海外生产基地、超过4400名本地员工,产品销售覆盖170多个国家和地区,服务备件仓库超210个,海外交付与服务能力持续提升。发展过程中,中联重科坚持“价值销售”导

向,盈利能力继续保持行业领先。2024年公司整体毛利率达28.17%,持续高于行业平均水平;经营净利率稳步提升,销售回款率突破120%,同比提升13.26个百分点,展现出公司高质量收入结构和稳健的客户回款能力。本次股东大会还审议通过了“2024年度利润分配预案”。根据方案,公司拟以实施2024年度利润分配时股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利人民币3元(含税)。据了解,自上市以来,不含本次计划在内,中联重科已累计分红25次,金额约263亿元,历史整体分红率约为43%,持续为股东创造稳定回报,股东回报水平一直处于行业领先水平。业内专家表示,中联重科坚持以科技创新驱动高质量发展,深入推进数字化、智能化、绿色化转型升级,凭借强势板块的稳固根基、新兴业务的快速突破以及全球化转型的全面加速,有望在全球市场赢得更广阔的发展空间。

记者郝咏琪