

# 从商业新地标看城市发展新动能

新华鲜报

## 应对全球空间天气灾害 我国科学家发起国际子午圈大科学计划

沿东经120度、西经60度两条经线(子午线)构建一个空间天气“监测圈”，对日地空间环境开展全天候“三维扫描”！

6月12日，记者从在成都举行的第二届“一带一路”科技交流大会国际大科学计划论坛上获悉，我国科学家发起国际子午圈大科学计划，助力应对全球空间天气灾害。

什么是空间天气？为什么要发起国际大科学计划开展空间天气研究？据介绍，日地空间是当前航天活动、空间开发利用的主要区域，被认为是陆、海、空环境之外，人类活动的“第四环境”。太阳活动引起的日地空间环境在短时期尺度上的变化，被称为空间天气。灾害性的空间天气会对卫星、通信、导航、电力系统造成不良影响。

“空间天气是全球性现象，应对空间天气灾害是全人类面临的共同挑战。”中国科学院国家空间科学中心主任王赤院士介绍，发起国际子午圈大科学计划，就是为了联合全球空间天气监测与研究力量，聚焦空间天气的物理过程和变化规律等，开展联合科学攻关。

东经120度—西经60度子午圈有什么特别之处？

中国科学院国家空间科学中心研究员张清和介绍，与其他经线圈相比，东经120度—西经60度子午圈区域的陆地最完整，沿这条子午圈部署地基观测设施，可实现全纬度覆盖，形成一个“闭合”的“地基”监测圈。

“随着地球自转，国际子午圈大科学计划的观测设施可以对日地空间环境进行‘三维扫描’，形成不间断的多尺度立体成像数据，并可实现对空间天气的昼夜同时监测。”王赤说。

国际子午圈大科学计划如何推进？

“今年3月，国家重大科技基础设施——子午工程二期正式通过国家验收。至此，我国建成了国际上综合实力最强的空间天气地基区域监测网络。这为国际子午圈大科学计划的实施提供了坚实基础。”中国科学院国家空间科学中心研究员徐奇遥说。

据介绍，国际子午圈大科学计划将至少执行11年，搭建世界科学家广泛参与和密切合作的平台，完成一个太阳活动周期以上的日地空间环境探测和研究。目前，已有36个国际组织和国外科研机构与我方签署了合作协议或确定了合作意向。

“全球性的布局、多样化的观测手段，凭借这些优势，国际子午圈大科学计划有望助力人类空间天气研究取得重大突破，为提升全球空间天气灾害应对能力、共同开发利用空间资源提供科学支撑。”王赤说。

新华社记者(新华社成都6月12日电)

### 赋能城市更新，推动“人、城、产”融合

四合院，是老北京城市记忆的载体。大吉巷片区较好地保存了从明清到近代的历史建筑，特别是鱼骨状街巷走向和院落格局，是宣南地区会馆、名人、商业文化的集中承载地区之一。

“基于丰富的历史文化遗存，中建集团旗下大吉巷项目采用‘传统工艺+现代技术’双轨并行的更新保护模式。”北京中海新城置业有限公司负责人张欣说，工匠们用老砖旧瓦复原四合院，达到“修旧如旧”，地下空间则被开发为商业体。

令人惊喜的是，在一系列巧妙的空间“辗转腾挪”设计下，项目不仅实现商业价值，同时还“挤”出1.2万平方米的公共绿地空间，并配备篮球场等体育设施。这不仅提升环境品质，更为周边居民提供一个宝贵的公共活动场所。

哈尔滨工业大学建筑与设计学院院长孙澄说，城市更新的本质是让老空间焕发新生命。当历史符号邂逅现代业态，当文化肌理融入现代生活，商业新地标便成为连接时空的桥梁。

在上海，从城中村蝶变重生的蟠龙天地商业区将历史文脉和新功能同时植入古镇空间肌理；在哈尔滨，位于道外区的中华巴洛克历史文化街区曾是东北商业的“活化石”，至今持续向新求变。

不管是极简风的创意书店，还是“95后”打造的主题展览，无论是茶馆里的相声，还是小剧场里的脱口秀，越来越年轻人在这里打造新业态，让百年商街在“古今碰撞”中呈现独特的消费吸引力。今年“五一”假期，中华巴洛克历史文化街区累计接待游客64万人次，比去年同期增长150%。

“商业新地标正成为‘人、城、产’融合的支点，在一个个鲜活的新消费场景中，城市发展新动能更加彰显。”中国旅游研究院院长戴斌说。

新华社记者(新华社北京6月12日电)

等。“首发首店带动客流量和销售额显著提升，‘五一’假期单日客流超过2万人次。”京东MALL成都新南中心店长池灏说。

如今，不少商业新地标正以“首店矩阵”重构城市商业版图，以“首见、首购、首体验”成功实现“破圈”，不断提升城市发展能级。

### 创新消费场景，带动消费升级

红砖映老巷，霓虹舞新潮。位于贵阳市云岩区的贵州新华印刷厂老厂区如今被称为“新印1950”，是人们竞相打卡的潮流新地标，日均人流量5000人次。

在一家奶茶店门口，露天座位上不少年轻人悠闲地品尝奶茶。“这里有‘文化味’也有‘烟火气’，每次来都很放松、很惬意。”市民卢女士告诉记者，因为在附近上班，她经常约同事和朋友来这里喝茶聊天。

作为土生土长的贵阳人，参与这一项目建设的彭俊倍感自豪。在他看来，相对于一般商业街，这里保留了老厂房的红砖墙、人字形屋顶和旧式印刷机，将车间、仓库改造为艺术展厅、文创市集，引入生活潮牌、精品咖啡、异国料理等，这种兼具工业遗迹和时尚快感的消费场景实现了“新”与“旧”相互赋能。

在杭州西湖之畔，湖滨商圈把商业空间变成“科技试验田”。消费者在线上体验“滨次元”的虚拟换装、虚拟街区Citywalk、AR互动等；线下的“西子廊桥”空中剧场，通过实景表演与虚拟影像相结合，呈现白蛇、苏东坡等经典IP，以及哪吒等文化热点，增强了市民游客的消费体验。

凭借独特的文化氛围，代表年轻活力的潮流业态和关注非遗传承的本土文化空间，中海大吉巷在端午假期的销售额达1200万元，客流量超50万人次。

中国人民大学公共管理学院教授许光建说，近年来，各地崛起的商业新地标，通过创新业态组合，将文化、商业、休闲等融合在一起，满足消费者多元化需求，成为优化消费供给、助力消费升级的重要抓手。



6月9日拍摄的重庆奉节白帝城·瞿塘峡景区景象(无人机照片)。

近年来，位于三峡库区腹心的重庆巫山、奉节等地按照“生态优先、绿色发展”的理念，在筑牢长江上游重要生态屏障的同时，充分利用三峡地区的独特地貌、壮丽风光和悠久历史文化等优势，推动文化旅游深度融合，积极打造长江三峡国际黄金旅游带核心区和世界级旅游目的地，有力助推当地经济社会发展。

新华社发

## 宠物“身后事”怎么办

数据显示，2024年，中国宠物数量超过1.2亿只。每年有数百万只宠物死亡，宠物的“身后事”怎么办，日益受到关注。

“新华视点”记者调查发现，近年来，宠物殡葬服务悄然兴起，但行业存在无证经营、虚假宣传、收费混乱等情况。

### 越来越多人举办仪式与宠物告别

前不久，北京市民高先生通过一家宠物殡葬机构，为去世的宠物猫举办了仪式并火化。

这几年，像高先生一样的宠物主人越来越多。在北京、上海、重庆等地，宠物殡葬服务悄然兴起。

宠物殡葬指由宠物尸体处理延展的一系列宠物死后服务，包含宠物尸体清理、宠物安葬、宠物骨灰处理以及宠物标本、纪念品制作等。企查查数据显示，截至2025年6月，全国经营范围含“宠物殡葬”服务的企业超8000家，其中多数注册于近3年。

位于重庆两江新区的拾光森林宠物生命纪念馆，记者看到约300平方米的房间被划分为多个功能区。纪念馆创始人谭景元说，纪念馆去年7月开业，已服务500多只宠物，多的时候一个月单量在80只左右。

为宠物举办告别仪式、火化……谭景元说，基础套餐通常几百元，也可以个性化定制，比如铺满鲜花、定制骨灰罐、制作毛发纪念品等，价格从几千元到数万元不等。除了养宠观念转变、宠物数量增加等因素，这几年相关法律法规陆续更新、出台，也推动宠物殡葬行业快速发展。

相关研究报告显示，2023年，中国宠物殡葬行业市场规模达到18.25亿元；预计2025年将达到50亿元，2030年突破100亿元。

### 无资质、假宣传、乱收费时有发生

记者调查发现，宠物殡葬行业快速发展，满足了部分养宠人士的现实需求，为妥善处理宠物尸体、减少污染等发挥了积极作用；同时，无证经营、虚假宣传、诱导消费等问题也时有发生。

——无证经营，“后备箱火化”。“90后”宠物主人胡灿在布偶猫死后，选择当地一家宠物殡葬机构进行火化。“当时网上下单页面显示有专业火化团队，还可以车接车送。”胡灿说，结果火化地点是城外一辆改装面包车的后备箱。

据了解，动物无害化处理企业应拥有一定规模的场地，

通过环境、动物防疫条件风险等评估，并办理动物防疫条件合格证。业内人士透露，由于场地、设备成本等原因，一些企业没有取得正规资质，就在郊区仓库或改装汽车的后备箱，通过购置的二手医用焚化炉焚烧宠物尸体。

——虚假宣传，“草木灰冒充骨灰”。有消费者表示，购买的宠物火化套餐说明页面明确为“单独火化”，可他到达火化现场却发现，自己的宠物与多只宠物一同混烧，单独火化需另外支付500元。

在一些社交平台上，不少网友发帖称遭遇宠物殡葬店虚假宣传等情况。谭景元透露，宠物无害化处理成本高，有些不良商家为加快回本周期欺骗消费者，甚至有商家拿草木灰冒充骨灰，或将一个宠物的骨灰分给多个宠物主人。

——收费混乱，涉嫌诱导消费。记者走访多家宠物殡葬店发现，同一城市不同店铺的基礎火化价格从300元至3000元不等，价格体系较为混乱。

业内人士告诉记者，一些商家会在基础套餐里捆绑其他项目，比如基础火化搭配高价骨灰盒、告别仪式等，通过“尽善尽美”“不留遗憾”等话术诱导消费。

### 立规明责加强规范

今年4月，辽宁一名宠物主人陈思养了6年的宠物猫因病死亡，如何处理猫咪尸体让他犯了难。“网上说要对病死动物进行无害化处理，我可所在的县没有专业的宠物火葬场，就地掩埋又觉得过于随意。”于是，陈思将猫送到了80多公里外的一家宠物殡葬机构。

不了解宠物死亡后如何妥善处理的养宠人士并非少数。中国畜牧业协会宠物产业分会秘书长刘晓霞表示，目前，宠物殡葬业务主要集中在二线城市，区域分布不均，不能很好满足相关需求。

业内专家建议，一方面要完善相关法律法规，进一步明确宠物诊疗机构、饲养宠物单位及个人等应履行宠物无害化处理责任；另一方面，各地应结合实际完善宠物尸体无害化处理体系，加强规划布局宠物无害化处理机构和场所，优化宠物尸体转运、回收收费，提升无害化处理能力。

中国人民大学公共管理学院教授许光建等人建议，提高公众对无害化处理的认知和响应度，推动提升宠物尸体无害化处理比例。“如果消费者遇到虚假宣传、强制消费或欺诈等情况，应保留相关证据，及时向市场监管部门或消费者协会投诉维权，必要时可寻求法律途径保护合法权益。”

新华社“新华视点”记者 武江民 李晓婷 宋佳 (据新华社北京6月12日电)

「盗用人声、网暴「挂人」、窥探居家摄像头……

## 这些案例值得警惕

互联网时代，出现了不少利用网络、信息技术侵害他人肖像权、名誉权等人格权的问题。

最高人民法院12日发布6件相关典型案例，强化人格权司法保护力度，也提示公众遵守相关法律法规，维护好自身合法权益。

刷短视频时发现配音竟然是自己的声音，这是怎么回事？

一起案例中，殷某曾为甲公司录制录音制品，后将录音制品提供给乙公司，乙公司以该音频为素材进行AI处理后形成软件产品并对外出售，丙公司购买该软件产品后又包装成自有产品提供给用户使用……就这样，殷某的声音被层层销售，本人却一直蒙在鼓里。

声音作为一种人格权益，应当受到法律保护。审理法院认为，三家公司未经殷某许可AI化处理其声音，构成对其声音权益的侵害。法院判决乙公司、丙公司向殷某赔礼道歉，甲公司、乙公司连带赔偿损失25万元。

AI换脸，是侵权问题多发地带。某软件运营公司未经彭某某同意，自行在软件上架彭某某的肖像，利用AI技术供会员“换脸”并牟利。法院对此认为，公司侵害了彭某某的肖像权，应承担相应民事责任，判决公司向彭某某赔礼道歉并赔偿损失3000元。

网上“挂人”，煽动网暴……网络暴力污染互联网环境，令人深恶痛绝。

一起案例中，陈某观看某相声演员演出后，通过自己的社交账号发布观后感，因意见不合与演员粉丝在网络社交平台发生争执。该演员的粉丝超话账号发布多条信息，将陈某的社交账号等个人信息置顶公示，并号召其他粉丝投诉陈某社交账号。陈某社交账号还收到众多粉丝的私信辱骂。

法院对此认为，该粉丝超话账号借维护相声演员声誉为由，号召其他粉丝投诉陈某社交账号，持续对其网暴，严重侵犯陈某的名誉权。孟某、高某作为账号的共同使用人，应当承担相应责任。判决二人删除涉案相关信息、公开赔礼道歉，并赔偿陈某损失。

随着智能家居逐渐普及，不少家庭安装了网络摄像头，也让某些人打起了“窥探”的主意。

2020年，韩某非法获取他人家中网络监控摄像头账号、密码等信息，获取摄像头控制权，远程观看他人家中画面，并将部分画面截图保存。

非法控制智能家居设备的行为，严重挑战公民隐私权和个人信息安全，必须严惩不贷。检察机关对韩某提起公诉，审理法院认为，2020年至2022年5月，韩某非法控制监控摄像头设备193个，窥探他人隐私，保存了大量其窥探到的他人家中画面影像的截图，属于情节特别严重，其行为构成非法控制计算机信息系统罪。韩某被判处有期徒刑三年一个月。

法官表示，该案彰显了司法机关对非法控制智能家居设备行为的零容忍态度，也充分提示公众加强对智能家居设备账号密码的保护，防止合法权益受到侵害。

新华社记者(新华社北京6月12日电)



新华社发

新华社记者 周蕊(新华社上海6月12日电)