太重王永晶获全国机冶建行业工匠称号

■ 曹克顺

近日，中国机械冶金职工技术协会命名101个全国机械冶金建材行业示范性创新工作室和60名行业工匠。太重集团轧钢设备分公司轧钢厂维修工部数控装调维修工王永晶被命名为“全国机械冶金建材行业工匠”。

王永晶毕业于燕山大学自动化专业。刚参加工作时，他就积极扎根于生产一线，从一名普通的工人做起。在王永晶工作的15年里，已维修设备故障近3000次，负责过20余项重点设备的大修及改造工作，修复各类进口伺服放大器、交流伺服电机、液晶手持单元近百余次，为企业节省资金两千万元以上。由他主持的国内唯一一台进口圆滑机机床的主轴修复工作，使用特种工装将主轴定位并完成拆装，实现了同类设备维修技术零的突破。

2018年，王永晶获全国第六届职工职业技能大赛数控装调维修工第三名。2019年，他入选山西省“三晋英才”拔尖骨干人才。

据悉，此次评选活动由中国机械冶金职工技术协会组织开展，旨在弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，充分发挥 工人阶级主力军作用，激励广大劳模和工匠人才发挥示范引领作用。

西南油气田最大的增压机组建并试运成功

■ 黄斌

9月15日，中国石油西南油气田公司蜀南气矿“兴文增压站建成转入首次试运行，16日顺利通过完工交接，为长宁（含昭通）区块页岩气外输再添新动能。

据悉，川南页岩气外输干线宁纳线增输工程为中国石油天然气集团有限公司2020年重点工程之一，该工程于2019年12月11日开工，新建的兴文增压站于2020年8月29日已具备进气条件，主要功能为过滤分离、分离输送页岩气，包含35KV供配电，采用国产离心式压缩机组，单机功率8.8兆瓦，是目前西南油气田公司最大的增压机组。

至此，随着2019年10月投运纳溪页岩气外输增压中心站，如今又投运兴文增压站，宁纳线的“两站一线”格局正式形成，日输气能力可提升至2150万方，为下一步川南页岩气区块产能发挥打下了坚实基础。与此同时，宁纳线增输工程建设旨在有效解决长宁（含昭通）区块页岩气的上产外输需求，在分输低压用户后，将其余气量增压外输至川输骨干管网和上载至中贵线；该工程的主要内容为接收长宁页岩气田来气，增压后将天然气输送至下游的西南油气田公司输气管理处纳溪西站，相比增输前最大输气量可增加450万方。

智能副斜井安全尽掌控

■ 吴辉

近日，一辆胶轮车从皖北煤电集团智能公司副斜井驶过。据机运科技术员梁雪峰介绍，该公司2500米副斜井参照高速公路隧道标准建设，对胶轮车进行红绿灯管控、全程测速、实时定位、失控抓捕。被命名为副斜井智能交通安全管控系统。

该系统具有门禁系统、猴车闭锁系统、称重系统、语音提示功能、防撞墙和防飞车单元模块，对胶轮车实施智能化、自动化管控，配合井下物联网无线通信覆盖技术，融合矿山对无轨胶轮车的通行管理需求，首创井下巷道测速抓拍功能，可对超速车辆进行速度、时间、地点、图片的记录和抓拍，完成无人化全时段执法管理。

在安全设施设计上，车辆进入付井口、称重系统检测重量合格、物料轮廓识别系统辨认物料符合要求时，车辆才允许进入斜巷。

斜巷内，每隔100米设有防撞装置，防跑车装置和语音提醒信号。全方位的智能管控，有效保障了副斜井运输的本质安全。

神奇“堵剂”，让堵水不再“堵心”

■ 张潇 江杰

碳酸盐缝洞油藏、碎屑岩油藏、凝析气藏、稠油、稀油、天然气不同的地质条件、不同的流体采出，不同的开发阶段。面对塔河老区日益复杂的工程难题，堵水，这个本来十分成熟的采油工艺，却越来越显出局限性。

尽管西北油田石油工程研究院负责设计方案的技术人员，每次都如临深履薄，慎之又慎，堵水失败的例子还是时有发生。为改变被动局面，该院技术团队提出了“深部堵水”的设想。

然而深部堵水，首先需要的就是适应超深地层且性能稳定的堵剂。平均6000米的油气井，让他们站到了世界超深井工程技术的前沿，而高处不胜寒，没人为他们研究大家不需要的适应如此超深环境的堵剂。

这些年，技术团队迎难而上，大胆创新，针对不同地质和工程特点，研发出了各种耐温抗盐堵剂，并围绕新型堵剂使用，形成了新的堵水观念和技术。堵水再不像以往那么“堵心”了。

碳酸盐岩油藏，变“近堵绕流”为“源头控水”

兵来将挡，水来土掩，有水就堵，这大概是不会错的。但是，原来在碳酸盐岩油藏所使用的堵剂驻留难，易漏失，在高温下，固化度低，也只能采用“近堵绕流”的方法，因此堵水一直效率低、成本高。

去年底，经过上百次试验，历经3代技术更迭以“低密度触变凝胶”为主体的堵剂，被技术团队研制出来了。它具有在运动中变稀，在静止中增稠的特点，在大于150度的高温，70兆帕的压力下，仍能保持性能。能够直达油井深部有效驻留，并具有所需的封堵强度。

今年1月29日，跃进区块YJ3-5H井突然见水，产能迅速下降。

攻关团队调来资料进行研究，结论是：近井地带已形成水窜优势通道，次级通道原油产出被压制。解决思路是：“深部控堵，近井引流”。方法是：采用触变凝胶等堵剂深部封堵水窜通道，然后用胀石质油相渗沟通地层油流，同时起到开井诱喷作用。

新的“低密度触变凝胶”体系，获得了现场试验的机会。

实施后，结果很快显现：日产油由20吨增加到88吨，是常规工艺的5倍。至此，“触变凝胶堵剂”所带来的技术改变，让碳酸岩源头堵水不再成为禁区。

碎屑岩油藏，变“单一波及”为“堵疏结合”

塔河油田碎屑岩油藏共有油井334口，目前高含水井223口，占比66%。油井水窜成为自然通藏第一因素。该区块碎屑岩油藏主要是以强底水油藏和岩性油藏为主，具有层系单一，油层薄，底水大的特点，埋深4200-5100m，温度105-137℃，高含盐、高钙、镁离子含量。

开发后期的油井，一般情况下，均为底水沿高渗段推进后，形成出水条带，过去使用的传统堵水主要为冻胶笼统堵水，不动管柱注入。关井后，冻胶在地层环境下，72小时内自动成胶，形成封堵体，封堵出水段。开井后，底水在地层能量推动下绕过封堵体，驱扫封隔体周围的剩余油。

但经过多轮次堵水，井周剩余油从连片变为分散状态，单一波及分散剩余油增效日趋降低，而冻胶用量却逐渐增大，从第一轮100-200方，到5轮后增加至300-400方，单井成本由30万元提高到70万元左右，吨油成本从前期800元上升至1200元左右。

已经习惯于和各种堵剂打交道的研发团队，开始寻找能够让井周剩余油连片的方法。在试用了各种材料之后，他们发现了用油基替代过去的水基堵剂，可以在注入地层后，发生神奇的效果：这种堵剂遇水沉淀，能起到堵水作用；遇油，能将分散的剩余油连结成片，可以提高油流整体通过能力，发挥疏通的作用。既堵了水，又连通了油，较常规乳化油堵水，堵水率由原70%上升到90%，堵油率50%下降为0%，实现了对分散剩余油高效动用。

该技术目前在ATI-11H现场试验，增油780吨。在TK945H增油1180吨。而且单井成本70下降到30万元，降幅57%。目前试验5井次，有效100%，吨油成本小于300元。

凝析气藏，变“井筒堵提”为“深部隔板”

西北油田的凝析油气藏一个突出特点就是油层薄，底水强、油水比为1:16，直井控水效果差。原来的“井筒堵提”就是用堵剂或桥塞卡封井筒出水段，再上提井段，改层生产。然而井段空间有限，该技术手段不可持续，且井筒堵水受制于天然夹层、底水易突破造成失效。

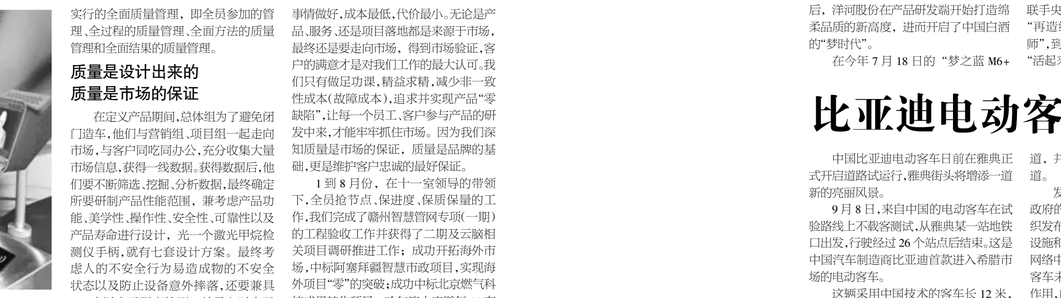
技术人员梳理“井筒堵提”，问题有三：一是水侵范围大；二是堵剂差，深部封堵难，有效期短；三是工艺难，管外上窜、堵后供液不足。他们针对性地提出方案则是一扩范围：提高用量，增大封堵范围；让堵水形成十几米、几十米的大隔板。二是堵剂韧性能：无颗粒，易注入，在地下反应产生沉淀。最后，形成配套措施，先深堵，后配合上提。

三个举措，最关键的仍然是堵剂的研发。经过长期技术攻关，他们发明了一种叫“原位固结”堵剂，这种堵剂的特点是在地层深部，与地层水反应产生钠米级沉淀，形成大范围化学隔板，强化波及增油。

今年3月，在YK23井进行了试验。油气当量日增80吨，累增破万吨。实现层内剩余油高效动用。单井成本80万元下降至30万元，降幅60%。

据悉，目前西北油田将在凝析气藏全面推广该工艺堵水，“深部隔板控水”将逐步取代过去的“井筒堵提”。

全面质量管理 铸就“人人心中有质量”



■ 邓海兵

“产品质量决定项目成败，一流的员工铸就一流的产品”，这是航天科工203所智慧市政团队提到最多的一句话。在新冠肺炎疫情期间，室里仍不放松对质量的管理。营销组、项目组争分夺秒收集市场需求；总体组面面俱到定义并设计产品性能；硬件组精益求精实现产品研发；软件组披星戴月，专心致志做着码农；运维组严谨细致反复测试。在全室上下一心，精诚协作的努力下，成功研制了远距离虹膜识别测温一体机、远距离激光甲烷检测仪。

“远距离虹膜识别测温一体机”在疫情期间实现了非接触式的人员测温及管控的功能需求，累计销售200余套，并出口马兹别克斯坦、土库曼、巴基斯坦、孟加拉、阿尔及利亚、塞尔维亚6国。“远距离激光甲烷检测仪”在疫情期间不用进入户内就完成对燃气泄漏进行检测，产品预售突破百万业绩。在北京燃气、贵州燃气、哈尔滨燃气等公司得到应用，并获得客户一致好评。优质的产品离不开十一室实行的全面质量管理，即全员参加的管理、全过程的质量管理、全面方法的质量管理和全面结果的质量管理。

质量是设计出来的 质量是市场的保证

在定义产品期间，总体组为了避免闭门造车，他们与营销组、项目组一起走向市场，与客户同吃同办公，充分收集大量市场信息，获得一线数据。获得数据后，他们要不断筛选、挖掘、分析数据，最终确定所要研制产品性能范围，兼考虑产品功能、美学性、操作性、安全性、可靠性以及产品寿命进行设计，光一个激光甲烷检测仪手柄，就有七套设计方案。最终考虑人的不安全行为易造成物的不安全状态以及防止设备意外摔落，还要兼具150米以上远距离检测，并且有时由于人手颤动造成激光偏离目标检测点等诸多因素，最后我们选择了U型双手持机手柄设计，这一设计是国内外激光甲烷检测设备唯一使用双手柄设计的产品，它融入了航天武器装备设计理念，并获得国家知识产权局颁发的外观设计专利证书。像这样的设计，在智慧市政团队中比比皆是。

市场是检验质量的唯一标准

质量就是成本，质量就是效率，质量就是产值。一次性把事情做对，一次性把事情做好，成本最低，代价最小。无论是产品、服务，还是项目落地都是来源于市场，最终还是要走向市场，得到市场验证，客户的满意才是对我们工作的最大认可。我们只有做足功课，精益求精，减少非一致性成本（故障成本），追求并实现产品“零缺陷”，让每一个员工、客户参与产品的研发中来，才能牢牢抓住市场。因为我们深知质量是市场的保证，质量是品牌的基础，更是维护客户忠诚的最好保证。

1到8月份，在十一室领导的带领下，全员抢节点、保进度、保质保量的工作，我们完成了赣州智慧管网专项（一期）的工程验收工作并获得了二期及云脑相关项目调研推进工作；成功开拓海外市场，中标阿塞拜疆智慧市政项目，实现海外项目“零”的突破；成功中标北京燃气科技成果转化项目、哈尔滨中庆燃气14套远距离激光甲烷检测仪项目、广东广播电视台20套远距离虹膜识别测温一体机等项目。

我们在研制产品方面是认真的，我们以质量为中心，以全员参与为基础，通过让客户满意和工作人员所有成员获得全受益而达到永续经营的目的。我们实行的全面质量管理注重顾客需要，强调每一位参与团队人员的工作，力争形成一种文化，即“人人心中有质量”。我们智慧市政团队始终坚信：理想的琴键敲击奋斗的琴弦，定能奏出人生美妙的乐章。

淮北双龙公司：让股股嘱托“入脑” 让安全意识“走心”

■ 赵素萍

“为了家庭幸福，为了安全生产，为了和谐发展，我宣誓：严格遵章守纪，绝不违章作业，遇事三思后行，决不急躁蛮干……”在淮北双龙公司采煤区班前会上，职工举起右拳，目光坚定，铿锵有力地进行安全誓言。双龙公司认真学习宣传贯彻落实习近平总书记考察安徽重要讲话精神，牢记股股嘱托，把重要讲话精神融入到实际工作中，多举措抓好安全生产工作，做到“入脑”“走心”，落实落地。

安全思想建盔“走心”。该公司注重抓安全从思想源头抓起，利用多种形式加强安全理念宣贯，在班前会上进行安全宣誓，进一步强化职工安全意识，营造浓厚的安全文化氛围，促进职工“要我安全”向“我要安全、我会安全、我能安全”转变。同时，要把中央关于安全生产重要论述精神融入矿井安全生产中，要求各级管理干部深刻领悟安全生产重要论述的精神实质和内涵，以身作则，查找管理短板，提高安全意识，筑牢思想防线，扎实推动矿井安全发展。

安全理念宣贯“走心”。“强化红线意识，坚守底线思维，实现‘四零’目标。这条安全红线意识我们必须要树牢。”该公司主重结合实际，牢固树立发展决不能以牺牲安全为代价的红线意识，安全生产要坚持红线意识，坚持防患于未然，强化红线意识，坚守底线思维，实现“四零”目标，牢记安全生产”只有起点、没有终点”的理念。在安全生产周期突破七周年的情况下，面对来之不易的成绩，该公司没有沾沾自喜，而是继续认真总结工作经验，始终绷紧安全生产这根弦，严字当头、抓细落实，严格刚性规定，规范职工操作，以严细实精作风，谋划各项工作，高标准实现安全生产标准化创建，织密织牢安全防护网，确保向安全生产更长周期迈进。

安全警示教育“走心”。“我在工作面巡视路上工作时因图一时的省事、快捷，致使迎头点柱打设不合格，离迎头端面超距，给自己和工友留下安全隐患，被公司查处，给单位抹了黑，既丢了面子，又丢了票子。工友们呀，安全生产必须决不能以牺牲安全为代价的红线意识，安全生产要坚持红线意识，坚持防患于未然，强化红线意识，坚守底线思维，实现“四零”目标，牢记安全生产”只有起点、没有终点”的理念。在安全生产周期突破七周年的情况下，面对来之不易的成绩，该公司没有沾沾自喜，而是继续认真总结工作经验，始终绷紧安全生产这根弦，严字当头、抓细落实，严格刚性规定，规范职工操作，以严细实精作风，谋划各项工作，高标准实现安全生产标准化创建，织密织牢安全防护网，确保向安全生产更长周期迈进。

安全温馨标语“走心”。“为了您的幸福生活，请您下井注意安全”“亲情防线保安全，携手共撑安全天”“您辛苦了，请好好休息”……在该公司矿灯房及井口安全文化长廊，一块块制作精美的宣传排版上，一句句贴心又暖心的话语，让上下井的职工从心里感到亲情关爱。该公司充分发挥亲情在安全管理中的重要作用，以情感人、以情促人，开展形式多样的安全亲情活动，用亲情和真情在职工心中筑起一道坚实的安全“防线”。“每天上下班走到矿灯房，和井口长眠的亲人们喜笑温馨的标语心里都会情不自禁地感动，时刻提醒着我们每一位下井的人员规范操作，决不能‘三违’。”一线职工小李深有感触地说。

中铁国际成功完成秘鲁项目所得税退税

■ 苏顶锋

经过财务人员4个多月的持续跟进和不懈努力，秘鲁当地时间9月9日，中铁国际南美分公司秘鲁Tarapoto警校项目61.26万索尔退税款成功存入公司账户，可为项目增加17万美元的现金流，中铁国际南美分公司也成为在秘中资建筑企业中为数不多办理了申请退税且成功取得退税款的单位。

在综合了解到当地退税的相关情况后，南美分公司秘鲁财务人员本着对公司外账管理及核算合法合规的自信，及时向公司领导汇报详细情况并建议申请退税。在各级领导的指导和支持下，财务人员积极准备材料，并协调外账会计协助，于5月初向税务局提交了退税申请，随后财务人员不仅多次与税务局电话沟通，且在疫情期间多次前往税务局进行催办，终于在历经4个多月的跟进和努力后，取得了税务局61.26万秘鲁索尔退税支票，折合美元17.28万元（折合人民币约118万元）。

此次退税工作，不仅为南美分公司警校项目增加了现金流，也为秘鲁财务人员积累了退税方面的宝贵经验。下一步，秘鲁财务人员将进一步了解秘鲁国家财税政策的变化，仔细研究相关政策对公司有利的条款，不断提升专业知识及管理能力，为实现公司利益最大化做出财务人员应有的贡献。

新消费迎来“后浪”时代

看“梦之蓝 M6+”如何“乘风破浪”

■ 若尘

今年五四青年节前夕，B站推出的一段演讲视频一石激起千层浪，引发媒体和各年龄层网友的热议。自此以后，正当青春年少的95后、00后们，又被赋予了一个极具标签化色彩的名字——后浪。

无论称谓如何，青年正成为推动社会经济发展的重要力量。有行业媒体称，洋河股份自去年底对梦之蓝（M6）从品质、规格、形象和防伪进行“四重”升级后，“梦之蓝M6+”新品如“后浪”一般，其性格特质和消费态度之中蕴藏着巨大的商机，点燃了生活别样的激情。

品质品格促进和引领新消费

随着消费者生活水平的显著提高，消费升级的浪潮涌起，市场对高端白酒的需求倍增，行业“马太效应”凸显。在经历了2019年“品质革命”的跨越腾飞之后，洋河股份在产品研发端开始打造绵柔品质的新高度，进而开启了中国白酒的“梦时代”。

在今年7月18日的“梦之蓝M6+2020经济发展论坛”，让“梦之蓝M6+”产品刷屏白酒行业朋友圈，成为业内热议的话题。从联手央视打造《梦之蓝·经典咏流传》，以“再造经典”的理念，做时代文化“酿造师”，到《梦之蓝·国家宝藏》让千年国宝“活起来”“燃起来”，再到牵手《勇攀巅峰之挑战不可能》，梦之蓝品牌一次次激荡起民众不断奋起并砥砺前行的勇气和自信，让中国传统文化和技艺绽放新时代光彩。

着力成为优势“赛道”领跑手

洋河股份党委书记、董事长王耀曾表示：“对名酒企业来说，优势赛道就是好产品、高质量，由此更有条件、更有能力长期打造高品质白酒。”

而在洋河股份的“十四五”规划中，“营销转型、产品升级、品牌塑造和管理强基”已然成为企业未来规划的重要发力方向。实际上，升级后的“梦之蓝M6+”一直被企业寄予厚望，不仅是洋河的高端形象所在，更承担着其营销转型的重任，成为洋河“剑指下一个十年”战略目标的重要载体。

今年5月中旬，洋河股份公开表示，2020年是公司品质突破的提升年，将立足长线思维，牢牢把握消费升级与市场需求的变化，不惜代价打造产品的个性化、差异化、特色化。与此同时，今年上半年，在全球经济不确定的形势下，洋河产品研发费用不降反增，同比增长高达359.57%，力求为“梦之蓝M6+”等产品进军市场保驾护航。

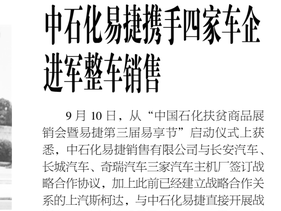
上半年，随着“梦之蓝M6+”在全国市场完成渠道、团购的招商，目前其全国化战略也尘埃落定。据悉，通过“梦之蓝M6+”上市，洋河股份将加大营销模型、商业生态的创新，在这款产品的营销渠道上，强调“一商为主、多商配称”，将资源聚焦于优质经销商身上，引领并带动整个经销商团队“披荆斩棘”。

此外，洋河股份还牵手中国航天基金会，推出“百万航天合伙人计划”，助力航天事业；同时，通过一场场“爱心接力”公益事件的联动，形成了梦之蓝M6+品牌与公益的“强关联”，持续加深消费者的品牌记忆。

新消费畅通经济循环，只有消费活力旺，整个社会再生产才能顺利进行。临近中秋，洋河股份启动了“洋河中秋礼，浓浓国货情”的数字化促销活动，并借此与消费者之间形成一个连通器，连接千家万户，与消费者热情互动。

据业内专家分析，洋河股份以“梦之蓝M6+”为载体启动全面创新的模式，一方面势必加快洋河走出调整期的步伐；另一方面，也会给名酒圈儿的生态带来影响，为同样瞄准“下一个十年”的其他名酒提供了样板。

比亚迪电动客车雅典道路试运行



中国比亚迪电动客车日前在雅典正式开启道路试运行，雅典街头将增添一道新的亮丽风景。

9月8日，来自中国的电动客车在试验路线上不载客测试，从雅典某一站地铁口出发，行驶经过26个站点后结束。这是中国汽车制造商比亚迪首款进入希腊市场的电动客车。

这辆采用中国技术的客车长12米，设有3个无台阶自动升降双开门，可容纳24个座位，51个站立位，1个残疾人通道，并可为残疾人和乘客提供上下车坡道。

发展新能源、推广电动汽车，是希腊政府的施政重点之一。希腊公共交通组织发布声明称，比亚迪汽车是应希腊基础设施和交通部公开邀请，在希腊城市交通网络中试运行的电动客车。媒体称，电动客车未来将在希腊城市交通中发挥主导作用，成为改善城市环境和生活质量的重要推动力。

（曲俊澎）

网红直播带货语言刍议

■ 刘晓玥

“网红”即“网络红人”的简称，因特定事件或行为被网民关注并热络知名。近年伴随电商竞争兴起了“直播带货”的销售模式，成就了薇娅、李佳琦等家喻户晓的超级网红，在带货界的影响力甚至远超诸多娱乐明星，引得社会各界的讨论。目前已有不少从经济学、传播学等角度分析该现象的论著，本文立足语言学角度，揭示网红带货的语言特色，并对电商直播带货的话语构建提出一些建议。

网红带货语言的特色

1.字词发音要求较低，语速较快。观看网络直播和购物都是人们学习工作之余轻松愉悦的消遣方式，处于一种非正式的语体之下，因此对主播的发音要求不是十分严格，直播中主要使用普通话，但偶尔也会出现中英文混杂、方言音等失范现象，有时甚至还可以成为幽默的看点，拉动氛围并助力“带货”，典型例子如李佳琦的“OMG”（Oh My God或Oh My Gosh的缩写，表示惊叹）。直播需要在有限时间内传达密集的商品信息以解答观众心中的疑问，故而网红主播的语速都很快；直播间多为大学生、白领等年轻受众，思维运转快，能够接受较快的语速。

2. 词汇运用丰富而精炼、清晰、准确。网络购物中消费者无法切身体会商品，其购买欲依赖于主播传达的使用感受，网红主播描述商品各方面的属性需要调动丰富的词汇储备，其中不乏商品属性领域内的专业表达，例如美妆领域推销口红，会有“色号”、“质地”、“拔干”、“掉屑”、“全唇”、“咬唇”、“颗粒感”等术语或描述词。直播带货为短时间内传达更多的有效信息，部分词语用法往往趋于简洁，例如微娅某次直播推荐一条小香风（一种穿衣风格）的短裤，直接省去“风”字，说成“上面是一个夹克……然后底下是一个小香的一个短裤”。又如“S码是一百斤以内穿的，M码是一百一十斤以内穿的，L码是一百二十斤，单又穿到一百三十斤，双又穿到一百四十斤，最大穿到一百四到一百四十五斤。”句中“单又”、“双又”分别指衣服的XL码和XXL码，如果直接说XL或XXL，听不清楚有没有或有几个X会影响消费者对衣服尺码的判断，换词表达以保证高语速下言语的清晰度在直播带货中十分适用。此外，不同于电视节目主持人的语言，网红直播带货大量使用口语词和网络词语。网络直播的观众对网络用语感到更加亲切、熟悉，特别是一些流行于网络的第二人称词，如“宝宝”、“宝贝”、“姐妹”、“MM”、“猪猪女孩”、“所有女生”等，很容易拉近与直播间观众的距离，增加其购买欲望。

3.句类丰富，有感染力，偶尔逾越语法规范。网红直播语言定位在日常化、口语化的语体中，不影响意义传达的语法错误是被允许的，如李佳琦在直播口红时说“今天只有三万多支一点点”，意思是今天的口红数量只有三万多一点。一些不规范的结构有时还能取得意想不到的表达效果，例如“SKE 35纯呢唇光膏脑，这是一个‘买它’唇釉。”众所周知“口红一哥”李佳琦的“OMG！所有女生！买它！买它！”已经成为直播带货界的金句，亦是他个人标签化的一个表达方式，这里又将“买它”借用为形容词，“‘买它’唇釉”即“一定要买的唇釉”，是李佳琦为了强化宣传采取的语言重复策略，虽然用法有违语法规范，但在标新立异的网络语境中却可以取得良好的修辞效果。

直播带货的话语建议

语言是约定俗成的，网红直播带货语言虽然与传统媒体主播的语言相比各方面限制较少，但并不是随意的，严重违反意义传达的表述亦会为人诟病。例如李佳琦曾因对所推销的商品不够了解，按其品名主观臆断，将“阳澄状元大闸蟹”推销为“阳澄湖的大闸蟹”，被指虚假宣传。可见，网络直播带货较为包容的语境下，发言仍有许多要遵循的原则。

1.调动直播氛围，语言幽默但不能过于低俗。信息网络时代，网红成为日常生活中传播力极强的群体，其语言带有很大鼓动性。用自身才华轻乐大众、帮助商家推销商品之余，理应肩负起传播正能量的责任，言论不应有违法律法规及道德标准。

2.瞄准受众心理，客观传达实际体验感受。带货网红充当的是网购界的KOL（Key Opinion Leader，意见领袖）角色，深受直播间观众也就是消费者的关注和信任。为达到长期理想的带货效果，维持其KOL地位，应充分考虑不同年龄、不同层次人群的需求和顾虑，用适宜的语言将商品属性真实、全面的传达给直播间观众，并尽量提出诸如适用场景、适宜人群一类的购买建议，积极引导观众理性消费。

3. 加强语言素养和语言规划管理。直播带货语言既不同于传统的电视节目主持人语言，与单纯的网络语言也有些许差异，可算作一种新型行业语，很容易通过语义扩张或语义泛化的方式涌进全民用语。因此直播带货语言的实施者——网红或新驻的带货主播群体，应多加关注语言现象，做好语言管理，创造出更多有生命力的语言要素。对于薇娅、李佳琦等高流量超级网红的话语模式和语言特色可以“取其精华”，适当地化用和模仿。

网红直播带货是近年来新兴“网红经济”的突出模式，2020年新冠肺炎疫情的特殊时期，网红直播带货以足不出户的特征优势丰富大众生活并有效缓解了经济生活的压力。网红直播带货能力强，与其鲜明的语言特色和话语构建是分不开的，很值得人们关注。信息网络时代，直播带货市场用户规模不断增加，带货网红逐渐走向职业化，在此情形之下，网红直播言语的优化，不仅可以促进网络文化向高水平发展，亦必带来更可观的经济效益。

（作者单位：西南交通大学人文学院）

淘宝天猫：未来3年 实现1000个新品牌年销售过亿元

“未来10年，是互联网创造新品牌的10年！”淘宝天猫总裁蒋凡日前在2020年天猫新品牌发布会上表示，中国整体商业的数字化会进一步加速，新消费品牌的崛起是中国未来5至10年里最确定性的机会。天猫将整合阿里的资源，全面帮助新品牌在天猫平台上的发展。他预计，未来3年，天猫上将会出现1000个年销售过亿的新品牌，100个新品牌实现年收入过10亿。

“过去10年是线下品牌拥抱互联网的10年，未来10年不仅仅是传统企业数字化转型最关键的10年，同时也是互联网创造新品牌的10年。”蒋凡说。

据了解，目前，天猫已经成为全球最大的消费者平台。随着中国互联网的高速发展，天猫已经拥有高度普及的移动支付、在线消费金融、高效的快递配送网络以及互联网媒体，构成了最佳的互联网商业基础设施。

此外，数据显示，过去几年天猫上的新品牌快速发展。2019年，天猫上新增了70%的新品牌，今年618期间，26个细分领域的第一名由不到3年的新品牌创造。以在东莞产业带崛起的新锐小家电品牌“云鲸”为例，2019年，旗下第一台清洗机器人产品问世，一年间，从不为人知到成为了扫拖地一体机器人领域的翘楚。云鲸、拉面说、古良吉吉、十三余、Bosie等品牌的90后创始人在天猫上找到了新的创业机会。

蒋凡表示，对新品牌的帮助是天猫的核心战略之一。未来，天猫将不仅是帮助新品牌销售的平台，天猫还将帮助新品牌提升品牌力。

为此，天猫将推出一系列的具体计划，包括输出数字技术能力，帮助新品牌更好地洞察消费者需求，为新品牌定制专属的营销活动，还将联动盒马、大润发、零售通、银泰等阿里经济体力量，为新品牌形成全面立体的本地化营销渠道。蒋凡表示，天猫希望为新品牌创造最好的土壤，和新品牌一起，推动中国消费市场向前进步，帮助中国创业者们打造出一批立足中国、面向全球的新消费品牌。

（经参）

中石化易捷携手四家车企进军整车销售

9月10日，从“中国石化扶贫商品展销会暨易捷第三届易享节”启动仪式上获悉，中石化易捷销售有限公司与长安汽车、长城汽车、奇瑞汽车三家汽车主机厂签订战略合作协议，加上此前已经建立战略合作关系的上汽斯柯达，与中石化易捷直接开展战略合作的汽车主机厂已有4家，中石化易捷进军汽车销售业务的步伐不断加快。

此前，中石化易捷发布招商公告，正式面向全社会车企、经销商集团进行汽车销售业务合作招商，先后有40多家企业积极报名响应。经过优中选优，上述4家汽车主机厂成为第一批合作伙伴。中石化易捷同时表示，此后还会陆续与其他公司进一步洽谈合作，扩大合作范围。

根据协议内容，双方将在汽车销售、汽车广告、汽车维修、汽车用品、汽车养护、汽车置换、二手车交易、会员权益、金融保险、非油品商品、合作营销等汽车关联业务方面开展业务合作探索。

其中，在汽车销售合作方面，中石化易捷将利用覆盖全国的中国石化加油站及易捷便利店网络、线上线下会员规模、渠道顾客复购资源优势等核心资源优势，合作开展汽车经销代销、定制汽车团购、线上数字集客、线下场景营销等业务；利用中国石化加油站优质场地资源，与车企、经销商集团以合资合作、品牌加盟、场地租赁等形式合作建设汽车销售门店，拓展汽车销售业务。

据了解，中石化易捷近年来不断进行跨界业务突破，推开展卖咖啡、卖菜、卖口罩业务之后，又开始大举布局汽车销售业务，携手合作伙伴共建多方共赢的汽车销售平台。2019年汽车销售实现平台交易额29亿元。

（欣华）

便民服务 收费标准：65元/行/天（10字1行）广告热线 020-66079393 QQ:769036075 VX：13308082189
地址：红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室
重庆报名：本公司为重庆主管部门备案代理，本期重庆招标信息同时刊登，公司代理重庆招标项目中标信息，重庆招标信息请登录重庆公共资源交易网查询

减资公告
成都舞东风投资有限责任公司（统一社会信用代码：91510106697670223T）经股东会决议决定减少公司注册资本，由人民币1816万元减少至100万元，请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求。
●法明公告：成都市金牛区龙脑运动协会（统一社会信用代码：51510106MJQ0427333）拟向上级主管单位申请注销，请债权人自公告之日起45日内到成都市金牛区龙脑路9号1楼2号本协会办理相关债权债务事宜。
●威资公告：成都仁生一教育科技有限公司（统一社会信用代码91510100MA6BP9EK1G）经股东会决议决定减少公司注册资本，由人民币500万元减少至50万元。请债权债务人自公告之日起45日内向公司申报债权债务。
●成都美志境环保科技有限公司：营业执照副本（统一社会信用代码：91510106574604399P）遗失作废。
●施江区遇蓉网络工作室营业执照正副本（统一社会信用代码92510104MA6C5P6EF）遗失作废
●天府新区成都片区华阳贵族建材经营部公章编号51011001 51451发票号开票编号51011001 151453遗失作废

注销公告
成都常隆发机械租赁有限公司（注册号510107000930896）经股东决定注销公司。请债权债务人于本公告见报之日起45日内前往本公司申报债权债务。

特此公告
●金牛区海派日用品经营部营业执照正副本注册号510106600339813遗失作废
●成都梨阳商贸有限责任公司营业执照正副本注册号510124000074540遗失作废

遗失声明
刘光辉（身份证号码：412824197902012639）遗失与成都市城乡房产管理局签订的成都市国有土地上房屋模拟搬迁补偿安置协议，特此声明作废。
●成都市太齐实业有限公司，营业执照正副本（注册号510100020 08295）、税务登记证正副本（税号510102196312204076）、组织机构代码证正副本（代码312204076）遗失作废。
●陈琪蓝遗失成都文理学院学生证，学号19105853，声明作废
●章敏，梦见成都市快晚高芝木城7-1-3704号房屋的购房款收据（编号：FK000378），金额：401327元）遗失作废。

注销公告
成都市新怡达进出口贸易有限公司注销公告（统一社会信用代码：91510100782738301K）股东决定注销公司。请公司债权债务人于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。

注销公告
成都兰枚建筑管理有限公司经股东会决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告
四川省有道品道农业科技有限公司经股东会决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。
●青平区新天空发型设计室，营业执照正副本（注册号：510106303620668）遗失作废。
●成都瓜鑫源房地产咨询有限责任公司（统一社会信用代码：91510104MA4AENABXK）营业执照副本遗失作废

注销公告
成都成电电子信息技术工程有限公司（统一社会信用代码：91510100782738301K）股东决定注销公司。请公司债权债务人于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务事宜。