●朱凡昊展示VR+AI技术成果。

00后创客斩获省赛金奖！
湖州职院学子用代码点亮非遗与公益

■ 李爽

浙江省第十四届“挑战杯”现场，湖州职院大二学生朱凡昊捧起金奖。这位00后入学两年获4项省级金奖、开发10余款软件，用代码书写“科技赋能社会”的青春故事。

VR技术复活千年非遗：让湖笔文化“触手可及”

“看到老匠人直播展示制笔工艺，年轻人弹幕说‘看不懂’，就想做些改变。”朱凡昊谈及做“湖笔数字文化展馆”项目初衷时说。团队创新采用VR+AI技术，用户佩戴设备可“穿越”到湖州善璇镇，沉浸式观看选毛、浸皮到扎笔、刻字的湖笔制作全工序。该平台获权威机构认证，已与3家文旅企业签约。“一位老匠人体验后说‘手艺能被更多人看见’，这比拿奖更让我感动。”他笑言。

AI软件温暖“星星的孩子”：让沉默者开口说话

“在特教学校做志愿者时，发现孩子对屏幕互动更敏感，想用技术帮他们沟通。”朱凡昊研发的“星光守护”系统，通过AI情感识别分析表情、语音，生成个性化教学方案。数据显示，使用患儿平均语言训练周期缩短40%，首次开口时间提前2-3个月。“有个孩子用软件喊出‘妈妈’，家长含着泪鞠躬，那一刻觉得代码有了温度。”

从课堂到市场：00后CEO的产教融合实践

作为湖州畅游科技法人，朱凡昊构建“技术研发—企业转化—市场应用”闭环。“不做空中楼阁的技术，要瞄准小微企业痛点。”团队为杭州企业开发的AI图像识别系统降低30%分拣成本，为温州定制的文旅平台首月引流超5000人次。“第一次谈合作，对方看我是学生质疑‘能落地吗？’我们带demo现场演示才拿下首单。”依托学校产教融合基地，公司年营收破10万元，带动12名同学创业。“代码要解决现实问题，才有技术价值。”他说。

“岗课赛证”育出“六边形战士”

“专业第一+竞赛金奖+企业CEO+学生干部”，朱凡昊是职业教育“岗课赛证”模式的样本。“入校参观企业，看到工程师现场调代码，‘学以致用’的氛围吸引了我。”他说，工作室是“第二课堂”，白天学理论、晚上做项目，竞赛获奖水到渠成。信息工程学院院长评价：“他是融合技术、管理、市场思维的复合型人才。”如今，他正带领团队攻关“虚拟现实+乡村振兴”，计划为湖州20个村落打造数字博物馆。“乡村民俗文化在消失，想用VR把它们‘存’下来。”他眼中满是期待。

从非遗传承到公益服务，从技术创新到产业落地，这位00后用代码勾勒新时代青年担当：让科技有温度，让创新有方向。正如他所言：“键盘是画笔，屏幕是画布，我想画出更美丽的世界。”

聚势赋能产业升级 共筑“国潮出海”新格局
第八届中国·清丰绿色家居博览会启幕

本报讯（记者 **李代广**）5月10日，值“中国品牌日”之际，第八届中国·清丰绿色家居博览会在河南省濮阳市清丰县拉开帷幕，这场以“实木家居新境界、全球共享清丰造”为主题的家居盛会，以29万平方米展区、千家企业参展、2万件新品首发的恢宏规模，向世界展现了中国家居产业的创新活力与绿色智慧。

清丰县以展会为媒，擘画产业高质量发展蓝图，奏响“国货崛起、国潮出海”的时代强音，特别是中国家具协会将软体委员会成立大会这一全国性的行业盛会落户清丰召开，更是对清丰家居产业良好发展态势的充分肯定与支持。

中国轻工业联合会党委副书记、中华全国手工业合作总社副主任、党委副书记、世界家具联合会主席、亚洲家具联合会会长、中国家具协会理事长徐祥楠，中国缝制机械协会理事长杨晓京，全球林产品绿色供应链（澳门）联合会主席袁兵，中国木材保护工业协会驻会副会长邢小波等出席开幕式。

工信部消费品工业司主任罗瑞东等嘉宾以及世界经济研究中心研究员、古巴科技环境部、阿特米萨省环境研究与服务中心，泰国森林保护区管理处、林业产业组织，尼泊尔加德满都市森林部、绿色基金会，埃及环境部、卫生部、交通部、阿斯旺省环境规划部等“一带一路”国家木材加工及可持续利用技术官员研修班外宾应邀出席开幕式。

●开幕式上举行的签约仪式

河南省工信厅副厅长常继红，濮阳市委常委、常务副市长周东柯，副市长宋成玲，中共清丰县委书记高尚功，中共清丰县委副书记、县长赵丹等出席开幕式。

高尚功表示，从“木工之乡”到“智造高地”，清丰家居产业以“四高四争先”为引领，构建起涵盖木材加工、家具制造、市场销售的全链条体系，培育本土领军企业数十家，吸引软体家居头部品牌落户，产业集群产值突破百亿元，成为“中国北方实木家居第一展”的坚实底座。

徐祥楠在讲话时赞叹说，清丰家居以榫卯智慧连接世界，用绿色理念赋能产业，正在成为全球家居版图中的“中原明珠。”

本届展会首创“莲韵·共生奖”家居艺术与可持续发展国际设计大赛，吸引全球设计师探索低碳美学与智能科技融合之路。在6场高峰论坛中，清华大学教授柳冠中、香港设计大师陈飞杰等行业大咖，围绕“国潮出海”“数字化转型”等热点共商产业未来。

作为国家林草局“一带一路”木材研修班参观点，清丰迎来所罗门群岛、马来西亚等9国代表，为“中国设计”走向世界打开新通道，清丰的进阶之路，离不开顶层设计的强力支撑。

河南省将现代家居列为7大先进制造业产业集群、28个千亿级产业链之一，出台三年行动方案，把清丰作为核心承载地，创新建立“第一书记驻企”服务机制，搭建家居研究院、检验检测中心等六大平台，推动产学研深度融合。

展会期间，非遗木版年画展演、乡村振兴“土特产”市集与智能家居展区相映成趣，传统技艺与现代设计交融中，跃动着“以产兴城、以城促产”的生机。

自本届起，清丰将把每年5月10日定为家博会固定举办日，以品牌建设赋能产业长远发展。

从“户户作坊”到“国货严选”，从“中原腹地”到“国际舞台”，清丰家居以“一张蓝图绘到底”的定力，走出了一条传统产业转型升级的特色路径。

胜利西南分公司获得甲方表扬信

■ 明华 佘祥锐

近日，胜利石油工程公司西南分公司收到胜利采油厂发来的表扬信，对该公司70682SL钻井队在利页203区块页岩油钻井项目中的优异表现给予肯定，标志着该公司在页岩油钻井领域的技术实力与团队协作能力再次获得甲方高度认可。

利页203区块页岩油钻井项目是胜利采油厂2025年原油上产的主力阵地，对完成全年生产任务具有重要意义。面对工期紧张、任务繁重的挑战，西南分公司迅速响应，统筹调配资源，选派王牌钻井队70682SL钻井队进行施工。通过倒排工期、优化施工方案，技术人员全程驻守指导，钻井队干部紧盯关键环节，最终高质量完成项目任务。

该项目共部署三口井，其中70682SL钻井队承担了利页203-2HF、利页203-3HF两口井的施工任务。凭借精湛技术与高效管理，两口井钻井周期分别为46.65天和49.02天，高效完成施工任务。

胜利采油厂在表扬信中特别指出，西南分公司展现了“干在实处、干在难处、干在最前”的优良作风，为项目顺利推进作出了突出贡献。

双方表示将以此次合作为契机，继续深化协作，共同践行“端牢能源饭碗”的责任使命，助力油气勘探开发提质增效。

▶ ▶ ▶ [上接P1]

不按套路出牌 撬动商业新模式

中国消费者协会2024年5月发布的《中国消费者权益保护状况年度报告（2023）》提出，2024年，情绪释放将成为影响年轻一代消费者决策的重要因素。国家信息中心数据显示，2025年一季度线下消费热度指数同比增长14.2%，其中沉浸式体验、非遗手作等新型消费场景增速超20%。

“一方面，千篇一律的盒子商场难以捕捉年轻人的注意力；另一方面，非标商业为‘体验消费’提供了生长土壤。”成都此地CyPARK相关负责人表示，此消彼长之间，构成了商业地产格局的变迁。

盈利模式的多元化也是重要驱动力。翁剑武以文三街为例对记者分析，除基础租金外，街区还会通过活动售票、研学业务、商务接待等增值服务与商家分成。这种“固定内容+流动内容”的合理搭配，可有效兼顾一个项目的话题度与转化率，这也被认为是商业地产盈利的未来趋势。

此外，“非标商业”多建于城市更新的浪潮中，“非标商业”也可盘活存量空间。从中央到地方，政策层面持续发力：2024年11月，商务部等七部门联合印发《零售业创新提升工程实施方案》，推动百货、购物中心、社区商业等多业态迎来全方位改造契机；2023年印发的《上海市城市更新行动方案（2023—2025年）》明确鼓励开展综合区域整体焕新、商业商务活力再造“六大行动”；2025年4月初，北京市商务局发布通知，对全市商场、商街、商圈品质提升项目给予最高500万元的项目补助。

记者还观察到，首发经济的兴起与非标商业相辅相成。从实践来看，首店、首展、首秀等近年来大量落地“非标商业”。

以北京为例，截至2024年12月，THE BOX朝外A馆已引进首店超40家，达成5亿元消费额。在上海，张园西区开放后，成功引入30家高能级首店，商业载体出租率超80%。在成都，麓湖CPI自开业以来，引入品牌西南或成都首店占比超70%，其中某女装线下首店平均月坪效（每平方米的营业面积在一定时期内所产生的销售额或经营效益）达7000-7500元。

不少业内人士指出，首店品牌往往需要营造独特空间、氛围来强化品质感和新鲜感，非标商业恰好提供了这样的平台。

从市场数据来看，非标商业赛道正日益拥挤。商业房地产服务与投资公司世邦魏理仕数据显示，2023年，仅成都就新增14个非标商业项目，供应量达49万平方米，首次超越传统商业。2024年预计还将新增55万平方米。

长效运营何解？

尽管人气火爆，非标商业的可持续性仍面临挑战。

常逛京西商圈的游女士感觉，部分商区动线设计不合理，消费者无法自然路过所有商铺，“绕路式”体验差到只想赶紧离开，更别提好好消费了。

“我不会一直为表面噱头停留、买单。”消费者唐女士直言，商区里的松弛感不是种几棵绿植、放几个艺术装置、拼凑一些流行词汇就能实现的。

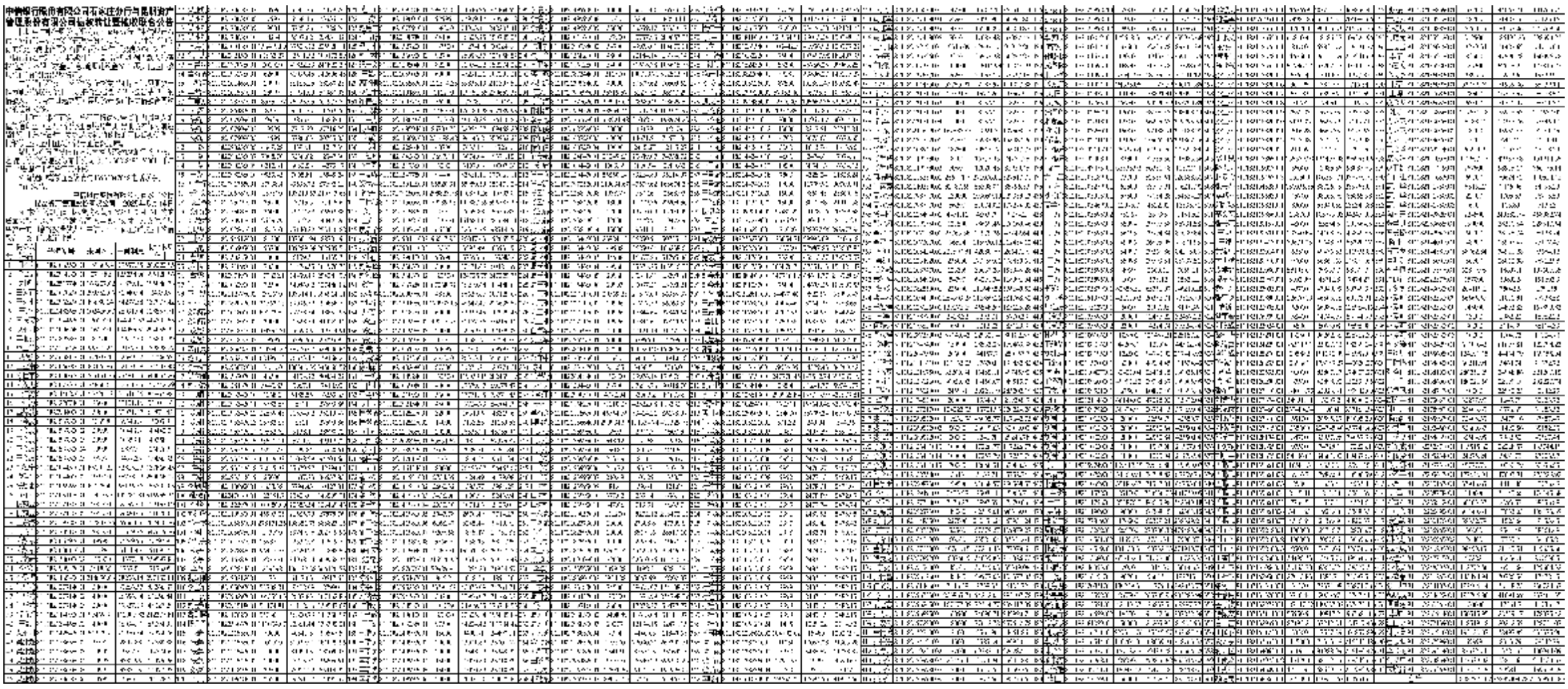
“不是所有创意都值得一个夸张的价格。”热衷于逛各种新消费场景的陈女士在北京西郊的一家非标商业说，区域内许多店铺看似个性十足，实则产品普通，价格却是同类商品的数倍，怪不得有网友开玩笑说非标商业有自己的“汇率”。

在行业人士看来，非标商业要锚定“人”的需求坐标，精准定位客群。“商业策划是商业项目落地最为关键的第一步。”杭州一直建筑设计事务所创始人兼设计总监谢天认为，尤其要充分调查、综合考量周边人口密度、年龄分布、消费水平等信息。“若这一步有缺陷，即便设计出色，之后的运营也会充满不确定性。”谢天说。

杭州天目里负责人认为，“非标商业”更加需要“明确定位属性”，招引商家的品牌调性要“同频”，如年轻化的商业项目，就应将目光紧紧锁定95后、00后，做好IP经济、社群活动等；主打运动的主题公园，则可以通过开发细分运动，吸引更广泛的运动爱好者。当然，也要严格把控产品品质、装修陈列、服务水准、营销传播等。

选址同样关键。“并非处处都具备适合非标商业生长的土壤。”谢天认为，老旧街区、工业厂房、城市公园景区等“因地制宜”的公共空间都是非标商业的理想载体。“这类改造的核心，是将建筑肌理、地理标识、承载城市记忆的文化符号等‘不可复制的空间基因’，转化为差异化商业竞争力。”

成都麓湖CPI相关负责人则认为，做好非标商业的关键在于运营团队，以及因团队而迸发出的策略和做法。“品牌都十分愿意跟着成熟、有经验的商管团队走。”仲量联行中国区零售地产及消费研究负责人朱建辉指出，商管团队要有长期合作的品牌资源库，还要有能力整合品牌资源，甚至孵化新兴品牌。

“即便我们不做也会有人去做。”在成都Cosmo招商负责人巫天晴看来，非标商业的吸引力在于有趣、创新、有意义。“非标商业仍处于成长与探索阶段，与其说是一种形态上的自我革新，不如说是商业地产迭代的必经之路——它为创新品牌提供舞台，为城市更新注入活力，也给消费者带来更多新选择。”

（参与报道：黄晓芸 郭妍廷 郭添能）