

互鉴

文明因交流而多彩
文明因互鉴而丰富

暑期以来,动辄40℃的气温,让以往较为舒适宜人的欧洲夏季显得有些难熬。在此情形下,中国出海的“纳凉神器”大展威力,一跃成为欧洲消费者避暑“刚需”。

从空调等制冷大件儿,到降温贴、便携风扇、家用制冰机等清凉小产品,无不受到民众欢迎甚至供不应求,显示出“中国制造”依托产业链优势,精准填补欧洲市场空白,贴合海外民生需求的独特竞争力。

“本来想买一款中国品牌的分体式空调,只是纠结了一秒,就啥都没了……”定居法国巴黎的尚女士告诉笔者,她在持续多日的热浪中感受到了“大崩溃”——住所没有空调,室内气温高达39℃,热到快要中暑,睡一会儿就热醒一回,“从没遭遇过这种罪。”

冒着酷暑,尚女士去了巴黎多家线下实体店,货架上所有降温产品都被扫荡一空。她持续紧盯电商平台Joybuy,终于花费200多欧元,购得一台移动式小空调。虽不是自己最想要的“理想型”,但已颇为不易。

“以前没像今年这样热过,30℃以上的

精准填补海外市场空白

热浪席卷欧洲,“中国制造”救场

◎ 魏婧

天气都很少,上周室外居然达到了41℃!”尚女士称,法国、荷兰、德国等西欧国家,从纬度来看与我国东北地区相当,夏季较为炎热的天气不算太多,因此空调在居民家中并不属于“刚需”。

另据媒体分析,很多老旧建筑没有预留空调管道,一些历史建筑出于保护外立面的需要,安装室外机往往需要经过业主同意和市政部门审批,高昂的空调安装与使用成本也让不少人犹豫不决。

好不容易抢到的空调,算是解了尚女士的燃眉之急。但令人挠头的是,配件“封窗布”始终处于缺货中。这是一种国人听上去较为陌生的产品,尚女士解释,移动式空调上,会有一根较粗的排气管,通过窗户将热气排到室外。这样的话窗户需要半开,制冷效果就会打折。封窗布是一种较为硬挺的布料,固定在窗框与窗户之间,可通过拉链尽量将窗缝封严,仅留出排气管的空间,以减少空气流动。

由于封窗布持续缺货,什么时候到货又遥遥无期,尚女士干脆自力更生,用塑料泡澡袋“手搓”了一个。她将窗户打开,袋子整个蒙在窗框上粘好,再根据排气管的大小挖一个洞,将管子伸出去。虽然泡澡袋软塌塌的,但对热气也算“能隔一点是一点”。一番操作下来,20多平方米的客厅,开了空调再搭配循环扇,室温终于可以控制到30℃以内。

不久前,尚女士又一次登录Joybuy,查看空调类目,页面上多品牌产品继续显示为“缺货”状态。她本想购买的那款中国品牌产品售价899欧元,合人民币近7000元。

同一天,该中国品牌在其官方公众号上回应称:“目前此产品在德国、英国、法国、荷兰等地均已售罄待补货。为应对这场抢购潮,德国程序员甚至专门开发了付费库存追踪网站,实时同步上千家门店的库存动态。在一机难求的情况下,二手机价格比原价高得多,但依旧是被‘秒杀’的状态。”

这款中国品牌的分体式空调,购买途径之一是海外线上购物平台。笔者从Joybuy方面了解到,其清凉产品销售,在6月19日至25日期间,较6月第一周激增近40倍。其中前述提及的空调增长近42倍,其余如落地风扇增长超80倍,挂脖风扇增长超120倍。

平台相关负责人表示,欧洲热浪期间恰逢夏季“黑五”促销,带动各类降温产品需求迅速增长。“目前已针对空调等热销降温商品加快补货,空调采销正积极与上游品牌协调供货和备货,预计未来几周内将有更多空调到货。”

空调“一机难求”,欧洲消费者也在同步寻找其他“降温神器”来度夏。在西班牙巴塞罗那工作的姜先生告诉笔者,与欧洲北部此前“热到离谱”不同的是,巴塞罗那是最近才开始热起来的。“这边日照强烈,气温达到35℃就比较难熬了。有空调的家庭确实也很少,大家到了晚上会在外面喝啤酒,不在家待着。”

据他观察,高温来袭后,人们主要购买电扇、便携小风扇、降温贴等消暑产品。“风扇从商场和超市卖场买,降温贴是从温州人开的小商品店买,都是中国制造的商品,价格相对空调来说比较便宜。”

左手风扇右手暖炉
反季操作处处占先机

受高温天气影响,各式中国出海的“纳凉神器”大显威力,征服了一众海外消费者。不少清凉产品的生产厂家,迎来订单攀升的火热态势。

一家位于广东中山的风扇企业,成立至今已有20年。近年来工厂主流产品为大型工业风扇、能吹冷风的雾化扇、室内加湿扇等。销售人员告诉笔者,工厂主要面向企业客户,按客户需求做贴牌定制服务,相当于品牌的源头代工厂。“客户的产品会通过亚马逊平台售至全球各地,以欧洲地区为主。”

今夏欧洲气温走高,工厂在以往较为稳定的订单基础上,又收到了很多返单,这也充分说明市场对产品的认可。“我们的产品比较小众,存在差异化,像雾化扇可以在降温的同时,避免打湿衣物,具有一定的竞争力。”销售人员称,目前工厂尚未制作能拿在手里使用的便携小风扇产品,“觉得拉开差距”。但关注到受众需求,后续也有

计划开发新品,预计从小型的桌面冷雾扇入手,打磨好细节,将品质放在第一位。

而在具有“世界超市”美誉的义乌,各种清凉小物更是令人眼花缭乱,“只有想不到,没有做不到。”据央视财经披露,今年1至5月义乌跨境电商总交易额达811.75亿元人民币,同比增长10.23%。五花八门的清凉产品正远渡重洋,不断受到国外客户青睐。

采访中,笔者还发现了一个有趣的现象,高温天气与清凉产品的火爆,存在正相关性,但又不是完全同步的。在义乌国际商贸城一家主营帽子的店铺内,店员于女士告诉笔者,夏季的遮阳防晒帽,尤其是带小风扇的“爆款”风帽,从3月份就开始售卖了,会一直卖到七八月份。除了国内客户,店内及网络平台还会接待来自欧洲、美国等地的外贸客户,高峰期一天可以收到五六笔订单,售出上万顶帽子。

令人意外的是,酷暑未过,店内与风扇帽同步置于货架上的,还有最新款的冬季毛绒帽、棉线帽等保暖用品,形成“冰火两重天”的奇观。于女士表示,这种“反季节操作”早已是商户们的常态。“我们有自己的工厂,客户一边来买防暑的东西,一边也会看新款,就会去预订今冬乃至来年的产品。”

笔者还咨询到另一位主营各式小风扇的店主,对方称除风扇销售外,暖炉、壁炉等采暖小电器也在陆续上架,主要面向中东地区外贸客户。一些店铺内,流光溢彩的节日用品已经全面铺开。这样的备货逻辑,使得中国商户们能够未雨绸缪,处处在世界市场中抢占先机。

(受访者供图)

泡澡袋“手搓”封窗布,用来隔绝热空气。

中美青少年共话“鸟类友好城市”建设

本报讯(刘一叶 徐子涵)8月11日,“鹰飞之城·第二届中美青少年鸟类友好城市创想大赛”中国赛区颁奖仪式在重庆市渝中区举行。大赛吸引了超1万人次中美青少年踊跃参与,收到参赛作品5510件。经过评审,来自中国赛区的199件作品和美国赛区的91件作品获奖。

据悉,大赛自2025年11月启动以来,累计开展了50余场科普宣讲、社团研学、户外观鸟、主题展览等科普实践活动,为中美青少年搭建了文化交流与生态保护的创新平台,共收到5510件创意作品,超1万人次参与。

现场,由西南大学附属中学17名学生联合创作的长卷《鹰飞之城组图》亮相。这是一幅长达8.24米的绘画作品,孩子们将国家一级保护野生动物金雕置于画面正中,选取17种重庆本土鸟类,与重庆老城“九开八闭”的17座城门一一对应,把山城历史与猛禽迁徙的过程展现在观众眼前。

活动现场还举行了“鹰飞之城·第二届中美青少年鸟类友好城市创想大赛”优秀作品展,展出了不少融合科学、技术、工程、艺术等跨学科思维的获奖作品。例如,谢家湾小学何林养的作品是手绘原创图文日记《一只普通鹭的日记本》,讲述普通鹭与重庆的温暖羁绊,诠释鸟类友好城市的内涵。

第十六届中俄文化大集在黑河收官

本报讯(温浩 赵吉会)近期,由文化和旅游部、黑龙江省人民政府、俄罗斯联邦文化部、俄罗斯阿穆尔州政府联合主办,黑龙江省文化和旅游厅、黑河市人民政府、俄罗斯阿穆尔州文化与民族政策部、俄罗斯布拉戈维申斯克市行政公署共同承办的第十六届中俄文化大集在黑河市落幕。

多年来,中俄文化大集持续深耕边境文旅交流领域,常态化推动两国地方互联互通。活动凭借丰富多元的内容载体、鲜活新颖的呈现形式,生动诠释了中俄新时代全面战略协作伙伴关系深厚内涵。历经10余年发展,这一活动已成为中俄边境地区文化交融、文旅共生、经贸联动、民间互通的重要纽带与标杆典范。

本届中俄文化大集于7月3日在俄布市启幕,首次实现“两国四省州六城市”协同联动——黑河主会场联动牡丹江、佳木斯分会场,与俄罗斯布拉戈维申斯克、符拉迪沃斯托克、哈巴罗夫斯克三城结对互动,共策划落地76项特色系列活动,涵盖互信、融合、共享、开放、联动五大板块,包含文艺汇演、民俗巡游、艺术展览、民众联谊、非遗展示等极具中俄本土特色的主题内容,在交流机制、活动形式、传播矩阵、合作模式、技术应用、产业联动六个维度实现全面突破。

闭幕期间,还同步开展全省文旅促消费主场活动、中俄非遗市集、2026年中俄图书出版与文献交流合作研讨会等10项主题活动,构建“主会场+多点位”全城联动格局,丰富了中俄文化大集活动内涵,拓展了人文交流的广度与深度。

第二十五届“汉语桥”世界大学生中文比赛举办

本报讯(张哲昊)8月8日,第二十五届“汉语桥”世界大学生中文比赛暨夏令营启动仪式在福建平潭举办,来自全球137个国家的157名参赛选手参加。

这是赛事落地福建的第三年。启动仪式上,嘉宾与选手代表将象征五大洲的蓝色海水注入启动装置,“汉语为桥 天下一家”字样随之显现,意味着比赛正式启动。

现场,“汉语桥”选手们实地探访了平潭壳丘头遗址博物馆,驻足欣赏一件件古朴的陶器与石器,深入了解南岛语族文化。在博物馆深处,陈列着干栏式建筑模型和南岛语族先民雕塑,生动展现了先民的生活图景。

走出博物馆,选手们还在附近共同种下25棵友谊之树和5棵相思之树,并为树苗悬挂专属纪念铭牌,以此寄托五大洲青年对友谊与未来的美好期许。“若干年后,我希望还能和‘汉语桥’的朋友们再回到平潭,看看当年种下的树,这就是友谊最好的纪念。”美国青年罗小爱说。

文化体验是“汉语桥”的重头戏。据悉,本届“汉语桥”紧扣“阅见福建、阅见中国、阅见未来”定位,在福建设置了主题线路,邀请选手在参赛之余,到访平潭、福州、漳州、厦门等地,通过非遗体验、世遗探访、科技参访、青年交流等一系列丰富多彩的活动,沉浸式感受八闽文脉和烟火气。

未成年人社交媒体准入年龄该定几岁？

7月24日,欧盟委员会向TikTok通报初步调查结果:该平台未能按照欧盟《数字服务法》的要求,为未成年人提供足够安全的账户环境。欧盟委员会特别指出,未成年人可以把账户设为公开,16岁至17岁用户发布的内容甚至可能经“为你推荐”信息流推送给任何人。欧盟要求,保护未成年人不能依赖用户主动选择,安全设置应当成为默认选项。

欧盟对平台安全设计的审查,与欧洲多国不断推进的社交媒体年龄限制形成呼应。此前3天,法国议会两院通过法案,禁止未满15岁的未成年人员使用社交媒体。法国由此成为欧盟首个通过此类全面禁令的国家。法国政府希望新规从9月1日起适用于新注册账户,既有低龄账户在4个月过渡期后关闭。不过,7月23日,法国国民议会左翼议员将该法案提交宪法委员会审查。其能否按计划实施,仍有待宪法委员会作出审查结论,相关规定如何与欧盟统一数字规则衔接也有待观察。

未成年人究竟多大才能使用社交媒体?各国和地区设定的年龄门槛及相关立法进程并不相同:澳大利亚的16岁门槛已经实施;法国针对未满15岁未成年人的禁令已经由议会通过,正接受宪法审查;英国政府计划从2027年春季起,限制16岁以下未成年人使用部分社交媒体;加拿大法案拟将最低年龄设为16岁,但仍在议会审议。欧盟委员会儿童网络安全特别专家组则建议,在平台证明其服务具有安全设计前,限制未满13岁的儿童使用,同时允许成员国为13岁以上群体设置更高门槛。

这些不同的年龄数字背后,是各国对网络风险责任的重新分配:过去,用户往往只需在注册页面填写出生日期,或确认“已满13岁”;现在,越来越多的政府开始要求平台主动识别和核验用户年龄。但法律写下下一个年龄数字之后,平台能否真正把低龄用户挡在门外?率先实施全国性社交媒体最低年龄限制的澳大利亚,提供了一个可供观察的现实样本。

“世界首例”带来什么

2025年12月10日,澳大利亚针对未满16岁用户的社交媒体最低年龄制度正式实施。Facebook、Instagram、TikTok、YouTube、X等平台必须采取“合理步骤”,阻止未满16岁用户持有账户;违法责任由平台承担,孩子和家长不会受到处罚。即时通信、网络游戏及以教育、健康支持为主要目的的服务不在限制范围内。

据各平台向澳大利亚网络安全监管机构报送的数据,制度实施初期,约470万个需要限制年龄的账户被删除或限制登录。澳大利亚网络安全监管机构今年3月公布的调查显示,据家长报告,孩子在受限制平台拥有账户的比例,从新规实施前的49.7%降至31.3%。法律至少提高了低龄用户进入大型平台的成本。

不过,账户数量下降并不意味着年龄限制已经得到充分落实。同一份调查显示,在新规前已经拥有Facebook、Instagram、Snapchat或TikTok账户的孩子中,约三分之二仍保留着账户。另一项研究进一步反映出年龄限制面临的执行困难。6月24日,《英国医学杂志》发表了一项观察性研究。研究团队对澳大利亚436名青少年进行跟踪调查,其中408人完成了禁令实施3个月后的随访。结果显示,在未满16岁的受访者中,超过85%仍在受限制的社交媒体平台。

这说明,年龄限制面临的不只是技术系统能否准确判断用户年龄的问题,还包括平台是否真正触发核验、监管机构能否审计平台流程。不过,在讨论如何执行之前,还需要回答一个更基础的问题:平台长期采用的13岁门槛,究竟从何而来?

13岁不是经过科学验证的“安全线”

长期以来,多数主流社交媒体平台都在服

务条款中将13岁设为最低注册年龄。这个数字主要源于美国《儿童在线隐私保护法》及其实施规则:面向未满13岁儿童的网站或在线服务,以及明知用户未满13岁仍收集其个人信息的一般性网站或在线服务,原则上须事先取得可验证的家长同意。因此,13岁首先是围绕儿童个人信息收集设定的一条法律界限,并不意味着医学界已经证明,儿童年满13岁便能安全使用社交媒体。

法国国家食品、环境与劳动卫生安全署在分析1000多项研究后指出,青少年正处在情绪调节和身份建构的敏感阶段。参与这项集体评估的专家说:“青少年的情绪和行为调节能力弱于成年人,因此更容易受到社交媒体有害影响。”该机构建议,未成年人原则上只应接触经过专门设计、能够保护其健康的社交媒体服务。

不过,现有研究仍不足以确定一个适用于所有未成年人的统一年龄门槛。今年1月,英国《卫报》报道,剑桥大学研究员艾米·奥本正在参与一项覆盖约4000名英国中学生的社交媒体限制试验。她表示,据研究团队了解,这是全球首次试图系统回答这一问题的研究。研究结果预计到2027年陆续公布。在她看来,政策应随证据变化不断调整。现有研究显示,相关风险确实存在,但风险程度、影响机制及不同年龄群体受到的影响仍存在不确定性。与此同时,年龄限制也可能产生副作用,因此“一刀切”的政策受到质疑。

联合国儿童基金会也在去年12月的一份声明中提醒,年龄限制如果孤立实施,可能把儿童赶向监管更弱的平台。该机构强调:“设置年龄限制不能替代企业改善平台设计和内容审核。”

在风险与权利之间,欧盟专家组提出了一条折中路径。7月13日,欧盟委员会儿童网络安全特别专家组向欧盟委员会提交报告。专家组两名联合主席约尔格·M·费格特和玛丽亚·梅尔基奥尔建议:“在平台证明其服务具有安全设计之前,应限制未满13岁的儿童使用。”

比年龄数字更难的是如何验龄

设置门槛后,平台还要判断屏幕另一端的用户究竟多大。现有方案包括身份证件核验、基于面部或行为特征的年龄估计,以及由第三方提供的年龄证明。

英国路透社今年3月报道,美国“常识媒体”高级顾问阿利尔·福克斯·约翰逊认为:“年龄核验技术市场在过去几年已经成熟了很多。”但技术趋于成熟,并不意味着平台会真正使用。7月7日,路透社报道,澳大利亚独立测试机构KJR注册了50个测试账户,这些账户在注册时均将年龄填写为16岁。该机构负责人安德鲁·哈蒙德说:“而我们一次也没有被要求验证年龄。”这说明,实际漏洞可能不仅在于验龄技术是否准确,也在于平台是否真正启动了核验流程。

如何在核验年龄的同时,避免要求所有用户进行完整身份识别,成为新的政策难题。欧盟委员会正在推动匿名年龄证明工具的应用,让用户只需证明自己已达到规定年龄,而不必向平台公开姓名、出生日期等身份信息。欧盟方面表示,该方案的技术准备工作已经完成,但仍有待成员国进一步部署。

由此看来,13岁、15岁或16岁都不是自动解决问题的“神奇数字”。真正决定政策效果的,是平台能否可靠核验用户年龄、保护验龄过程中的个人信息,并同步调整推荐系统和默认安全设置。这正是欧盟依据《数字服务法》调查TikTok时释放的关键信号:防范未成年人沉迷及其他网络风险,不能单靠一道身份验证的“年龄门槛”,还须重构平台底层的算法逻辑与产品设计。与其只问孩子多大才能进入社交媒体,不如追问平台能否为不同年龄段的孩子提供与其身心发展相适应的网络环境。

