

新华社香港 11月 26日电（曹霁阳 孟佳 奚天麒）香港大埔宏福苑 26日下午发生五级火警。事故已造成 13 人遇难，包括一名殉职消防员，另有多人受伤。截至午夜 12 时许，火灾还未扑灭，救援工作还在进行中。

据了解，宏福苑共有 8 座大厦，正在进行包括外墙维修在内的 大维修，所有大厦事发时均搭有棚架及盖上棚网。

当日下午 2 时 51 分香港特区政府消防处接获火警报告，下午 3 时 02 分火警升为三级，随后火警接连升级，火灾从一座大厦蔓延至 7 座大厦，到下午 6 时 22 分升为五级。

火灾发生后，香港特区政府行政长官李家超主持跨部门紧急会议，实时启动紧急事故监察及支援中心，听取保安局和消防处的汇报，并指示相关部门全力做好灭火救援救灾工作。李家超当晚到大埔宏福苑火警临时庇护中心探望。

香港特区政府消防处介绍，截至当晚 8 时，共出动 128 辆消防车、57 辆救护车，累计投入 767 名消防救援人员。

特区政府各部门全力协助受火警影响的居民。民政事务总署、民政事务处及社会福利署在现场设立援助站，安排受影响人士入住临时庇护中心，并为死者家属提供援助及情绪支援。医管局也启动了应急机制，全力救治伤者。

教育局已派出教育心理学家及大埔区学校发展组人员前往临时庇护中心，为受影响的学生提供支援。多间区内学校 27 日停课。

东昌街社区会堂是临时庇护中心之一。记者看到，来自特区政府民政事务部门、警务处、民安队、关爱队的人员都在帮忙。大家各司其职，互相配合，有人铺设床垫，有人给居民派发水和食物，有人负责登记居民需求，有人安抚居民情绪。

大埔关爱队队员、区议员林奕权介绍，很多组织和个人自发捐赠物资，危难时刻体现了大家的团结和互相关爱。

晚上 10 点，在东昌街社区会堂，沙田关爱队成员温云龙仍在在工作，负责运送物资、帮助受灾人员亲属登记失联者信息，同

香港大埔区发生五级火警

重要指示精神，全力支持香港特区政府应对外置火灾事故中央港澳办、中央政府驻香港联络办：坚决贯彻习近平总书记

时安抚家属情绪。“我一接到消息就赶来了。”他喘了口气，声音沙哑，“目前大家都安置好了，水和饭也够。”

临近午夜，香港市民何先生自发拉着小推车到火灾现场附近为消防员和工作人员发水。满头大汗的他一直在不停问大家“有没有人需要水”。

新华社北京 11 月 26 日电 中央港澳办 26 日晚发文表示，坚决贯彻习近平总书记重要指示精神，全力支持香港特区政府应对外置火灾事故。全文如下：

11 月 26 日下午，香港新界大埔屋邨宏福苑多栋住宅楼发生火灾，造成重大人员伤亡。

事故发生后，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平高度重视，第一时间了解火灾救援和人员伤亡等情况，指示中央人民政府驻香港联络办负责人向香港特区政府行政长官李家超转达他对遇难人员和殉职的消防员的哀悼、对遇难者家属和受灾人员的慰问，要求中央港澳办、中央政府驻香港联络办支持香港特区政府全力以赴扑灭火灾，想方设法做好人员搜救、伤员救治、善后安抚等工作，有关部门和地方提供必要援助，努力把火灾伤亡损失降到最低。

香港特区政府和社会各界正全力展开灭火和人员搜救、伤员救治、善后安抚等工作。

中央港澳办坚决贯彻习近平总书记重要指示精神，密切跟进火灾事故救援情况，与香港特区政府保持密切沟通，并协调有关部门和地方提供必要援助，全力支持香港特区政府应对外置火灾事故。

据新华社香港 11 月 27 日电 中央人民政府驻香港联络办 27 日凌晨发文表示，坚决贯彻习近平总书记重要指示精神，全力支持香港特区政府应对外置火灾事故。

中央人民政府驻香港联络办坚决贯彻习近平总书记重要指示精神，在中央港澳办指导下，成立应急专班已连夜持续开展工作，密切跟进火灾事故救援情况，与香港特区政府保持密切沟通，并配合协调有关部门和地方提供必要援助，全力支持香港特区政府应对外置火灾事故。

第八届全国青年美展在渝启幕

重庆入选作品 57 件，创历届最佳成绩

■新重庆-重庆日报首席记者 韩毅

青衿之志，履践致远。11 月 26 日，国家级综合性大展——第八届全国青年美展在重庆四川美术学院美术馆开展，展览将持续至 12 月 20 日。从一万余件作品中遴选出的 482 件入展作品，涵盖了中国画、油画、版画、雕塑等艺术门类。其中，重庆入选作品 57 件，创历届最佳成绩。

482 件作品亮相 展现全国青年美术创作最高水平

青春洋溢，活力四射，创意奔涌……走进四川美术学院美术馆展览现场，作品题材广泛、主题鲜明、形式多样，让人目不暇接、眼花缭乱。

本届展览由中国美术家协会、重庆市委宣传部、重庆市文学艺术界联合会共同主办，中国文联美术艺术中心、重庆市美术家协会、四川美术学院共同承办。

自去年启动以来，本届展览得到了全国青年美术家的积极响应，共收到有效参赛作品一万余件，最终遴选出入展作品 482 件，50 件作品获得第十五届全国美展的直送资格。入展作品尽显时代之“新”、青春之“锐”、创意之“美”、题材之“广”，代表了全国青年美术创作的最高水平。

如，在敏锐捕捉时代脉搏方面，既有《春风尽染十八洞》《龙江纽带》等作品对国家建设成就、乡村振兴生动场景的全景式描绘，也有《青山·守望》《动物也要过马路》等作品对生态保护、自然生命的关注与审视，还有《踏风行》《履险如夷——中国消防力量》等作品对军旅、消防等题材的定格，彰显了当代青年艺术家的时代责任与情怀。

在人文关怀方面，从作品《同频共振》中的劳动场景，到《我们沐光而行》《爱之园》《迎亲》等作品展现的人民幸福生活的美好瞬间，再到《一路繁花》等作品所捕捉的自信从容的精神气质，共同勾勒出新时代昂扬的时代风貌。《澄怀观道》《与父书·彼岸忆影》等作品，则聚焦于生



美展。十一月二十六日，观众正在参观全国青年美展。记者 齐凤森 摄 视觉重庆

活记忆与情感空间，以细腻笔触构建起具有普遍共鸣的情感叙事。

在传承创新方面，《庄周梦蝶》《呓！》等作品将文化遗产及文学典故作为创作母题，展现了青年一代对历史文脉的守护与传承；《秋意暖起风》《扶摇长空阅丘山》等作品，则体现了青年艺术家通过空间营造与意象塑造，在现代语境中呈现出的东方哲思。

此外，在艺术形式探索上，入展作品也充分展现了青年艺术家的开阔视野与创新精神。

57 件作品入展 重庆入展、直送作品数创历史新高

作为中国美术重镇，重庆在本次展览中可谓占据 C 位，表现十分亮眼。

全市共有 57 件作品入展，占展览作品总数的 11.8%，其中 11 件作品获得第十五届全国美展直送资格，占直送作品总数的 22%。与往届相比，入展作品数量、直送作品数量均取得较大突破，均位居全国各省市区前列，创历届全国青年美展最佳成绩。

其中，西南大学方经纬的作品《未来工程师》，将儿童玩乐的日常场景，转化为一场关于“未来创造”的温柔叙事，成功获得了第十五届全国美展直送资格。

四川美术学院刘宇轩的《画室 2》则从生活和现实中汲取灵感，表现了他每天上课与工作的画室。在绘画语言上，作品采用了具象写实的手法，并融入了一些平面化的处理手法，有意保留了起稿和初铺色的痕迹，避免了画面过于细腻而显得沉闷。

“艺术源于生活，而生活本身充满了神秘与变化，我们永远无法找到所谓的‘最完美公式’，也不能仅凭一种方法传达所有的情感。创作是一个自由且漫长的过程，艺术家要做的就是通过不断的实践，寻找属于自己的表达方式。我喜欢绘画过程中的未知性，它指引我不断进行探索。”刘宇轩说。

再如四川美术学院耿德法的《星光》，以山与海作为主要审美元素，以捕鱼的场景为核心素材，呈现了自然永恒与人类的劳动之间的紧密关系。“在这件作品中，我极大地拓展了传统风景画的叙事方式，创新采用‘一物一格’的形式，使绘画语言实现多重并置，进而呈现出绘画对象造型与质感特殊性。”耿德法说。

此外，《让我们荡起双桨》《亦所有之竹》《巴渝烟火——丰盛古韵 2》《东方花语》《“太空教师”王亚平》等获得直送资格的重庆作品，既体现了当代青年艺术家在传统与现代、技法与观念、艺术与生活的张力

■郭宝哲

不少人注意到，有着“互联网原住民”之称的“00 后”，近来开始从线上消费转战线下逛街了。“二次元街区”成为城市新地标，IP 联名快闪活动人气火爆，商场变身融合社交、文化、购物的生活“体验场”……据新华社，多地商场正通过焕新改造吸引年轻客群。

“00 后”重回线下消费，不仅重构了实体商业的流量逻辑，更揭示了新一代消费者“体验至上、情感共鸣、个性表达”的核心需求。这一变化既是实体经济发展的契机，也给商家带来了启示。唯有跳出传统卖货思维，以场景创新、文化赋能、服务升级回应需求，才能将“流量”转化为长久“留量”。

“00 后”的逛街热潮，是对精神消费与社交体验的双重追求。“00 后”对线上购物习以为常，而线下消费的核心吸引力在于其沉浸感。北京王府井喜悦购物中心的二次元主题街区、上海百联 ZX 创趣场的 IP 快闪矩阵，之所以能让年轻人趋之若鹜，正是因为它们打造了圈层文化的聚集地。在这里，抽盲盒、换“谷子”（二次元文化的周边商品）等行为，构成了线上无法替代的社交仪式。这种消费不再是单纯的商品购买，而是寻求身份认同、释放情感的重要途径。

新趋势是一种新机遇。商家需跳出“跟风模仿”的误区，构建差异化竞争力。当前，不少商场扎堆引入二次元业态，却陷入同质化困境。真正的创新，既要贴合潮流趋势，更要形成独特生态。比如，上海百联 ZX 创趣场聚焦二次元经济，引入动漫周边、IP 主题餐厅等新业态，2024 年举办各类活动近 700 场，全年销售额同比增长 70%。这种“量身打造”，也不必仅限于“00 后”一个客群。重庆重百九龙百货有限公司“盯上”的，就是老年人——通过在场内引入声乐、舞蹈、书法教室，满足老年人上课、交友等社交需求，目前银发消费客群占比超七成。

可见，以个性化适配来创新业态和场景，正是激活实体零售的关键所在。《2024 年中国消费趋势调研》显示，64% 的消费者更加看重精神消费。在此背景下，从城市到商家，都要思考如何更好转型，为消费者提供精神体验上的满足。转型并非一次性“爆改”，而是持续的生态培育。实体商业的新生，本质是让商业模式重新匹配时代需求，用优质商品与服务持续回应消费者期待。

“00 后”重回线下消费，为实体商业注入新活力。广大市场主体唯有摒弃不理性的逐利思维，真正沉下心来洞察年轻人的情感需求与文化偏好，以场景为载体，以文化为内核，以服务为纽带，才能在这场消费升级浪潮中抓住先机。

『00后』重回线下消费带来的启示

承接产业转移要有“链式思维”

【巴渝论坛】

■新重庆-重庆日报评论员 王瑞琳

说起重庆在半导体领域的发展，有一个亮点不得不提：三安意法碳化硅晶圆生产线项目——意法半导体与三安光电的强强联合之作。建成后，它将成为国内首条车规级 8 英寸碳化硅功率器件规模化量产线，直接填补重庆在高端碳化硅晶圆制造领域的空白，推动本地功率半导体产业链从“中低端封装测试”向“高端芯片制造”延伸。

这一硕果，正是产业转移带给重庆的“甜头”之一。如此机遇，源源不断。近日，2025 中国产业转移发展对接活动（重庆）在渝成功举行。以“智链生态 渝见未来”为主题，一批大型央企、世界 500 强和中国 500

强企业，以及人工智能等领域的专家学者在渝聚首，共商产业转移发展对接大计。

产业转移，事关全局。党的二十届四中全会提出，要优化产业布局，促进重点产业在国内有序转移。强调是因为重要，产业转移并非简单搬家，而是区域协调发展、产业结构优化的必答题；重要就更应重视，一个重点项目意味着一次“填补空白”，一批重点项目就意味着一次能级跃升。重庆，自然不会错过这个落子未来的“关键一招”。

对地方而言，产业转移要“接得稳”，更需“留得住”。好在，重庆不是“新手”。两年前，重庆首次承办中国产业转移发展对接活动，引来大量项目、资金，并在推动项目落地的过程中积攒起丰富经验。今天的重庆有能力更有智慧，以完整的产业链、服务链、创新链，让每一家选择重庆的企业说一句“值得”。

完善的产业链，为企业提供即插即用的配套。以智能网联新能源汽车为例，重庆集聚多家整车龙头企业，零部件 3 大系统、12 大总成、56 种部件实现全覆盖和集群式发展。这意味着，“你”来了，就能快速找到供应商、合作方和客户，大大降低落地成本和投产周期。与此同时，后来者又可助力重庆补全产业链短板、提升竞争力，形成良性循环的共赢态势。

高效的服务链，为企业带来随时随到的守护。企业初来乍到，从行政审批到政策兑现，从要素保障到接单开工，处处都有需求。满足需求，不仅要拿出专班服务等常态化举措，更要多为企业发展“牵线搭桥”，尽可能减少其适应成本。唯有以全流程“无缝衔接”破除堵点，以优良营商环境打消顾虑，才能切实提升企业的获得感、幸福感、安全感和认同感。

友好的创新链，为发展厚植迭代向新的土壤。企业来重庆，不是换个地方做生意。企业要真正立住脚、长得好，产业转移要从物理迁移迈向化学融合，都离不开创新这个最有力的抓手。以“416”科技创新布局为引领，给予企业真金白银的研发支持，通过空间集聚、设备共用等手段加快成果转化，企业定可更好嵌入城市的产业生态，真正成为新重庆的建设者。

承接产业转移的最高境界，是把每一位“客人”变成“主人”——让企业的技术、资金与本地的资源、市场深度交融，形成“一荣俱荣”的共生关系。本次活动集中签约 159 个重点项目，涵盖智能网联新能源汽车等多个领域，合同金额超 1100 亿元。乘势而上，进一步擦亮产业转移金字招牌，将巴渝大地打造成投资兴业的沃土，重庆大有可为、大有作为。

入职改“鼠”姓，边界感何在

■孔德淇

入职需要换姓？近日，有媒体报道了某企业的花名表——入职需冠“鼠”姓、客服称消费者“主人”、退货收件人标注“退货鼠”……随后，该企业回应称相关要求“并非强制”，目的是强化品牌特色并传递以用户为中心的理念。

入职换姓合理吗？从商业逻辑来看，该企业以“松鼠”为核心 IP，将员工花名与品牌深度绑定，其初衷不难理解。创始人自居“松鼠老爹”，员工统一以“鼠”字冠名，这种强符号化的设计在企业初创阶段，或许能快速凝聚团队共识；称呼消费者“主人”，本意也是想通过极致化表达，传递对用户的重视。本质上，这是企业试图通过差异化文化设计，强化品牌记忆点的营销尝试。

但是，企业文化创新不是无边界的创作。企业文化一旦脱离了为员工、再精巧的设计也会走向争议。即便企业反复强调“非强制”，但在全员统一“鼠名”的文化氛围中，个体面临的隐性压力不容忽视。这种潜在的约束下，所谓的“自愿”早已掺杂了被动妥协的成分。

更值得商榷的是“退货鼠”与“主人”这类称谓背后的价值偏差。有网友认为，“退货鼠”谐音“退货死”，无论企业是否存在主观恶意，客观上极易让消费者感到冒犯，与现代商业文明倡导的平等尊重理念背道而驰；而“主人”的称呼看似恭敬，实则将正常的服务关系异化为依

附关系，消解了商业往来中“买卖平等”的核心内核。

说到底，企业文化的核心是凝聚人心。而这一切的前提，必须建立在对“人”的尊重之上，既尊重员工的人格尊严与自主选择，也尊重消费者的情感体验与平等诉求。遗憾的是，该企业陷入了“重形式轻内涵”的误区，过度追求品牌符号的强化，忽视了文化落地过程中的人文关怀。当员工的姓名自主权被品牌符号裹挟，消费者的情感体验被不当称谓伤害，这样的文化不仅难以凝聚人心，反而会在企业与员工、企业与消费者之间筑起隔阂。

企业文化创新应当有清晰的边界——不侵犯人的权益、不违背公序良俗。一方面，要尊重员工的人格尊严与个人意愿，不搞强制化、标签化要求，让员工感受到归属感而非束缚感；另一方面，要尊重消费者的情感诉求，始终以平等为原则，以专业替代讨好，用真诚赢得认可。对涉事品牌而言，不如将精力从设计“鼠”名转向夯实内核。比如，给员工更完善的福利保障、更清晰的成长路径，为消费者提供更优质的产品、更贴心的售后。

入职改“鼠”姓的争议，给所有企业提了个醒：企业文化不是自说自话的“创意游戏”，而是兼顾尊重、实用的价值塑造。唯有秉持对人的尊重、坚守对品质的追求，才能培育出有温度、有生命力的企业文化。



近日，一名网友在社交平台发帖，称其在列车上看到令人不适的一幕：一群游客掏出相机“围堵”一位彝族老人拍摄，即使被拍摄者明显表现出不愿意，他们依然在拍摄。随后，网友在网上发帖呼吁停止以“记录”为名的伤害。

点评：镜头不该有“特权”。一旦违背他人意愿，再“美好”的创作动机，都会变成冒犯。当被拍摄者“把脸都背过去说不要拍”后，拍摄者仍执意拍摄，这无疑脱离了记录的范畴，成了一种粗暴的“镜头霸凌”。但愿类似事件少一点，更期待相关约束机制能及时跟上，为“被镜头冒犯的人”撑腰。