



生肖邮票、生肖券登场

鼠年藏品抢先看

□本报记者 耿晓筠

猪年岁末未至,鼠年生肖邮票、生肖券已迫不及待登场了。本月15日,由中国印钞造币总公司与中国集邮总公司合作开发的《子鼠开天》2020庚子鼠年生肖纪念券正式“亮相”。据悉,这是继去年《五福齐聚》己亥猪年生肖纪念券后,第二款生肖纪念产品。

据珠海市集邮协会负责人介绍,在鼠年生肖券“亮相”前,备受市场关注的鼠年生肖邮票已经登场了。《庚子年》特种邮票延续第四轮生肖邮票的创作理念,采用小写意装饰画法。邮票第一图为“子鼠开天”,一只形象可爱的老鼠腾空跳起,抬头望天,奋力咬破



鼠年生肖邮票。(资料图片)

混沌,寓意民间传说中的“鼠咬天开”,同时老鼠跳跃的姿态也寓意鼠年生活节节高之意;第二图为“鼠兆丰年”,两只大老鼠带着萌动可爱的小老鼠侧身远望,身边是寓意丰收的花生,表情欢喜、得意,寓意2020年五谷丰登,生活幸福美满,也包含鼠到福来含义。

本次面世的《子鼠开天》庚子鼠年生肖纪念券是新一轮生肖纪念券开门之作,纪念券上的“主角”与生肖邮票上的小老鼠是同一个。以“鼠咬天开 洪福齐天”为创作设计主题,正面主图采用艺术家韩美林先生为生肖邮票设计的《子鼠开天》,以活泼可爱的小老鼠为主景;背景以五谷宝瓶、云纹、水纹、生肖甲骨文为元素,烘托出“开天引福”和“五谷丰登”的气氛。背面主图采用书法福字和“石榴、桃子、佛手”的“三多”图案,象征“多子、多寿、多福”,满载美好寄语。背景饰以如意、葡萄、蝙蝠等中国传统吉祥纹样,寓意丰谷之年福寿三多。

据悉,鼠年生肖邮票和纪念券藏品将于明年1月5日生肖邮票发行当日同步上市。珠海集邮协会专家介绍,今年初在发行《五福齐



鼠年生肖纪念券。(资料图片)

聚》己亥年生肖纪念券时,五只萌萌哒的“小肥猪家庭”瞬间征服了许多珠海集邮爱好者的内心,《己亥年》生肖邮票和《五福齐聚》生肖券的图稿也是出自艺术家韩美林先生之手,这让许多集邮迷对鼠年生肖券多了几分期待。第四轮生肖邮票通过深挖文化理念,以“家”的核心概念,将生肖的形象特点与中国人的家国情怀巧妙结合,赋予生肖形象以“合家欢”的生动设定。鼠年邮票和生肖券除了“颜值”可期之外,还有满满的“真材实料”值得收藏:该套邮票使用两项升级工艺,一是首次运用了激光雕刻制版技术,在雕刻精度、细节表

现方面全面升级;二是首次使用无色荧光油墨,表现了太阳一跃而出的效果,展现“鼠咬天开”的画面。而生肖券则采用印钞造币行业独有的高触感凹印技术,非常生动立体;同时,采用的精密激光微孔防伪技术属首次亮相;全新的高清水印集成技术,更让画面栩栩如生;书法“福”字内部的凹印微缩文字,则独具匠心;如意云纹图案采用光变油墨,光变幻彩;背面的无色荧光图案映射生肖邮票元素,交相呼应;创新引入“星空图”概念,集齐十二生肖纪念券即可拼成“星空天体图”,也为纪念券增添新的魅力。

深度透视

互联网商业模式创新花样繁多

别让用户为试错“埋单”

“双11”过去了,天量的交易额及消费者的参与热情令人震撼,再次印证互联网创业创新的力量。然而,肯定之余,也有一些人们不愿意看到的情形,在持续、在发酵、在衍生弊大于利的后果……

现实中,除几家互联网头部公司取得巨大商业成功之外,不断有互联网平台被曝失败:部分长租公寓公司“爆雷”,给租客和房东带来重大损失;P2P行业的关停、清算、洗牌;共享汽车的运行机制尚未理顺、共享单车过度扩张的后遗症还在延续……

与此同时,打着互联网科技创新的旗号,行侵犯用户隐私之实的案例也不少——利用爬虫技术窃取用户隐私数据;网络诈骗花样翻新;自以为壁垒森严的“刷脸”技术,被几位小学生用打印的照片轻易破解;“我的脸谁做主”,引发公众对信息安

全的担忧,有机构强制应用“刷脸”技术被告上法庭……

时下,人们更多地关注互联网商业模式给生活工作带来的便利,对传统商业模式的颠覆而取得的巨大成功,却忽略了其背后带来的巨大隐忧。

传统商业模式的成功,是一个日积月累的过程。获取用户资源,往往是靠口碑相传,商业规模相对较小,客户多集中在本地。即便商业体运营出现问题,影响范围也多集中在同一个地区,一旦用户利益受到侵害,想要维权也更为有的放矢。

相对而言,借助互联网的商业创业暗藏更大的商业风险。大鱼吃小鱼,快鱼吃慢鱼,新技术层出不穷,造概念漫天飞舞。有些用户不明就里,就被所谓的互联网公司忽悠地投入全部身家;有些用户触“网”不久,就深陷

其中。

一些所谓的互联网创新模式,变成了薅客户羊毛的收割机,其中潜藏的巨大商业风险隐患,让用户的血汗钱去试错、去埋单,受害者还经常陷入维权无门的窘境。

新技术衍生新模式,本身无可厚非,但有一种现象值得注意,那就是所谓商业新模式往往由企业单方面提出,用户与平台方之间存在严重的信息不对称。用户缺乏应有的知情权、参与权、表达权、监督权。不少新技术的应用、新商业模式的推广,都缺乏有效的社会风险评估。

这样的结果是,一旦出了问题,风险几乎都转嫁给用户承担。甚至出现一些打着互联网创业旗号的公司,假借创新之名,却行诈骗之实。

互联网的飞速发展,带

来了新改变,也引发了新问题。与平台方相比,用户显然处于相对弱势地位,为保护广大用户的合法权益,人们不禁思索,是否可以考虑引入适当的评估机制,改变当下“成功属于互联网企业、失败属于互联网用户”的局面呢?一种新型互联网商业模式,在推广落地时,是否应该受到相应的规范制约?是否应当引入必要的部门监管,为其稳定发展保驾护航呢?

在互联网新兴商业模式推出之前,引入必要的考察机制,充分探讨新事物可能存在的风险。这样的方式,也值得我们借鉴学习。互联网商业模式,已深度影响普罗大众,任何一项事关广大用户的新技术推广、任何一个直接吸引公众参与的项目,都应慎之又慎,试错成本都让用户埋单之弊当休矣。

据新华社电

深圳建设交通强国城市范例 2035年 到大湾区核心城市 半小时直达

新华社深圳11月19日电 深圳市交通运输局18日公布《深圳建设交通强国城市范例行动方案(2019-2035年)》并征求公众意见,按照《方案》,预计到2035年,深圳到粤港澳大湾区核心城市核心区实现半小时直达;泛珠三角区域主要城市高铁直达率达90%;深圳机场国际及地区旅客吞吐量占比达到1/4。

依据《方案》,深圳计划形成多向贯通的对外铁路通道格局,并争取纳入国家相关规划。着力打造京广深港、赣深、贵广-南广、沿海(厦深)、珠江-西江五大铁路走廊,完善“南北终到、东西贯通、互联互通”的高铁通道布局。

增强深圳国家铁路枢纽功能。优化“五主四辅”铁路枢纽布局,规划新建西丽、机场东综合交通枢纽,预留城际铁路、城市轨道交通等多层级轨道接入枢纽。推动深汕特别合作区深汕高铁站规划建设。

区域交通方面,《方案》提出,创新都市圈交通一体化发展,与周边城市共同推动城际铁路建设,加快珠江东岸中南海城际等8条城际铁路规划建设;创新都市圈轨道规划建设审批机制,由深圳联合周边城市共同编制都市圈轨道交通规划,并探索建立深圳主导的城际铁路项目审批制度。

在航空方面,《方案》计划到2022年,深圳机场国际及地区旅客吞吐量比重达到12%,2035年达到25%。为此,深圳将推进机场扩容升级,打造面向亚太、辐射全球的大湾区核心国际枢纽机场。还将打造具备较强国际竞争力的基地航空公司,积极引导开通战略性远程航线,深耕国际重点航线,提高国际航线中转比例,实现深圳与世界主要枢纽城市的连通,打造面向亚太、连接欧美澳、衔接“一带一路”的航线网络。

此外,深圳计划建成轨道都市,到2035年,全市绿色出行分担率超过85%,全市轨道站点10分钟步行范围可覆盖的居民比例达到70%,基本实现公共交通服务均等化。

《方案》还提出,计划2035年将深圳建成全球交通科技创新中心。智能交通、先进交通装备研发能力全球领先,交通类国家重点实验室数量增至5个,交通设施数字化及指挥管理率达100%。