



文/摄 生活报记者 李楠 牛婷婷

早上6点,薄雾还笼罩着街头,哈尔滨市松北区一处居民楼下,一家50m²的面食小店里,蒸笼已经腾起团团热气。记者推门而入,麦香裹挟着淡淡的南瓜清甜扑面而来。操作台前,斌哥双手揉搓着用菠菜汁调和的绿色面团,身旁的妻子手指翻飞,麻利地给肉花卷整形;两位钟点工大姐分工协作,一人分割面剂,一人调配内馅,接单设备时不时地传出清脆的“叮咚”提示音。

这里不设餐桌,不经营堂食,满屋只有面粉、蒸笼与打包盒,却涌动着独属于清早的烟火,热闹得如同集市。在方寸操作台上,曾经手握设计画笔的斌哥,把对生活的期许,一点点揉进面团之中。



从画图到揉面 寻觅生活新的模样

“斌哥做馒头”,这个朴素的店名,是斌哥自己琢磨出来的。“大家平时都叫我斌哥,加上‘做馒头’,直白简单,别人一眼就知道我在做什么。”说话的时候,他手上揉面的动作丝毫沒有停歇。

今年36岁的斌哥的人生轨迹,曾经和烟火面食相距甚远。大学毕业后,他先在安徽的养殖场当了三年饲料管理员,之后辗转到北京,奔走于各大超市之间推销牛奶。四处奔波的漂泊日子慢慢消磨掉了他的热情,内心渐渐生出疲惫。2018年,他回到家乡哈尔滨,自学各类设计软件,做了几年家装设计师。

命运的转折来得猝不及防。投资连锁店失败后,沉重的债务压得他喘不过气来。“那时候感觉天都塌了,整日迷茫焦虑。”斌哥说,那时候他盘算过摆地摊,甚至动过外出务工的念头,几经徘徊,偶然接触到了花样馒头项目,为他因顿的生活带来了一束光。“轻资产起步,刚好适合当时的我。”

今年1月,斌哥的面食小店开张。从家装设计师转型手工面食制作者,在外人看来跨度很大,斌哥却觉得过往的阅历并未白费。做设计积累下来的审美,对色彩搭配的理解,恰恰可以用在花样馒头的创作上。小店的置物架上,整齐摆放的南瓜、菠菜、紫薯、苹果、山药、大枣等果蔬,便是他全部的调色原料。过往笔下的家居图景,如今变成了他手中五颜六色、形态各异的面食造型。

50m²面食小店藏着普通人的生活浪漫

曾手握画图笔的他 把热气腾腾揉进面团里



小店的熟香气 给日子带来了盼头

这间50m²的小店,每一寸空间都被妥帖利用。靠墙的三层货架上,整齐地堆叠着面粉、蒸笼和包装盒;屋子中央两米多长的不锈钢操作台,是整个小店的“心脏”;里间两台大冰柜,用来储存成品;门口一张简易小桌,摆放着打印机与接单设备。

“我们不做堂食,只做手工面食,成品一部分现做现发,一部分冷冻保存,顾客可以到店自提,也可选择邮寄。”斌哥告诉记者,店里四个人各司其职,

他主要负责和面、创意造型,妻子把控蒸制火候,两位大姐负责分装贴标、接待到店取货的顾客。如今小店每天可以产出600个左右的馒头,线上订单不断。

创业最初的动因,是为了扛过债务的难关。可日复一日地与面粉果蔬相伴,斌哥慢慢沉下心来,在重复的劳作之中找到了安稳的力量和生活的盼头。闲暇之余,他还会拍摄短视频分享到网上,讲解冷冻面食如何复热等。

好看只是表象 吃得安心才是底色

花样馒头色彩鲜亮、造型讨喜,但斌哥始终明白,好看只是表象,安全卫生的食材,让顾客吃得安心才是立身之本。自家孩子正上小学,向来抗拒普通早饭,在外购买的包子还曾吃坏肚子,这让他格外忧虑孩子的入口食物。于是他开始钻研果蔬面食,不用人工色素,依靠果蔬汁调色调味,做到配料简单纯粹,既让孩子爱吃,也让家长放心。

“我们的馒头配料表很简单,面粉、糖、酵母、水,没有多余添加。”斌哥说,果蔬汁和面会遇到褪色难题,不同蔬菜的调色方式各有讲究,这些门道,都是他一次次反复尝试摸索出来的。如今店里已经研发出十多个品类,肉花卷、黑芝麻奶酥卷、苹果山药馒头、菠菜奶黄卷等,其中,肉花卷最受小朋友偏爱。做好的馒头冷冻储存,蒸锅简单复热,口感依旧良好,适配现代家庭快节奏的生活。

采访过程中,一位年轻妈妈带着上初中的儿子前来取货。斌哥递上一个热气腾腾的肉花卷,男孩犹豫片刻接过来,咬下第一口,紧接着又咬下第二口。“你是不是不爱吃面食吗?”母亲笑着打趣。男孩嘴里塞得满满当当,含糊应答:“这个不一样。”

很多宝妈告诉斌哥,从前孩子早餐只啃两口面包,如今会惦记他店里的南瓜包。在斌哥眼中,早餐不只是果腹吃食,更是孩子一夜空腹之后的第一份补给,也正是这份对孩子饮食的共情,支撑着他在面食创作之路上不断打磨新品。

夫妻共同经营 小店传递烟火暖意

斌哥的经营模式朴素而轻巧:每天清早开工制作,部分货品即时发出,部分冷冻储存,依托自媒体接收订单,顾客预约到店自取。轻资产的模式,不必负担大店面的高昂成本,也不用过度囤货。店铺的客源以哈尔滨本地家庭为主,老顾客复购很多,不少家庭每周都会准时下单。

创业之路免不了辛苦,可斌哥和妻子却越干越觉得有奔头。从当初被债务裹挟的焦虑迷茫,到如今守着小店踏实度日,这间小店早已不只是谋生的场所,更成了他们向外传递烟火暖意的小小窗口。

来取货的大多是热爱生活的普通人。宝妈们来取馒头,常常会停下脚步,和斌哥聊聊自家孩子吃饭的趣事,提出想要尝试的新口味。有人欣喜分享孩子终于好好吃早饭了,有人期待他开发出新的花样。大家因为一份简单干净的早餐在此相遇,彼此交换细碎的生活欢喜。

说话间蒸笼再次掀开,白雾升腾而起,刚出锅的花样馒头被整齐码进包装盒。斌哥拿起一只南瓜包,轻轻按了按,如同端详一件用心打磨的作品。他心中始终守着一份执念,希望未来人们提起“斌哥做馒头”,想到的不只是好看的造型,而是真材实料、没有多余的添加,是一份给孩子吃也足够安心的食物。烟火蒸腾之间,面团起落,平凡日子的美好,正这间小店缓缓流淌。

出租出售 别墅 13946092977
出租库房
库房使用面积1200平米, 举架高7米,宽敞明亮,屋内无障碍,有取暖设施,仓储优选,交通便利,临近三环路。
地址:南岗区王岗镇前兴隆村工业区

18904515815
15846048899

百业信息 别墅 13946092977

金福来全屋定制 家装工装一体化

承接家庭装修、办公场所装修;家装、工装整屋家具定制;承接同行二手单柜体定制;工厂一站式服务—设计—加工—安装。

橱柜门、衣柜柜门定制加工(种类有PVC吸塑、PET、高光纳米板材等);免漆板材加工定制柜体(材料与环保等级自选)。

工厂设有样板展厅,欢迎参观选购。

定制热线
18904515815
15846048899

工厂地址:哈尔滨市南岗区王岗镇哈双公路592号;金福来家具有限公司

生活报申缝广告

银行催收公告
银行变更公告
保险公司公告
债权转让公告
解除租赁合同公告
房产公示公告

受理地址:哈尔滨道里区地段街1号生活报一楼103室
刊84681180
登13104659009
电13613600156
话18686821585

让手表回归手表 让少年更像少年

儿童电话手表:不必“天才”,只需实在

生活报首席评论员 静伟

是手表,还是手机?发明儿童电话手表的还真是个“天才”,能够精准洞悉商业趋势,并精准把握未成年心理与社交的“痒点”。只是这份“天才”,未必是教育之幸、学生之幸、家长之幸。

近日,“小天才电话手表被指制造身材焦虑”的话题冲上热搜。有网友在社交平台晒出小天才电话手表健康监测功能截图:一名身高167cm、体重50.5kg的女孩,被手表判定为“偏重”,并标注“体重超过99%的同龄女孩”。这简直就是危言耸听,但对爱美的女孩子们来说,却很容易信以为真、心生焦虑。虽然企业进行了整改,但这类儿童电话手表厂家给我们的感觉,就是说一说动一动,更像是迫于舆论和监管的被动应对,而非真正出于企业的社会责任与行业自律。

更何况,现在的电话手表除了通话、拍照、定位这些基础功能外,还能交友、发圈、集赞、发红包,它和手机又有什么本质区别?更令人担忧的是,手机的种种毛病它一样不落:软色情与血腥暴力内容暗流涌动,隐私泄露风险如影随形,虚拟社交制造着无孔不入的焦虑……这样的电话手表,对于心智尚未成熟的孩子来说,不过是一部更便携、更隐蔽的“手机平替”,对未成年人的诱惑和伤害恐怕丝毫不亚于智能手机。

如今儿童电话手表,已经成为不少校园社交圈的“硬通货”,也成了学生之间互相攀比的“炫耀品”;手表好友圈模仿社交软件设置主页、点赞、评论体系,点赞量被视作圈内地位的标尺,有的孩子为博取认同,不惜耗费大量时间互赞,甚至花钱刷赞、买号;扩充交友功能,更会主动添加大量陌生人,无形中增加了隐私泄露、被坏人乘虚而入的风险。权益卡、主页特效、积分奖励、步数抽卡等设计和不断推出的新款,让孩子沉迷其中、乐此不疲,不仅分散精力,更助长攀比,对孩子的学习成长和身心健康都会造成不良影响。

更让人揪心的是,这类电话手表小小的屏幕,还正在成为不良信息的渊薮,诱导未成年人的陷阱。社群之中,相亲帖、早恋调侃屡见不鲜,露骨表情包、低俗图文、极端暴力言论随处可见。有人打着认哥哥认妹妹的幌子诱导孩子,哄骗孩子发送私密照片、邀约线下见面。还有孩子在群聊中收到“大家一起死亡吧”这样的消息。有的内置听书App,还会给孩子推送玄幻小说,甚至软色情小说……

明明是面向未成年人的产品,却照搬成人社交软件的全套玩法,这不仅是产品定位的错位,更是商业伦理的失德。商家清清楚楚知道,孩子自控力薄弱,很容易被虚荣、流量、社交诱惑俘获,却依然设计出一套套让人深陷其中的玩法,甚至任由不良信息



新华社发

泛滥,就是揣着明白装糊涂,专坑孩子和家长。

好在这些乱象已经引起国家监管层面的重视,将于2027年1月1日起实施的《儿童手表安全技术要求》强制性国家标准,对儿童电话手表从网络安全、个人信息保护、内容安全、网络沉迷防治、付费管控等方面均提出了明确要求,比如不同品牌儿童电话手表需实现跨品牌通讯录交换功能;不可预置包含游戏、小说等娱乐导向功能的应用;强制时长时段管控等。

不过,这份有儿童电话手表头部企业参与起草的新国标,在关键执行层面似乎仍留下了不少弹性空间。跨品牌通讯录交换意味着依然保留社交功能,不可预置游戏、小说等应用,是不是还可以自行安装?在我看来,儿童电话手表的初心,应当回归够用、安全的基础和刚需功能上:通话、定位、拍照、紧急求助,就足够了。至于其他花里胡哨的功能和应用,不要也罢。

为儿童设计的产品,不应在刻意制造孩子的社交焦虑、设计成瘾机制上费尽心机,而应克制商业冲动,守护儿童安全,真正成为让家长放心、让孩子纯粹的陪伴者和守护者,让手表回归手表,让少年更像少年。

数字人也能“测评”“种草”? “永不塌房”只是幻觉

孔德祺

随着AIGC技术快速迭代,虚拟艺人、数字IP商业化驶入发展快车道。凭借形象稳定、可控性强、“永不塌房”的特质,虚拟广告业态快速普及,形成标准化商业推广体系。然而,南都调查曝光的灰色产业链,为这个火热的赛道敲响治理警钟:部分MCN机构仅凭产品图片,依托AI批量生成虚拟人“真实测评”的营销视频;大量商业合作转入“水下交易”,脱离平台审核隐秘传播,甚至出现处方药、医美产品违规软植入等乱象。此前“方桃子”美瞳广告事件引发监管介入,更让虚假宣传、权责模糊、监管滞后等问题浮出水面。

新技术开辟新赛道,也滋生新漏洞。真实体验是广告测评的基本前提,也是市场经营的诚信底线。虚拟数字人无实体感知、无生

理体验、无真实使用经历,天然不具备产品体验测评的资质。无视这一基本事实,刻意塑造“亲身种草”场景,本质上是不折不扣的虚假宣传,触碰了广告合规的红线、击穿了市场诚信的底线。

相较于传统广告违规行为,虚拟艺人营销乱象更具隐蔽性。不少机构表面恪守平台公开规则,私下绕过正规审核通道开展隐秘商业合作,让违规营销内容游离于监管视野之外。高风险品类营销、虚构种草内容借助技术外衣传播,往住美产品违规软植入等乱象。此前“方桃子”美瞳广告事件引发监管介入,更让虚假宣传、权责模糊、监管滞后等问题浮出水面。

需要明确的是,虚拟形象不具

存在责任真空。屏幕上的数字形象只是技术外壳,背后是清晰可溯的利益主体。品牌方投放获利、MCN策划制作、平台提供场域,每一个环节都是商业利益的共享者,也都是合规经营的责任人。长期以来,行业治理多聚焦末端账号封禁、内容下架,疏于追溯源头策划与获益主体,导致违规成本低极、乱象屡禁不止、问题反复反弹。管住虚拟账号,更要压实真实主体责任,才能彻底破除监管盲区。

新业态的健康发展,离不开刚性规则保驾护航。数字经济越是蓬勃发展,越要守住真实、诚信、公平的市场底色。平台作为内容治理第一关口,不能搞唯流量论,放任算法为虚假营销导流。要健全内容审核与算法推荐联动机制,严查私下交易、隐性植入、虚假测评等违规行为,从传播源头压缩灰产

生存空间。治理虚拟广告乱象,更需补齐制度短板、完善全链条监管。当前虚拟数字人广告处于快速发展期,监管细则滞后,权责划分模糊、内容溯源困难,是治理效能不足的核心症结。监管部门应主动顺应业态发展趋势、贴合行业实际,加快完善虚拟IP广告监管规则体系,清晰界定虚拟营销的适用边界、禁止情形与各方主体责任,构建可溯源、可查证、可追责的全链条闭环监管机制。

技术是赋能发展的工具,不是钻空子的盾牌。守住广告真实底线,划清技术应用红线,让创意创意、真实归真实,才能杜绝新技术沦为误导消费者、扰乱市场秩序的牟利工具,推动虚拟艺人、数字营销行业在规范中发展。

据《南方都市报》