

日外相戴旺中國產竹錶

回懣網友金錶握手照 事件令訂單增700倍

香港文匯報訊（記者 敖敏輝 廣州報道）近日，一張日本外相河野太郎和韓國外長康京和的合影，引發了日本網友的激烈批判。不少網友認為該國外相穿戴的是一款名貴的金錶，而且在如此重要的外事場合，不合時宜。對此，河野太郎透過社交媒體回覆，稱其實這是一款中國品牌的竹製手錶，自己十分喜歡，所以經常戴。他的回覆，平復網友質疑的同時，也意外帶旺了這款由廣東企業生產的手錶。隨後幾天，其在阿里巴巴旗下跨境交易平台速賣通的交易量猛增700倍，其中日本消費者的購買量位居第一。

波波鳥（BoBo Bird）品牌擁有者和生產商是位於深圳的中科拓贏科技有限公司。4日，波波鳥創始人雷金良接受香港文匯報採訪時表示，該事件所引發的效應「純屬意外」，在河野太郎回應網友後的3天內，波波鳥手錶在電商平台上的銷量接近200萬元（人民幣，下同）。其中，日本市場的銷量高居第一位。河野太郎的該款手錶價格為398元，是一款中低端產品。

粵企：續推品牌「走出去」

據了解，該品牌手錶使用竹質材料作為手錶的原材，具備輕便、環保等優勢，在跨境電商平台速賣通上深受日本、東南亞、美國、俄羅斯等國家和地區消費者的喜愛。數據顯示，8月23至25日這三天，該品牌手錶在速賣通上的銷量是日常訂單量的700倍。8月26至30日，波波鳥品牌在日本地區的總成交額是整個7月份的3倍。

「這次事件真的出乎我們意料。2017年，東盟50周年紀念慶典前夕，有菲律賓客商訂購了一批波波鳥手錶，最後我們得知其中一部分作為禮物送給了參會嘉賓。事隔2年後，沒想到通過河野太郎，波波鳥被廣泛關注。」雷金良說。此前，品牌在天貓的日銷量只有幾千元，而8月底以來，日銷量已經到了3萬元左右，且還在增長。通過此次事件，雷金良也有所啟示。首先，他們設計的理念就是環保和個性化，並一直堅持。現在看來，立足原創的思路是正確的。其次，除了國內市場，國外市場潛力依然巨大，今後將繼續堅持推動品牌「走出去」。



■日本外相河野太郎和韓國外長康京和的合影。

網上圖片

被質疑戴「金錶」炫富 河野澄清：竹造的

香港文匯報訊（記者 敖敏輝 廣州報道）8月22日，海外社交平台推特上一位日本用戶@新村紘宇二率先轉發了該合影，並撰文質疑河野太郎戴金錶「炫富」。隨後，引發大量評論和轉發。

該網友在推文中批評說：「河野在握手時露出右手上的『金錶』，一副自鳴得意的樣子。可恥！你們這些人為何如此炫耀『財力』？日本民族的品質應當是矜持。」

網上的洶湧「輿情」也引起了河野太郎的注意。面對來自日本網友的質疑，幾小時後，河野太郎轉發了該條推文，並回應：「（這）是竹子做的，怎麼了。」

隨後，河野太郎又配了一張「竹錶」的高清圖以示「清白」。他還附文說：

「這款手錶是在菲律賓馬尼拉舉行的東盟50周年慶典上發行的紀念品。它不像金屬和塑料錶，竹子的材質非常輕，我經常戴它。」

河野太郎發佈回應後，大量日本網友轉發及「點讚」。僅8月22日當天，轉發量接近10萬次，「點讚」量超過25萬次。有中國網友笑稱，日本外相河野太郎成為名副其實的中國「海淘」第一帶貨王。



■河野太郎在社交媒體上展示他所戴的中國手錶。 網上圖片

除豆腥增「肉味」2.0版研發中

中國自古就有素食文化，也從來都不缺素食產品，「他們大多服務宗教或素食人群，產品不需要做得這麼極致。人造肉則需要利用科技脫除豆腥味並做出『肉味』，這是最大的難題。」內地人造肉品牌Starfield創始人吳雁姿與團隊過去幾年一直在尋找合適的科學家與生產線，以「肉的口感」為目標尋找解決方案。

「最終我們找到了北京工商大學食品與健康學院李健博士的團隊，他們

對植物肉成分解析和風味研究已經有2年多；生產線則來自蘇州鴻昶生物科技有限公司，他們擁有幾十年的素食生產線經驗。」吳雁姿表示，目前深圳餐廳上市的人造肉是第一代產品，牛肉的味道還沒有太濃郁，肉餅結構較鬆散。Starfield人造肉2.0版本正在研發中，產品風味上會更接近牛肉，「快的話在3-6月內會出迭代產品。」



Starfield 人造肉漢堡

香港文匯報深圳傳真

國產人造肉 深餐廳上桌

實驗店試水兩月 年輕白領推崇：神似真肉

「未來熱狗：該款熱狗運用食品科技以大豆為原材料製作，不含任何動物成分，零膽固醇、零抗生素，熱量低於同等質量牛肉。」深圳哈利車輪熱狗餐廳的海報這樣介紹。據了解，9月6日即將上架的這款熱狗，利用Starfield人造肉碎製作成「熱狗腸」、「肉碎」與「牛肉醬」等原料，售價25元（人民幣，下同）。Starfield早前通過快閃實驗店在市場試水兩月，獲點評「神似真肉」、「低卡零負擔」，備受白領推崇。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

據了解，內地大多數品牌的人造肉都屬於「貼牌」產品，沒有自己的生產線和研發團隊。內地人造肉品牌Starfield創始人吳雁姿告訴香港文匯報記者，Starfield可以算得上「中國第一代人造肉」；她深信，隨着技術的進步與口感的調

整，人造肉會成為更多普通人餐桌的選擇。

大豆原材料 替代肉與蛋

除上述哈利車輪熱狗餐廳外，與Starfield達成合作的餐廳都為西式簡餐廳及創意菜餐廳，包括深圳Baia

Burger Concept 西餐廳、Green Bowl 綠碗等。

為了讓人造肉走進更多人的生活，Starfield正在與國內連鎖快餐洽談合作。吳雁姿介紹，有一家深圳當地連鎖餐廳已有強烈的合作意向，「這個品牌在深圳有近百家分店，他們認為以大豆為原材料的人造肉碎很適合做植物性滷肉飯。」吳雁姿預計，當人造肉進入大眾連鎖品牌後，消費者可以更便宜的價格體驗到產品。

低卡零負擔 復購超三成

8月31日，Starfield剛剛結束了深圳海岸城開設的快閃店。意在試水市場的這家「人造食品實驗室」，漢堡、熱狗、黑松露可樂餅、黑松露炒蛋吐司、咖喱魚蛋，五種小吃

■Starfield人造肉漢堡試吃活動。

香港文匯報深圳傳真

的「肉」與「蛋」都是用人造肉替代。

「神似真肉」，「吃起來是肉，但吃不出是什麼肉」、「味道不錯」、「吃了一大塊『肉』但沒有卡路里的負擔」……網友對餐廳如此點評說。

2個月的「快閃」期間，「人造食品實驗室」都是排隊購買的狀態，單月能達到近30萬的營收，完全超出預期，復購率達30%以上。

「80%左右的顧客是25至35歲的白領人士」，Starfield團隊指出，這部分人對於人造肉的接受程度很高，「他們絕大部分是彈性素食人群，或者在吃肉的問題上有道德覺悟，或者有健康飲食的意識。」



■「人造食品實驗室」快閃店外，顧客排長隊購買。 香港文匯報深圳傳真



■內蒙古河套灌區入選世界灌溉工程遺產名錄。 新華社

中國再添兩處世界灌溉工程遺產

香港文匯報訊 據新華社報道，記者從水利部獲悉，內蒙古河套灌區與江西千金陂灌溉工程4日在印尼峇里島召開的國際灌排委員會第70屆執理會全體會議上，成功入選2019年度（第六批）世界灌溉工程遺產名錄。至此，中國的世界灌溉工程遺產達到19處，成為擁有遺產工程類型最豐富、灌溉效益最突出、分佈範圍最廣泛的國家。

河套灌區和千金陂申遺成功

河套灌區位於內蒙古自治區巴彥淖爾市，有2,000多年的引黃灌溉歷史，灌溉面積達1,020萬畝，是黃河多沙河流水灌溉的典範，也是全國最大的一首製自流引水灌區。

千金陂灌溉工程位於江西省撫州市撫河幹流上，是一個有着1,200多年歷史的大型水利工程，也是長江中游典型的具有灌溉、水運、排澇、防洪等多方面功能的大型圍區水利工程。

此次入選世界灌溉工程遺產名錄的，還有伊朗、意大利、日本、馬來西亞、斯里蘭卡、美國等6個國家的17處工程。

國際灌排委員會成立於1950年，是以國際灌溉、排水及防洪前沿科技交流及應用推廣為宗旨的專業類國際組織，成員包括74個國家和地區委員會，覆蓋了全球95%的灌溉面積。

世界灌溉工程遺產是專業型世界遺產，由國際灌排委員會於2014年設立，旨在保護、挖掘和推廣具有歷史價值的可持續灌溉工程及其科學經驗，每年申報評選公佈一批。在已公佈的世界灌溉工程遺產中，全球有91處古代灌溉工程被收錄，我國都江堰、靈渠等19處灌溉工程名列其中。

國際灌排委員會榮譽主席、中國水利水電科學研究院專家高占義表示，中國是灌溉大國，也是灌溉古國。灌溉工程遺產不僅是工程效益的傳承，也是中華民族的文化記憶，呈現出一個民族的文化底蘊、科學與技術精神，為人們生動再現過去的歷史。

業內專家指出，延續至今的灌溉工程遺產是生態水利工程的經典範例，以世界灌溉工程遺產的申報與可持續保護利用為契機，深入挖掘並向世界展現中國灌溉歷史文化，研究總結其科學技術、文化價值及管理經驗，對助推鄉村振興、生態文明建設和水利工程的可持續發展，具有重要現實意義。



中國郵政推無人投遞車 掃碼取件

「我的天，這真是太厲害了，它是自己跑過來的嗎？」在湖北省仙桃市政府單位工作的鄭女士體驗了中國郵政的最新黑科技產品。

無人駕駛、自主識別投遞路線，給客戶打電話發短信，還能主動避讓行人識別紅綠燈……經過10天的試運行，由中國郵政自主研發的智能無人投遞車近日率先在湖北省仙桃市投入商業運營。

打電話發短信通知客戶

這輛郵政智能無人投遞車長約2米、寬約0.8米、高約1.5米，最高時速15公里，有30個包裹格口，一次最多可裝載200公斤郵件。車體採用防水防塵的硬件設計，能在不同的天氣環境下完成投遞作業，並確保郵件不損壞。

中國郵政集團公司湖北省分公司相關負責人介紹說，智能無人投遞車裝有激光、超聲波等多種雷達傳感器，對行駛的環境建立高精度地圖，並通過智能感知、大數據分析、深度學習算法進行智能決策和車輛控制，實現無人駕駛L4級自動駕駛功能。

投遞過程中，無人車會提前10分鐘給客戶撥打電話，並發送帶有取件碼的短信；客戶只需掃描車身上的二維碼，輸入取件碼，即可打開相應的格口取走包裹。

智能無人投遞車被認為是解決物流「最後一公里」最有效的解決方案之一，也是無人駕駛技術與末端投遞需求的完美結合。目前，郵政智能無人投遞車主要在仙桃市政府及直屬單位區域內運行業務，已成功投遞包裹近200件，未來將在湖北部分城區路段推廣使用。

■新華社



■客戶掃描車身上的二維碼，輸入取件碼取件。

網上圖片