

从茶饮热销到潮玩圈粉

——中国文创产品走红海外市场

●新华社记者

从中式新茶饮的美学浸润到中国潮玩的创意绽放，如今，越来越多中国品牌正通过创新设计承载文化内核，以多元形态不断走进海外消费者日常生活，让世界更直接地触摸到中国文化的独特魅力。

中式新茶饮：从浓厚茶香中感受中国美学意境

午后时分，马来西亚吉隆坡市中心的中国新式茶饮品牌霸王茶姬门店前，人潮涌动。店内，几名正在喝茶畅聊的当地女孩身着色彩鲜艳的马来服饰，与奶茶杯上的水墨图样相映成趣，构成一幅“中式奶茶+马来服饰”的靓丽画面。

“我最喜欢‘伯牙绝弦’这款奶茶，味道特别清香，热量还不高。”22岁的马来西亚大学生法蒂玛笑着说，“它不像本地品牌的奶茶那么甜，有一种浓厚茶香，更有‘文化味’。”

近年来，霸王茶姬、蜜雪冰城、奈雪的茶、喜茶等中国新式茶饮品牌走出国门，并凭借“文化+产品”的模式在海外市场脱颖而出，以味觉为媒，推动中国文化的柔性传播与“中国创造”的全球延展。马来西亚《星报》评论说，中国茶饮品牌正迅速扩大在马来西亚的市场份额，“中国品牌正从被动追随转为主动出海，展现出强劲的文化吸引力。”

记者观察到，霸王茶姬在马来西亚开设的门店多以木色家具、水墨装饰与竹影设计为主，打造“中国美学意境”；以独特旋律主题曲“出圈”的蜜雪冰城则以清新可爱的卡通形象和欢乐主题吸引年轻消费者。马来西亚学者李佩敏指出，中国品牌奶茶在马来西亚走红，并非单纯依靠口味，而是通过品牌形象、美学意象以及文化创新等途径，让消费者感受到源自中国的生活方式与独特的创新韵味。

对于中国奶茶品牌主打的“文化+创新”发展路径，马来西亚玛拉工艺大学发布研究报告指出：将汉字、传统图纹和东方意象等中国特色视觉元素纳入品牌形象，有助于增强品牌辨识度与消费者忠诚度，形成情感共鸣，“这是中国企业在海外市场展示文化自信与品牌创造力的生动体现”。

中国影视剧：“触动不同文化背景观众的心灵深处”

从早期的《西游记》，到《甄嬛传》《琅琊榜》，再到如今在当地未播先热的《梦华录》《长相思》，几乎每一部在中国热播的古装剧，都会在越南迅速积累大量观众。

傍晚时分的越南河内古街，街角咖啡馆里飘出数年前中国热播剧《三生三世十里桃花》的悠扬旋律，三五成群的年轻人正热烈讨论着当下热播剧《天地剑心》的剧情。在河内一家设计公司工作的阮秋玄，每天下班后的第一件事就是打开视频网站，追看中国热播剧。

阮秋玄不仅能准确说出多部中国剧中人物的中文名字，还专门报名学习中文。“剧中人物的服饰、礼仪都美得让人心醉。”她说，“更吸引我的是中国影视剧那些传承千年的价值观念——忠孝节义、家国情怀。”

在阮秋玄看来，《琅琊榜》中梅长苏的坚韧与智慧，《长安十二时辰》里张小敬的担当与勇气，这些人形形象所承载的精神内涵，能够“触动不同文化背景观众的心灵深处”。

像阮秋玄这样的越南年轻人不在少数。河内师范大学的学生陈氏梅甚至组建了“中国古装剧迷”社团，不时举办观影活动。《甄嬛传》里精致的宫廷礼仪，《知否知否应是绿肥红瘦》中展现的宋代美学，《庆余年》里巧妙的诗词运用，都让我们着迷。”陈氏梅说，“通过这些剧集，我们不仅欣赏到精美画面，更深刻理解了中国人对历史的尊重、对传统文化的传承。”

越中友好协会副主席阮光表示，越中两国之间历史渊源深厚，有着一由文化编织而成的纽带。“持续深化的文化艺术交流，不断为越中关系注入活力，巩固两国人民的理解与友谊。”

中国潮玩：“具有俘获世界各国人心的魅力”

在英国伦敦卡姆登区，一名小女孩刚走出中国

潮玩门店，就迫不及待地拆开手中的“拉布布”盲盒，脸上绽放出笑容。身旁的父亲轻声问道：“是不是很开心？”小女孩用力地点了点头。

如今，在伦敦的地铁、街头，记者时常能看到背包上挂着“拉布布”、哪吒等中国潮流玩具的行人，每有中国潮玩新店开业也总能吸引大量粉丝排队等候。

据悉，中国潮玩品牌泡泡玛特目前已在伦敦、剑桥、伯明翰等英国主要城市开设10家门店，并计划2025年底前再新增4家门店，2026年再追加8家门店；另据英国《泰晤士报》近日报道，中国品牌名创优品的盲盒在英每3分钟便售出一个，推动该品牌过去一年在英销售额增长63%。

潮流玩具正日益融入更多中国文化元素。在泰国，中国玩具品牌52TOYS以国宝熊猫为原型创作的文化IP“胖哒幼”和基于中国传统神话瑞兽形象的变形机甲系列在当地热销。据介绍，泰国限定款“萨瓦迪卡胖哒幼”一经推出便售罄，而青龙、白虎和玄武等瑞兽系列凭借精巧设计和东方美学，深受消费者喜爱。

52TOYS副总裁金勤表示，融合中国故事与东方美学的文化创意产品在海外具有广阔的市场潜力。“从传统元素再造，到原创IP玩具，我们希望让世界看到更多不一样的中国设计。”

中国潮玩也进入了英国品牌金融公司董事长戴维·黑格的观察视野。他说：“与之前电子产品、汽车等工程类中国品牌不同，这些可爱的玩偶精准击中了目标受众的情感需求，掀起了一股时尚风潮，这种传播效果对中国品牌而言堪称前所未有。”

“泡泡玛特等中国潮玩品牌的成功，不仅彰显了中国文化自信的力量，也体现了中国打造能为大家带来欢乐、想象力与情感联结的全球符号的能力日益增强。”泡泡玛特欧洲区高级公关经理杰米·格里芬说，“我们的发展历程证明，源自中国的创意，具有俘获世界各国人心的魅力。”

（新华社北京11月16日电）

技能人才最低工资如何确定？指引来了

●新华社记者 张晓洁

技能人才最低工资的主要参考因素有哪些？可采取什么方法确定最低工资？记者11月14日获悉，人力资源社会保障部近日发布《技能人才最低工资分类参考指引》，为区域、行业、企业分类合理确定技能人才最低工资提供参考和指导。

人力资源社会保障部劳动关系司负责人介绍，指引遵循凸显技能要素价值、合理反映技能差别、统筹工资分配关系、保障劳动者民主权利的原则，引导区域、行业、企业科学评价技能要素贡献，在法定最低工资标准之上分岗位类别和技能水平等级合理确定技能人才最低工资，促进形成职工增技、企业增效、技能增收的良性循环。

横向按岗位分类，区域、行业、企业可结合技能人才所从事岗位的工作内容、职责任务以及岗位所需技能的复杂度、稀缺性、人力资本积累，将岗位按照对企业生产经营的重要程度进行分类，一般可分成基础类、重要类、关键类和核心类。区域、行业、企业可参考指引对岗位分类的方法，结合自身实际，对技能人才从事的岗位进行科学分类，确定岗位类别的数量、称谓，明确不同岗位类别的划分标准、包含的具体岗位或职业

（工种）、技能人才任职资格要求等。纵向按技能水平分级，区域、行业、企业可根据自身实际和国家职业标准有关要求，明确每一岗位类别的岗位或职业（工种）包含的职业技能等级，并确定符合不同岗位类别要求的技能人才职业技能等级最低级别。

根据指引，技能人才最低工资可采取月最低工资或月最低技能津贴等方式。

“采取确定技能人才月最低工资方式的，区域、行业、企业首先确定某一岗位类别内职业技能等级最低级别的技能人才月最低工资。基础类、重要类、关键类、核心类岗位的最低工资，一般分别按不低于本地法定月最低工资标准105%、120%、150%、200%确定。”上述负责人说，然后在不同岗位类别技能人才月最低工资基础上，按技能等级逐级上浮一定比例或一定数额的方式确定同岗位类别内其他职业技能等级技能人才最低工资。

采取确定月最低技能津贴形式的，可按照岗位类别逐类增加的原则确定不同岗位类别的技能人才月最低技能津贴发放标准，同一岗位类别内根据技

能人才的职业技能等级逐级增加。

如何理解区域、行业、企业确定的技能人才最低工资与各地发布的最低工资标准之间的关系？

据介绍，目前，我国实行的最低工资制度是由各省份按照法定程序制定和发布本省份内不同行政区域的最低工资标准。指引引导区域、行业、企业根据自身实际情况，参考指引提供的方法，通过集体协商或履行民主管理程序等方式，在当地最低工资标准之上，分类分级合理确定技能人才最低工资，其中企业技能人才最低工资应不低于所在区域或行业确定的技能人才最低工资。

上述负责人表示，下一步，各地人力资源社会保障部门将帮助有需要的工业园区、产业园区、街道乡镇、行业、企业准确理解把握指引的理念和方法，结合自身情况运用好指引，合理确定技能人才最低工资。结合本地实际，分行业进一步细化确定技能人才最低工资的方法，并及时发布重点区域和行业、紧缺急需职业（工种）不同技能等级的工资价位信息，为区域、行业、企业协商确定技能人才最低工资提供更有针对性的参考。（新华社北京11月15日电）

四部门联合加强二手车出口管理，怎么看？

●新华社记者 唐诗凝

严控新车以二手车名义出口，规范出口许可证申领与发放，建立企业动态管理及退出机制，持续推动二手车出口健康发展……

商务部、工业和信息化部、公安部、海关总署四部门近日联合发文，进一步加强二手车出口管理工作。这一举措包含哪些要点？对行业发展有何影响？记者采访了中国汽车流通协会副会长王都。

“凭借3.59亿辆汽车保有量以及成熟的供应链和高性价比优势，近年来我国二手车出口实现跨越式增长。”王都援引相关数据表示，二手车出口由2020年的仅4300辆跃升至2024年突破43.6万辆，已经成为中国汽车产业“走出去”的重要力量。

王都说，在此背景下，四部门联合印发进一步加强二手车出口管理工作的通知，并非单纯的“约束性监管”，而是以“引导”推动行业持续健康发展的系统性方案——既通过明确规则划定行业底线，促使企业强化自我约束，更通过配套措施助力全行业合规提质，推动二手车出口实现从“规模增长”向“价值增长”的关键跨越。

王都表示，通知聚焦推动构建行业自律长效机制，传递多重信号：以“售后责任绑定”压实自律底线，引导企业回归初心；以“动态信用管理”强化自律约束，提高违规成本；以“负面清单”明确自律红线，消除“模糊地带”。

通知提出，自2026年1月1日起，对申请出口距注册登记日期不满180天（含180天）的车辆，各地商务主管部门应指导本地企业补充提交该车辆生产企

业出具的《售后维修服务确认书》，对无法提供相关材料的车辆，不予发放出口许可证。

“以‘180天注册+售后确认书’为核心抓手，将从源头规范以二手车名义出口新车的模式。”王都说，这一要求将“售后责任”与“出口资格”直接绑定，企业需在出口前就规划好售后网点布局、备件供应流程等，避免因售后缺位引发投诉，从而树立“全生命周期服务”的长期思维。

王都表示，这种“责任前置”的约束，本质上是引导企业回归二手车出口“服务全球用户、维护中国制造声誉”的产业初心。

“企业需从单纯追求出口数量，转向提升二手车品质与信息透明度。例如，建立二手车检测评估体系，向海外消费者如实披露行驶里程、维修记录等车况信息；针对不同出口国标准，优化车辆配置，让中国二手车以优质、透明的形象进入国际市场。”王都说。

通知还提出，建立企业动态管理及退出机制，各地商务主管部门要加强本地二手车出口信用评价体系建设，对照《二手车出口不诚信行为负面清单》，对企业开展日常监督与动态管理，规范企业经营行为及出口竞争秩序。

王都认为，这一机制的核心逻辑是“信用与资格挂钩”。对有不诚信行为的企业进行约谈，对有多次不诚信行为、未及及时提供出口车辆维修技术及备件支持、不履行质量保证义务的企业，责令其制定并落实整改措施。在受理审查出口许可证申请时，综合

考虑整改落实情况。

“信用评价结果将成为行业合作的重要参考，合规自律的企业更易获得汽车生产企业、海外经销商、金融机构的信任，由此推动‘自律’从‘合规要求’升级为‘竞争优势’。”王都说。

负面清单列出的二手车出口不诚信行为包括出口禁止类车辆、不履行质量保证等义务、伪造或变造相关文件等。王都说，这相当于为企业提供了“自律对照表”。

通知还提出以多项支持措施持续推动二手车出口健康发展。例如，各地商务主管部门要充分利用各类贸易促进平台，支持企业开拓多元化市场，鼓励在重点市场建立公共展示交易市场，拓展营销、仓储等综合服务；完善出口配套体系，促进出口企业与物流、金融、第三方质保机构等供应链配套企业的交流合作等。

王都说，这些措施直击行业“碎片化发展”痛点，此前部分中小企业缺乏物流网络、金融支持、售后能力；如今通过生态协同，企业可依托公共服务网点降低海外运营成本，借助金融工具缓解资金压力，通过第三方质保提升消费者信任。

王都表示，我国二手车出口已进入“规范提质”的关键转折期，对行业而言，唯有以自律为根基，守住合规底线、履行社会责任，才能赢得国际市场信任；唯有以协同为路径，政府、行业组织、企业相互配合，才能破解各种难题，提升行业整体竞争力。

（新华社北京11月15日电）

雪场「盛装」迎客 吉林进入「冰雪时间」

新华社长春11月15日电（记者王帆）2025—2026雪季来临，我国北方多地滑雪场陆续开启冬季运营模式。15日，位于冰雪大省吉林的中旅松花湖度假区、北大湖滑雪度假区、长白山华美胜地度假区等多家国家级滑雪旅游度假区正式开门迎客。随着气温持续走低，预计吉林省内多数雪场也将于本月中下旬集中开放，携手点燃冰雪经济热潮。

在位于吉林市的松花湖度假区，雪友们身着各色雪服，从雪道上飞驰而下，享受滑雪乐趣。度假区市场营销总监黄钟锐介绍，本雪季度假区滑雪总面积达230万平方米，增加了树林道、野蘑菇道等15万平方米的地形雪道和自由式玩法，同时引入国际教学体系认证培训，升级商业街业态与场景，计划举办50余场赛事活动，让游客尽享冰雪乐趣。

吉林地处“世界冰雪黄金纬度带”，以粉雪、静风、暖阳闻名，冰雪资源得天独厚。全省目前坐拥5家国家级滑雪旅游度假区，大中小雪场设施完备，已逐渐成为海内外游客的冬季热门旅游目的地。《2024—2025中国滑雪产业白皮书》数据显示，2024—2025雪季财年（2024年5月1日至2025年4月30日），吉林省滑雪人次排名全国第一；从变化趋势看，近10年，吉林省滑雪人次累计增幅位居全国第一，同时已进入新的快速增长阶段。

记者走访了解到，为迎接新赛季，吉林各大雪场通过硬件提档与服务升级，为游客带来更优质的体验。借助寒流，北大湖滑雪度假区在10月底已开启试滑活动，新雪季度假区总床位数达9800张，并持续推出大学生免费、东三省居民半价等惠民政策；吉林万峰通化滑雪度假区围绕雪场、酒店群及配套设，与万达合作开展一体化运营管理，提升游客消费体验；长白山万达国际度假区在原有雪道基础上，新增3条“高级野雪树林道”，单板公园、追逐场地等地形公园也将全面开放。

从“初学尝鲜”到“专业畅享”，新雪季长春正在全力构建全链条滑雪生态。在持续升级庙香山、天定山、莲花山、净月潭等现有雪场运营服务水平的同时，雪道垂直落差达85米的长春万达茂室内滑雪场也计划于12月末营业。“以差异化、专业化的设施与服务，让‘学滑雪’到长春”的品牌形象深入人心。”长春市副市长阮刚辉说。

为繁荣冰雪市场，新雪季吉林省文旅厅将重点推出“冰雪消费券”“冰雪直通车”“引客入吉”三大政策。“我们计划于11月下旬到明年3月底，面向省内外游客及本地居民发放1亿元冰雪消费券。”吉林省文旅厅厅长孙光芝说，吉林将深化“文旅融合+市场化运作”模式，举办各类文化、旅游、体育、商贸等活动800余项，让冰雪热度贯穿整个雪季。

业内人士认为，交通是冰雪经济发展的重要支撑，影响着景区可达性、游客体验与产业辐射半径。随着沈白高铁的开通和G331沿边开放旅游大通道吉林段的全线通车，新雪季吉林沿线雪场将迎来客流规模新增增长点，进一步提升其在全国冰雪旅游格局中的吸引力和竞争力。

“在交通助力下，度假区在中秋国庆期间客流同比增幅近70%，这更坚定了我们对新雪季的信心。”长白山华美胜地度假区市场推广部负责人类雁文说，度假区将以“幸福感”为核心，重点聚焦亲子家庭需求，升级滑雪教学、趣味娱雪等特色文化体验活动，并且开通高铁站直达接驳专线，为游客带来度假新体验。

据悉，第12届全国大众冰雪季主会场活动将于12月26日在长春市肆季南岸线公园举办。“我们将以系列活动为主线，举办全域覆盖、层级丰富的冰雪赛事活动。”长春市体育局局长高继峰说，除了举办高水平冰雪运动竞技赛事，长春还将推出雪地足球、雪地气排球等群众赛事，同步开展青少年公益培训、“百万青少年上冰雪”等系列赛事活动，掀起辐射全国的冰雪运动新热潮。



11月16日，冠军四川队选手杨思琪（左四）、亚军辽宁队选手金姝含（左二）、季军海南队选手邓雪莹（右三）在颁奖仪式上与她们的教练员、嘉宾合影。

当日，在广东南澳举行的第十五届全国运动会冲浪女子短板决赛中，四川队选手杨思琪战胜辽宁队选手金姝含，夺得冠军。新华社记者卢汉欣摄

询价公告

一、询价项目概况：

项目1：到保和镇南加油站增设LNG项目施工图审查；

项目2：白城油库铁路专用线代维护服务；

项目3：镇赉油库铁路专用线代维护服务；

项目4：镇南加油站增设LNG项目

二、供应商资格要求：

1. 响应人应为中国境内注册的独立法人或其他组织，具有承担民事责任的能力，具备合法有效的营业执照，不接受联合体参加报价。

2. 具备相应服务资质；提供近期相关业绩证明材料，不得少于2份。

3. 以下资料每页应加盖单位公章：

报价表、营业执照副本、银行开户许可证、法人身份证复印件以及资质证明材料。

4. 各种资质证书均在有效期内，如出现过期的相关资质，取消其询价资格。

三、采购文件的获取：

1. 报名时间：凡具备响应条件且有意参加者，请于2025年11月18日至2025年11月20日，8:30至17:00进行报名，联系人：沈向阳，联系电话：0436-3326179，邮箱：1055447473@qq.com。

2. 询价文件获取方式：报名结束后，请报名单位按相关要求准备响应文件，准时邮寄、递送响应文件。

中国石油天然气股份有限公司吉林白城销售分公司
2025年11月17日

遗失声明

通榆县结核病防治所(统一社会信用代码:12220822413028589F)不慎将事业单位法人证书(副本)遗失,法人:白雪峰,特此声明作废。

遗失声明

邹士峰、李春英不慎将回迁安置楼房确认书遗失,档案号:SA12.1.1,地址:明珠花园三期4号楼2单元4楼西门,面积:64.96平方米,特此声明。