

挂“鹅”头卖“鸭”肉透支了大众的信任

李妹妍

“原材料是鸭腿，以后都会给大家写清楚，介意请勿下单。”看到“鹅腿阿姨”在群里发布这则公告时，那些曾为一只烤鸭腿在寒风中排长队的学生们，心里大概是五味杂陈的。

近日，曾让清华、北大学子排队抢购的网红摊主“鹅腿阿姨”被举报售卖的是鸭腿而非鹅腿。她在群公告中承认了这一点，并表示正配合相关部门调查。消息一出，话题“鹅腿阿姨卖的是鸭腿”迅速登上热搜，评论区里满是“错付了”的感慨。

舆论之所以反应激烈，是因为“鹅腿阿姨”在过去几年被赋予了太多情感投射。一对夫妻，守着小摊，在寒风中等学生下课，在群里温柔地回复消息，种种细节勾勒出一个“不

易却很努力”的底层创业者形象。16元一只的“鹅腿”，稍微留心行情的消费者心里未必没有疑问，但大家没有深究，是愿意相信那份“烟火气”背后的真诚。

但真诚容不得含糊。“鹅腿阿姨”辩称，这个称呼叫了十几年，不存在欺诈骗。听起来情有可原，实则站不住脚。“鹅腿”是招牌，也是消费者对产品属性的核心认知。挂着鹅腿的招牌卖鸭腿，就叫货不对板。退一步说，鸭腿也好，鹅腿也罢，只要明码标价、货真价实，消费者自有选择。若真坦荡，为何不主动告知食材调整，反而在订购页面悄悄把“鹅腿”改成“辣腿”“不辣腿”、用表情符号替代关键字？这种模糊处理，很难不让人联想到“回避”二字。

网传截图中，“鹅腿阿姨”称“被

群里某位上班精英举报”，又称“做点小本生意讨一口生活，请不要为难”，话里话外透着委屈。市井谋生万般不易，世人皆能共情，但不容易从来不是不诚实的理由。恰恰相反，正因为不容易，才更该珍惜来之不易的口碑与客源。一名曾购买过50多次“鹅腿”的学生说，觉得信任被辜负了。这句话的分量很重，也值得“鹅腿阿姨”们深思。

目前，市场监管部门已介入调查，是否构成虚假宣传与消费欺诈，自有法律定论。但说到底，挂“鹅”头卖“鸭”肉，消耗的不仅是客源，更是人心。“鹅腿阿姨”想保住这门生意，第一步恐怕不应是诉苦，而是把那张公告写得更诚恳一点：对不起，早该告诉你们。

毕竟，信任的重建，远比重新进一批鹅腿难得多。

钟颐

又一棵“孤独树”被砍秃了。

今年5月下旬，西安长安区白庙村的一棵网红“孤独树”走红。为了“出片效果”，大量游客肆意踩踏麦田，即将采收的庄稼地被硬生生踩出道路。最近，在多次劝阻、围挡无效后，农妇最终挥斧砍断树冠。对此，村委会表示不会追究责任，“她的麦田已经受损了，庄稼比树重要”。

“孤独树”，自带氛围感。树还是那棵树，田还是那片田，但由于自然极简的搭配，便有了“遗世而独立”的味道，几乎满足了各种“好出片”的要素。可在“谁红就围观谁”的流量时代，“孤独树”自身就是一个悖论：有的人爱上了这种氛围感，又不自觉地破坏它；树静静地长在那里，本来挺好的，乱凑热闹的人多了，也就让人觉得吵闹。

“庄稼比树重要”，话糙理不糙。春耕夏耘，秋收冬藏，有过农村生活经验的人都知道，农民最不能容忍的，就是眼睁睁地看着自己的心血遭人践踏。砍树固然不对，但对于一名心急如焚的农妇而言，恐怕是没有办法的办法。遗憾的是，这样的剧情不是一回两回了。去年3月，安徽池州一棵生长在庄稼田里的“孤独树”也成了“网红”，据农户说，游客带来的损失达到五千元，最终只能“断枝保田”。

讽刺的是，这样的“止损”可能是一厢情愿。此番村委会不追究责任，固然是将心比心，可某些人就只顾着自己“治愈”，不管他人“受伤”。据新京报报道，农妇砍秃网红“孤独树”后，来看的人似乎更多了，有人觉得“反倒更有苍凉感”，还有人给它起了一个新的名字——“绝版树”。网络世界的荒诞，由此可见一斑：当打卡变成目的，出片成为执念，流量沦为狂欢，还有什么不能被“围观”的，下一棵“孤独树”又有多远呢？

再美的风景，也经不起“乱入”。即便是在部分景区，类似的“毁田式打卡”也并不鲜见。更不必说，坐落于田野的所谓“出片胜地”并非景区，其走红带有不可预测性，既缺乏事先规划，也不容易做到专人管理，而且还要承担最重要的生产功能，原来的秩序很容易被打破。一边是汹涌而至、各取所需，一边却只能被动防守、独自承受，这并不是打扰那么简单，更像是一场赤裸裸的掠夺与霸凌。

欣赏美、记录美，本是人之常情。从积极的方面来看，需求可以引导，边界需要设立，常识必须重申。乡村具有多元价值，农业具有多种功能，“孤独树”的出圈，说明这类微场景具有一定的稀缺性，对基层文旅发展和乡村振兴而言，或许是个契机。只不过，从提升基层治理水平，到理顺利益分配机制，再到探索惩戒追责制度，平衡好体验观光和生态保护，着实是不小的考验。

“相看两不厌”，唯有大自然。然而，一旦失去对规则的敬畏，那棵被榨光“情绪价值”的“孤独树”，那些散落一地的麦子，真的很“孤独”。

不要粗鲁地走向那棵『孤独树』

放流水生生物苗种

农业农村部副部长张治礼日前在出席2026年全国水生生物同步增殖放流主场活动时表示，“十四五”期间，全国共放流各类水生生物苗种1500多亿尾，取得了显著的生态、经济、社会效益。

新华社 曹一作



世界杯订单里的“义乌答案”

王海林

2026年美加墨世界杯的哨声即将吹响，万里之外的中国义乌迎来产销旺季。义乌海关数据显示，今年一季度，义乌市体育用品及设备出口额达28.3亿元，同比增长12%，其中世界杯相关产品占了相当比重。据义乌市体育用品行业协会估算，上届卡塔尔世界杯期间，“义乌制造”占全球世界杯周边商品市场份额的近70%，是全球顶级赛事不可或缺的后方供给力量。

外媒的观察，为这份力量提供了客观的证明。非洲新闻台报道称，从横幅、旗帜到各类观赛周边，非洲乃至全球的零售商都高度依赖义乌的生产效率，中国制造是国际顶级体育赛事背后稳定的支撑。英国一知名行业网站则指出，义乌是“全球足球消费需求的晴雨表之一”。面对全球顶级体育赛事带来的巨大商机，义乌之所以能持续敏锐捕捉、深耕市场，答案就藏在当地商户“以设

计引领需求、用专利筑牢优势”的实践中，背后是从“义乌制造”向“义乌创造”的深刻转型。

单纯打价格战的时代已然过去，拥有自主知识产权，是赢得市场利润与行业尊重的核心底气。义乌经营户温从见提前设计赛事球衣，同步在海外申请外观设计专利，仅本届世界杯就申报了40余款专利设计。依托专利加持，产品溢价可达20%。如今，越来越多义乌商户主动用专利守护创新成果，推动中国制造从全球价值链的被动适配者，逐步向行业规则制定者转型。

创意与品牌加速觉醒，则让产业竞争从“拼价格”转向“赢口碑”。义乌经营户骆添乐拿下多支国家队全品类授权，积极延伸文创产品线；针对细分市场，宠物球衣、婴幼儿亲肤球衣等新品类精准解锁全新消费需求。历经多届世界杯的市场洗礼，告别同质化低价竞争的义乌商户，如今更注重海外市场口碑与长期品牌沉淀，深耕高质量发展已成为行业集体共识。

而义乌深耕市场最深层的底气，源自中国制造完整全产业链赋予的

“义乌速度”。世界杯订单普遍具有数量大、工期紧、工艺要求多元的特点，而义乌坐拥从设计、打样、面料甄选、缝制、印花到质检的完整产业链。一件足球周边产品从画稿到出厂，最快不到一周即可完成。这份极致的供应链韧性，依托成熟的制造业网络，让优质专利与创意能够快速落地，转化为适配全球市场的优质产品。

义乌与世界杯的联动，是中国制造全球认可度持续提升的生动缩影。当全球球迷身披的球衣、挥舞的旗帜大多出自“义乌制造”，这不仅是耀眼的市场份额，更是全球市场对中国制造的信任投票。在墨西哥城，服务世界杯的球迷接驳大巴车队，超95%为中国品牌新能源客车；中国中车参与建设的墨西哥城轻轨1号线，高效串联赛场、保障赛事通行。从小巧的旗帜玩偶到高端的绿色出行装备，中国制造正以全天候、全链条的姿态，与全球体育经济的脉搏同频共振。

世界杯的终场哨声终会响起，但中国制造业转型升级的足音愈发铿锵。立足时代赛场，坚守实业、勇攀高峰的中国制造，正以更稳健有力的步伐，奔向高质量发展的下一程。

公告

宁波北仑宏基宁兴置业有限公司债权人：
《破产财产分配方案》已由债权人会议非现场表决通过。
根据分配方案，第一次分配总额为人民币125,257.20元，主要解决劳动债权人生活费用困难，具体分配金额详见《分配方案》。特此公告。
宁波北仑宏基宁兴置业有限公司管理人 2026年6月12日