

鲁迅孙子“投笔从网”90%的时间刷视频? 周令飞:视频平台粉丝破十万

近日,有媒体在第十一届茅盾文学奖启动仪式现场问鲁迅的孙子周令飞“平常爱不爱刷短视频?”他回答:“我现在是90%的时间刷视频,10%的时间用来看书。”当问到平时爱刷什么内容时,“不告诉你们,这是我的秘密。”周令飞笑着回应。网友们纷纷表示“这很真实”,还有网友戏称他这是“投笔从网”……



(图为周令飞在北京国家图书馆出席活动时发言。图源:IC photo)

“在我的后园,可以看见墙外有两株树,一株是枣树,还有一株也是枣树。”这是《秋夜》奇特而著名的开头,是属于鲁迅先生的幽默。“茅盾先

生的长孙女沈迈衡跟我是同班同学,而且还跟我同桌过呢,没有擦出过火花。”这是周令飞在茅盾文学奖启动仪式上的讲话,也颇为幽默。

今年是鲁迅《呐喊》集出版100周年、茅盾《子夜》发表90周年,以及鲁迅和茅盾携手创办的《译文》(后改为《世界文学》)创刊70周年。但周令飞说自己90%时间用在刷短视频的话是有个铺垫的——现场有媒体请他对“人工智能写作成为热门”谈谈看法。周令飞表示:“我觉得机器人写作能够帮助我们做很多事儿,其实这也挺好的,能帮我们思考、帮我们搜集资料。但如果AI告诉我们的,是假的怎么办?万一很多资料是假的,那写出来误导了大家,这个是最要命的。”他坦言,自己酷爱刷短视

频,“我现在是90%的时间刷屏,10%的时间用来看书。”周令飞身体力行,他在视频平台账号上发布了几十条作品,粉丝数量已突破11万。

有意思的是,近年来周令飞多次登上热搜。例如2021年,他本人表示“当鲁迅的孙子压力很大”,自己“不抽烟,不喝酒,不写文章,和鲁迅很不相同”。对如何看待那些网传的所谓鲁迅说过的“名言”,周令飞说过去在学生当中流传一句话,叫“一怕文言文,二怕写作文,三怕周树人”,学生们认为读鲁迅的书很枯燥;而今网络

上出现的鲁迅语录热,不管是不是鲁迅说过的话,至少折射出社会大众对于鲁迅的一种关注。“他们对于鲁迅的一种崇拜,有些带有调侃的意味,有人说不敬,我倒觉得没那么严重。”周令飞说,只要不是负面的,有些无伤大雅的可以一笑置之。周令飞认为,“杜撰”鲁迅言论,只要不是宣扬拜金主义等错乱的价值观念,就没必要拿起大棍子,将年轻网民在生活当中尝试的一些时尚好玩的话题行为打翻,不能矫枉过正。

摘编自齐鲁晚报、北青网、都市快报等

舒微熹:坚持科技创新引领发展

多年来中国电梯行业都是外资品牌的天下,这个庞大市场似乎一直没有太多的机会给国内企业。然而,在这个竞争激烈的领域中,北京清华电梯集团有限公司却如一匹黑马突围而出,拔得头筹,不仅实现了完全自主研发,而且早在2014年,公司就建成了无人化全自动生产线,实现了电梯的创新生产方式,即电梯智能制造。目前公司已发展成为超大规模的电梯专业集团。清华电梯集团的成功离不开副总经理舒微熹多年的耕耘与付出。舒微熹,中国电梯协会设计与制造委员会委员、中国建筑产业化联盟理事,是电梯制造业领域的知名技术专家。

在发展初期,以电梯安装服务为主营业务。一年后,公司开始开展电梯整机制造,作为机械设计方面的专业人才,舒微熹逐渐崭露头角,在研发工作中担负起核心攻坚任务。2014年对舒微熹和清华电梯集团来说都尤为重要,在她和研发团队的努力下,清华电梯集团成功打造出采用自主创新的无人化全自动生产线的生产厂。该生产厂的建成不仅为清华电梯大大提高了生产效率与安全性,更开启了我国电梯制造行业的新篇章,为电梯行业的智能制造树立了榜样。

市场上每一款新产品的推出都面临着来自各方的压力和挑战,在舒微熹看来,最大的挑战在于“技术创新与实施”,

清华推出的一款载重为900公斤的客梯就是一个典型。国家规定12层及以上住宅,必须有一部电梯能放医用担架。针对这一规定,企业通常都把电梯的井道设计成窄的长方形,从而装一部细长、能放担架的载重1000公斤的电梯。这种设计虽然满足了标准要求,但是会占用更多的建筑面积,提高建筑成本,而且乘客乘坐电梯时进出也很不方便,空间感不好。对此,以舒微熹等为主导的研发团队打破常规客梯载重量为1000公斤或800公斤惯例,别出心裁地推出一款载重为900公斤的客梯,并对井道布局进行了创新设计,打破了传统的井道布局思维,从而设计出了能在800公斤电梯

的井道里,安装可放长185厘米标准担架、载重达900公斤的客梯。这不仅为建筑开发商节约了宝贵的建筑面积,而且使乘客空间舒适感也有了很大的提升。该产品一经推出就引起市场的极大反响,成为了住宅电梯的明星产品,并获得了北京市政府颁发的绿色住宅电梯奖。作为主要研发人,舒微熹的研发和专业能力也因此得到了电梯行业的普遍认可与称赞。

行至今日,舒微熹已在清华电梯集团奋斗二十余年,不仅在研发方面硕果累累,获得数十项专利,还承担着企业管理的重任。在她的带领下,清华电梯取得了令人瞩目的成就,拥有专利300多项,

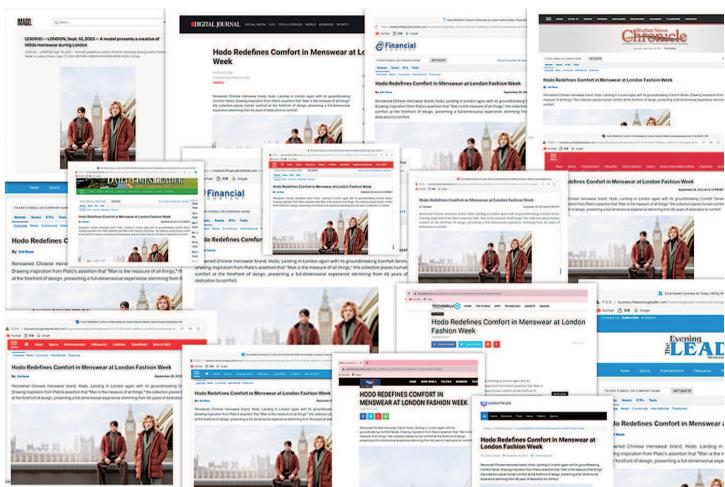
获得权威机构授予的荣誉百项有余。但这条路走得并不是一帆风顺,舒微熹深知,在细分市场中成为头部企业,是应对供给过剩的现实挑战的关键。她坚定地倡导创新驱动,通过持续的技术创新和市场拓展,让清华电梯在电梯行业中成为国内品牌的佼佼者。她认为电梯行业的未来将更加依赖于技术创新和绿色设计,以满足现代城市对高效、环保和交通安全的需求。

舒微熹女士作为清华电梯集团的核心领导人之一,以其对电梯行业的深刻理解、突出的研发和领导能力,推动了清华电梯在技术创新、智能制造方面的不断进步。相信,在舒微熹的带领下,清华电梯会在电梯行业中继续创造出更多的佳绩,为我国的电梯行业贡献出自己的力量。(杨光)

红豆舒适男装携手国际设计大师 重新定义冬季男装新市场

寒潮来袭,大幅度的降温加速了冬季到来的脚步。羽绒服以其轻便、保暖的功效在传统冬装市场上赢得了广大消费者的青睐,但是穿着臃肿、跑毛等问题依然存在,对于在男装市场中设计本就不占突出优势的羽绒服来说,想要突破重围,亟需品牌方更新产品技术及设计理念。

红豆男装积极响应市场需求,在今年九月推出冬季舒适新品“红豆舒暖鹅绒服”。该款羽绒服由前Dior设计大师Guillaume Ferrand亲自操刀设计,于英国伦敦首发,随即登陆法国、意大利等欧洲其他国家。奢侈品级工艺与国际化审美相结合,让这款羽绒服一经推出,便获得了国外媒体和消费者的广泛关注。



盈柔软、富有弹性,解决了传统羽绒服面料硬挺不舒适的痛点,这款面料不仅比普通面料柔软度提升了30%,还解决了冬天羽绒服面料常见的静电问题;内里则采用3D锁温细腻舒适里料,亲肤触感,牢牢锁住温度。从填充物、面料到里料,红豆男装用心打造三倍的舒适感,真正做到内外皆舒适,给消费者以温柔呵护。

有了创新面料的加持,“红豆舒暖鹅绒服”不仅比一般的羽绒服保暖,且更具柔软轻便性,实现了同品类羽绒服的舒适突破;简约大气的设计也使其更具穿着性,打破了传统羽绒服单一的穿着场景,商务、通勤、日常皆可



买手店,进驻伦敦邦德街,成为当下炙手可热的一款冬季舒适单品。红豆男装着手打造这一明星单品并将其推上国际舞台,这不仅是其对接国际男装趋势的重要一环,更是品牌高端化升级进程中的关键举措。

从“0感舒适衬衫”到“加1舒适裤”再到“舒暖鹅绒服”,每一款产品的惊艳亮相都彰显着“红豆”对于舒适和品质的极高追求。“红豆”敢于创新,不断突破自身,以匠人精神传承舒适初心,以专业之力迎合消费者需求,致力于让更多人穿上奢侈品级舒适男装,书写民族品牌的舒适情怀。走向国际化舞台的“红豆”,将蓄力再出发,我们期待,未来红豆男装会为消费市场带来更多高品质、差异化的舒适男装产品。(李冉)

延续此前“红豆0感舒适衬衫”的品质,继续秉持着红豆男装对于“舒适”的执着追求,将“人的舒适感受”置于设计理念的首位,实现了让这件鹅绒服更保暖、更柔软、更亲肤的穿着目标。

羽绒服在冬季服装品类中最核心的优势在于其轻巧且不失保暖性,以高品质的羽绒成就高标准的保暖度。“红豆舒暖鹅绒服”填充4A奢侈品级大朵白鹅绒,蓬松度超过700,这种优



质鹅绒还获得了三重国际认证,其高品质与保暖性不言而喻;面料则采用了行业首创的红豆绵柔针织面料,轻

游刃有余。目前,“红豆舒暖鹅绒服”已经在线上线下开启热销模式,并登陆海外