

软硬实力双赋能 创维电视拓宽音质边界



英国特纳奖获得者艺术家苏珊·菲利普斯曾说：“声音在物质上是看不见的，但它发自肺腑，充满感情，可以在触发记忆的同时定义空间。”作为观众，如果要从声音里获得完整的情感体验，那么一台出色的影音设备则举足轻重。

为了满足用户日益增长的品质需求，创维电视在声学领域持续发力，实现软硬件齐头并进，打造电视界的好声音。

硬实力升级 武力值拉满

对于电视而言，硬件素质是保证音质的第一要义。往往音响腔体容积越大，声学单元越多，音质效果越好。创维壁纸电视 Q53 Pro 采用打破

常规的“独立主机+无缝贴墙”的壁纸形态，突破纤薄屏体的空间限制，拥有多达 14 个声学单元，分别由 4 颗独立功放芯片进行解码控制，可实现 80W 的输出功率，实现近乎完美的音质体验。同时，为了将硬件的潜能最大化呈现给用户，创维针对音效声学指标特征开发了创维声学系统 2.2.2，平面声场和天空声场得以相互配合，并通过严苛的喇叭选型和声学仿真实验，历经创维声学团队 10 余轮“调试—测试—主观试听—一再调试”的精细修正，最终呈现出极具临场感的立体沉浸音效。

不仅如此，独立主机的设计还解决了声音的朝向问题。传统一体式电视产品的扬声器单元分布在底部、左

右两侧，或者机身顶端，多数时候，声音的传播需要桌面、墙面甚至天花板的反射后才能抵达观众的耳朵，Q53 Pro 独立主机则是直出，声音指向性更好，也可以把更多宝贵资源投入到音色的美化之中。

创维守护者 G53 搭载哈曼声学音响 2.1，配备了左右声道和 20W 创维声学内置低音鼓，大容积主音箱、蚕丝膜高音、内注航天磁液，搭配低失真全频单元，并采用质量轻而强度高的碳纤维混合振膜，对音乐的解析能力大幅增强。

同样为用户带来惊喜的，还有电竞画质大师创维 A33。创维 A33 搭载杜比全景声高保真立体双扬声器，采用对称式的双独立音腔，并应用定制的高保真云母振膜技术，改善扬声器音色，令音质表现更加清澈有力。

软实力进阶 为音质护航

优质的硬件配置只是创维实现“天籁之声”的基础，与之相辅相成的软件支持同样功不可没。

为了将完美音质呈现给观众，针对 Q53 Pro 和 G53 两款产品，创维邀请哈曼的资深工程师与创维声学团队协同调校，让两款产品的声学软硬件实力得以巧妙结合，实现在低

音、均衡度、人声细节上的非凡表现。

此外，Q53 Pro 和 G53 均采用了 Harman AudioEFX 算法技术。据了解，Harman AudioEFX 可将现有硬件的音频输出性能提高多达 50%，在对音频质量进行广泛调整的同时，确保不会失真并降低功耗。换言之，这项技术不仅能提高音质，同时还减少损耗，提高了效率。此外，创维 Q53 Pro、创维 G53 和创维 A33 均支持杜比全景声，让用户观看大片时能感受更具层次的震撼体验，沉浸于故事情节之中。

打造好声音不是一蹴而就的事情，创维电视凭借出色的声学系统与过人的音质调校，拓宽了听觉空间的边界，强大的软硬实力将继续为产品赋能，满足用户的多元需求。

(维明)



“盐值”不将就 中盐积极践行低钠减盐行动

7月18日，在2022健康中国发展大会上，中国盐业集团有限公司董事长李耀强表示，希望通过社会各界共同努力，进一步提高低钠盐普及率，推进落实《“健康中国2030”规划纲要》减盐目标。

据他介绍，循证医学证据表明低钠盐可以有效降低血压，预防脑卒中、心血管疾病以及过早死亡的发生。

当日，中盐集团发布了“盐值”不将就，低钠更健康”公益宣传片，倡导食用低钠盐新风尚，唤醒社会公众科学减盐的自觉意识，传播健康中国核心理念。

推广低钠盐势在必行

当前，我国正在加速迈入老龄化社会，高血压患病率逐年增加，高钠、低钾膳食是我国人群重要的高血压发病危险因素。

根据国家卫健委制定的《健康中国行动（2019—2030）》，提倡人均每日食盐摄入量不高于5克，这也是世界卫生组织建议的食盐摄入量。而我国人均每日食盐摄入量约在10.5克，大于上述倡导标准的两倍。

针对我国居民食盐摄入量普遍过多的状况，2017年，中国明确提出了减盐计划。国务院印发的《国民营养计划（2017—2030）》提出，到2030年实现全民人均每日食盐摄入量降低20%的目标。

2022年新发布的《中国居民膳食指南》更新了旧版每日摄入量食盐量，从每人每天6克减少到5克以内。

“经常吃盐多血压高，是盐中的钠在作祟。减盐更多是减盐里的钠，从而减少罹患高血压、心脑血管疾病等慢性病的风险。增加钾离子摄入，钾通过扩张血管、降低血管阻力与增加尿钠的排泄，又可以进一步来抵抗高钠的升血压作用。而且氯化钾本身有咸味，做到减盐不减咸，兼顾口味和健康。”李耀强说。

有研究表明，若在全国推广低钠盐替代普通盐，每年可减少大约45万心脑血管疾病患者死亡。

“推广低钠盐是世界各国减盐的重要措施。国内外多项研究证明，长期食用低钠盐具备广泛的可覆盖性和依从性，安全、可行。”李耀强进一步介绍称。

推广低钠盐 中盐在行动

普及科学用盐知识，推广低钠盐行动关乎国民健康，刻不容缓。中盐集团作为盐行业唯一的中央企业，主动肩负重任，通过多种方式倡导国民为健康更换食用低钠盐。

据了解，中盐集团把2022年确定为低钠盐推广年。多年以来，通过不断提升技术研发能力，中盐集团在新产品开发中贯彻“减钠”理念，通过合理添加改善口感等方式，推动食盐产品从“卫生标准”向“健康营养标准”提升，在科学标准和新型技术引领下，不断推出更加丰富的低钠盐产品。

目前，中盐集团已拥有绿色低钠盐、低钠海盐、绿色低钠湖盐、尚品低钠海盐、植物蛋白肽盐等多款低钠类产品，为消费者提供了更多选择。

2019年7月18日，中盐集团在“健康中国·我行动”启动仪式上，向全社会发出《合理用盐 维护健康》的倡议。

据了解，三年来，中盐集团一直践行承诺，持续在全国开展“小盐勺·大健康”公益宣传活动，组织发放1000万把2克限盐勺，进社区、进学校、进超市、进食堂宣传健康用盐知识，大力

推广低钠盐，在中盐产品的包装上加注限盐提示语，多种方式向社会传播科学用盐理念。

其实早在2009年，中盐集团就率先在北京推广低钠盐，并通过在产品包装中放置限量盐勺来推动居民“减盐减钠”，经过多年持续努力，北京消费者对低钠盐的认知度和接受度在全国位于前列。

为了进一步唤醒公众提高自觉减盐意识，从减盐知识、减盐态度、减盐行为三个维度量化评估我国居民减盐健康水平，传播低盐饮食知识，引导我国居民提升减盐意识，促进全社会共同关注并践行减盐行动，让更多人养成良好的健康生活方式。

据悉，这是我国减盐健康领域的首支指数，从减盐知识、减盐态度、减盐行为三个维度量化评估我国居民减盐健康水平，传播低盐饮食知识，引导我国居民提升减盐意识，促进全社会共同关注并践行减盐行动，让更多人养成良好的健康生活方式。

2021年12月31日，第二期减盐指数发布，结果显示，我国减盐健康指数稳步增长，2021年我国居民减盐健康指数为67.15点，与2020年相比上升0.88个百分点，减盐逐步成为健康生活的新选择。从重盐到清淡饮食，低钠减盐行动需要持之以恒。

(新华)

机构投资者频频调研科创板公司 电池等行业关注度高

科创板开市以来，就持续获得机构关注，约九成科创板公司接受过机构投资者调研。

从今年的情况来看，据Wind资讯数据统计，截至7月19日，364家科创板上市公司接待过机构调研，在科创板公司总数中占比超过八成，累计被调研5.32万家次，在A股机构调研家中占比30%。其中，半导体、医疗器械和电池三行业关注度位列前三。疫情影响、原材料涨价、供应链等成为机构调研关注的焦点。

“机构调研在一定程度上代表了市场追踪的热点，它们关注的往往是支柱性或者具有增长前景的行业或者企业。市场关注度较高的企业更容易受到投资者的关注与资金参与，因此，短期内有可能带来股价的波动。但是从长期来看，股价还是应该围绕其价值波动。”中国银行研究院博士后邱亦霖接受记者采访时表示。

3家科创板公司年内接待超千次机构调研

从行业来看，半导体、医疗器械和电池行业年内分别获得1.19万家次、

5244家次和5030家次机构调研。从公司来看，3家公司累计接待超千次机构调研，容百科技、高测股份和炬光科技分别接待1288家次、1206家次和1076家次机构调研。虽然3家公司获得关注度非常高，但是股价表现出现分化格局，截至7月19日，上述3家公司年内累计涨幅分别为31.7%、71.29%、-33%。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳对记者表示，目前，市场投资方向主要还是和科技智造相关，科创50指数正处于触底回升势头，比较适合机构布局。半导体和电池与当前最热门的新能源产业链相关，因此更容易受到追捧。医疗器械产业种类繁多且研究门槛较高，相较于其他热门板块资金更加集中，更容易成为机构重点关注的对象。

“半导体、医疗器械以及电池行业都是知识密集、资金密集的高技术行业，对国内宏观经济变动较为敏感，而且已经成为全球产业链的重要环节。在反映经济变动的同时，也受到相应行业全球产业链变动的影响。”邱亦霖表示。

从外资调研情况来看，半导体、自动化设备和医疗器械是外资机构调研

家次较高的行业，年内分别有968家次、470家次和360家次机构调研。外资关注度较高的公司是奥普特、君实生物、传音控股，这三家公司年内分别累计接待242家次、172家次和141家次外资机构调研。

“从个股来看，外资机构偏好调研规模大、业绩长期稳定向好的企业，因为这一类企业抗压和抗风险能力较强，规模大则为企业稳定性奠定基础。”陈雳表示。

从机构评级情况来看，Wind资讯数据显示，最近180天内，323家科创板公司被评级机构（绝大多数为券商）出具研报，6家科创板公司被超过30家评级机构关注。其中，金山办公和华熙生物分别获得44家、40家评级机构关注，推荐“增持”“买入”的机构分别有43家、39家。

原材料涨价等成为机构关注焦点

从机构调研所关注的问题来看，疫情影响、产能恢复、上游原材料涨价影响、供应链、研发产品的核心竞争力等都是机构普遍关注的问题。

如今年上半年，作为宁德时代三元

正极粉料第一供应商，容百科技6月底召开的业绩说明会上，上游资源价格变化的影响屡被机构问及。

对于半导体行业，机构较为关注疫情对公司生产经营的影响、产能、业务增长点和新研发产品的未来增长空间等；对于医疗器械行业，多家公司被问及医疗新基建对公司的影响，新产品、新技术的上市进度、行业领先度以及供应链是否稳定等。

从投资者角度来看，陈雳认为：“首先要重点关注上游原材料涨价影响。原材料价格的变动会直接影响企业的生产成本，特别是对资源依赖度较高的企业，受影响更大，估值也将有所下降。疫情影响也需要重点关注，一些企业的生存和产品运输受疫情影响较为严重，产能无法顺利释放，这将直接影响企业的盈利能力。”

邱亦霖表示，从微观层面看，企业掌握的先进技术、市场占有率、核心客户群体等都是重要的关注点，特别是对于半导体、医疗以及锂电池等知识密集型行业，企业自身的研发能力、新产品与新技术的能力是竞争力的关键。

(证券日报)

产业+美丽乡村建设 助推乡村振兴

河北省石家庄市鹿泉区：

本报讯（记者 姜永腾 □ 王娅卓 刘伊曼）近年来，河北省石家庄市鹿泉区坚持规划先行，以基础设施建设为重点，全力打造有规划、有产业、有主题、有特色、有形象的“五有”美丽乡村，为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化、促进城乡融合发展提供了有力支撑。

改善农村人居环境，建设美丽宜居乡村，是实施乡村振兴战略的一项重要任务。石家庄市鹿泉区石井乡天井沟村积极挖掘山村特色优势，拆建并举，打造美丽乡村，助力乡村振兴。

走进石家庄市鹿泉区天井沟村，道路宽敞整洁，房前屋后绿树掩映、鲜花盛开，放眼望去，一幅美丽乡村画卷徐徐展开。

通过美丽乡村建设，现在出行更方便了。天井沟村增加了100多盏太阳能路灯，方便村民夜间出行。通过此次美丽乡村整治行动，不仅提升了整体的村容村貌，更为美丽乡村建设提升腾出了更大的空间。

“现在天井沟已完成江水置换和污水管道工程，正在进行道路硬化。”天井沟村党支部书记、村委会主任何彦军说，“下一步，天井沟村将依托自身区位优势，挖掘村里民居特色，通过发展民宿旅游，走新时代乡村振兴的道路。目前已和6户签订合同，其中1户正在施工。”

鹿泉区白鹿泉乡水峪村地处太行山东麓，三面环山，泉水不绝，风景秀丽，这里古树巍巍、古街纵横，距今已有一千多年的历史，曾被确定为“千年古村——红石文化村”。

六月的水峪村，群山逶迤，树木葱茏，在正午阳光的照耀下，村落变得更为清澈整洁。“之前村子基本没人打理，基础设施落后，随意搭建的旱厕随处可见。”一直生活在水峪村的村民赵喜书说道。之前缺少规划的村庄环境十分恶劣，为使村庄变成“美丽家园”，水峪村在2018年与美丽乡村开始了最初的碰撞。

赵喜书说：“眼前这条柏油马路，过去狭窄泥泞，而且周围到处都是厕所、猪圈。经过这几年的乡村建设，人居环境有了很大改善，特别是村里通过硬化、美化、亮化、绿化、亮化，使村民的生活质量和精神面貌都有了很大提升。”

近年来，水峪村深入实施农村人居环境整治提升，依托石家庄市鹿泉区西部长青景区和中国传统古村落的资源优势，着力推进基础设施提升、基本公共服务升级，突出主体风貌塑造和历史文化挖掘，着力打造宜居宜业宜游美丽乡村。2020年，石家庄市鹿泉区白鹿泉乡水峪村入选省级美丽乡村。

如今山清水秀的水峪村，充分利用乡弦发源地传统文化优势，通过民宿产业和旅游业态，走上了新时代乡村振兴的道路。

水峪村党支部书记武凤娥说：“为进一步提升村容村貌，水峪村按照全域化、精细化、长效化思路，计划对村内河道进行整治提升，长度500米，投资90万元，现图纸已设计完毕。同时，建立健全农村人居环境长效机制，推行‘人居环境九九评分表’制度。组织党员代表、道德评判团代表、村民代表等组成积分评定小组，每个月不定期对农户‘门前三包’、美丽庭院建设等九大方面进行评分，充分发挥考核指挥棒作用，调动村民积极性，推动村容村貌再上新台阶。”

截至目前，石家庄市鹿泉区累计被认定为省级美丽乡村的村和社区达到72个，今年将对111个村进行省级标准美丽乡村创建和提升，力争达到省级美丽乡村标准。下一步，石家庄市鹿泉区将在72个省级美丽乡村和社区的经验基础上，细化工作措施，紧盯时间节点，进一步加大宣传力度，强化统筹协调，因地制宜，结合当地特色历史人文，打造“一村一景、一村一韵、一村一品”的特色品牌，构建点、线、片协同发展的美丽乡村新集群。

半年直播505万场 19亿人次观看

抖音直播成舞蹈新“舞台”

7月11日，《抖音舞蹈直播报告》（以下简称《报告》）发布。《报告》显示，2022年1月至6月，抖音平台3.6万名舞蹈主播累计直播9042万小时，带来505万场线上舞蹈演出，吸引19.9亿人次用户观看，其中70%主播获得收入。

《报告》统计，平均每场舞蹈直播吸引4889人次观看，广东、江苏、浙江、河南、山东等地的观众居多。近年来，线下演出受阻，舞团、舞者纷纷

走进直播间起舞。如今，不用走进剧院，观众通过抖音平台，不仅能看到古典舞、芭蕾舞的气韵神形，还能感受拉丁舞、国标舞的热情洋溢，更能跟随街舞主播学习流行舞步。中央芭蕾舞团、中央民族大学舞蹈学院、东方歌舞团、北京现代舞团、孔雀当代舞团等机构，都是观众喜爱的舞蹈“主播”。

每周直播的1.8万名主播，多来自成都、重庆、杭州、深圳、上海等地，他们与高艳津子、王亚彬等舞蹈家一同，为用户展现律动之美。曾在抖音发掘舞者的舞蹈家杨丽萍提到，借助直播，青年舞者展现才华，获得观众认可，这有助于舞蹈艺术的传承。目前，艺术家、艺术爱好者、大众在直播间分享舞蹈体验，已成常态。

为弘扬传统文化，传承中国舞艺术，近日，抖音直播发起云上舞者直播季活动，为舞者、舞团提供演出新“舞台”。此外，抖音直播联合民族传统艺术传承项目办公室共同发起“舞蹈传承计划”线上活动，该活动由黄豆豆、冯双白、罗斌、杨丽萍等舞蹈家担任“召集人”，抖音用户分享舞蹈视频即可参加，优质创作者将有机会参与线下采风学习、参演舞台演出。抖音方面表示，今后将继续用直播和短视频服务大众审美需求，促进舞蹈艺术交流。

(新文)

