



# 新茶飲行業開啟新年第一把火

1月2日,古茗、蜜雪冰城兩大新茶飲企業在港交所遞交招股說明書,開啟IPO之路。從規模體量來看,蜜雪冰城、古茗是新茶飲市場的冠軍,兩家同日遞表港交所,開啟了新茶飲行業新年的第一把火。

資料顯示,截至2023年底,古茗擁有門店數超過9000家。2023年,古茗門店售出現制飲品12億杯,GMV(商品銷售額)超過192億元;截至2023年9月30日,蜜雪冰城在全球擁有超過36000家門店,覆蓋中國及海外11個國家。2023年前九個月,其門店網絡共實現出杯量約58億杯,終端銷售額達到370億元。根據灼識諮詢的報告,蜜雪冰城是中國第一、全球第二的現制飲品企業。古茗亦是中國第二大現制茶飲企業。按截至2023年底的門店數量計,古茗是全球前五大大現制飲品企業。

中國連鎖經營協會新茶飲委員會發布的數據顯示,2023年全國新茶飲市場規模預計達1498億元,2025年市場規模有望突破2000億元,但國內競爭大,目前茶飲品牌都發力瞄準下沉市場和出海。

招股書稱,古茗創始人王雲安成長於營商氛圍中,對個體商戶有著深刻共情,也深悉加盟商的普遍訴求。古茗是中國第一個成立加盟商委員會的現制茶飲公司,以收集加盟商對潛在重大商業決策的意見。接下來,古



茗還將繼續投資幾個方面以推動進一步增長:擴張門店網絡,鞏固領先地位;加強技術以提高運營效率;繼續投資產品研發,優化並拓展產品矩陣;加強品牌建設和用戶運營;加強供應鏈能力。

截至2023年9月30日,蜜雪冰城已經在海外11個國家開設了約4000家門店,蜜雪冰城也是東南亞市場排名第一的現制茶飲品牌。中國食品產業分析師朱丹蓬表示,“隨著蜜雪等頭部企業綜合實力的不斷上升,出海是檢驗其供應鏈完整度和海外市場適應能力的一個好契機。未來,中國會有更多企業以全球市場為目標,實現更遠大的抱負。”

文/圖 顧立

## 阿里大模型掀起朋友圈跳舞潮

新年伊始,兵马俑、馬斯克以及各地網友跳科目三和網紅舞的視頻就陸續在國內社交媒體和朋友圈刷屏。值得注意的是,這些大約10秒的視頻都不是真人出鏡,均由大模型生成,這種低門檻的“跳舞”方式引發了網友的廣泛體驗,掀起了一波跳舞潮。



這是阿里雲通義千問APP上線的免費功能,在通義千問APP輸入“通義舞王”“全民舞王”等口令後,即可進入體驗頁面。用戶按照提示要求上傳照片後,十幾分鐘即可生成神形兼備的舞蹈視頻,生成的視頻能较好地保留原形象的面部表情、身材比例、服裝以及背景等特征。目前,通義千問首批為用戶提供了科目三、蒙古舞、划槳步、鬼步舞等12種熱門舞蹈模板。據悉,該功能背後的算法為阿里通義實驗室自研視頻生成模型Animate Any-one,是近期大模型領域最受歡迎的大模型算法之一。

## 性能手機新標杆一加Ace 3發布



1月4日,一加發布Ace系列新品一加Ace 3。作為2024開年之作,一加Ace 3搭載驍龍8Gen2+LPD-DR5X+UFS 4.0性能鐵三角、全球首發採用8T LTPO電路設計並支持“明眸護眼”的1.5K東方屏、配備同檔唯一5500mAh大電池+100W超級閃充的續航組合、選擇金屬中框和全新玻璃工藝;同時一加Ace 3擁有基於超算平台的旗艦同款性能調校、支持三大自研遊戲黑科技、繼承旗艦核心影像算法,軟硬結合打造性能手機新標杆,售價2599元起。

一加中國區總裁李杰表示:“一加Ace 3以全能姿態,將旗艦體驗普及帶到前所未有的高度,是一款滿足你既要、又要、還要全能性能手機。”

## 康養堂

甲流後接着中招乙流偶有發生

# 乙流和其他感冒有什麼區別? 怎麼治?

近日,國家流感中心發布的最新一期《流感監測週報》,統計顯示,乙流毒株占比出現了大幅的上升。

記者走訪了重慶中心城區多家醫院,近段時間,乙型流感病毒感染的患者比例確實有所增加,很多患者對於乙流都有些陌生,“都是流感,有啥子不一樣嗎?”

4日一早,重慶市婦幼保健院一樓的輸液大廳里,就已經有不少家長陪著孩子到這裡治療。

兒科門診內,家住渝北照母山附近的齊女士帶著正在發燒的女兒來看診,“一週前才出院,哪個曉得又開始發燒,又是燒不退。”看到女兒燒得發紅的臉,齊女士萬分焦急。

兒科主任李雪梅調出了孩子的病歷,看到上面寫著女孩一週前因甲流病毒混合感染入院治療的信息,又看了看孩子出院記錄,給孩子認真查體後,她對家長說,“做個乙流病毒檢測吧,可能感染了乙流病毒。”

“不可能不可能,流感上次出院前就檢查好了的,現在咋個也還有抗原呢?”齊女士連連摆手,“是不是上回沒好完?”李雪梅認真解釋,“甲流和乙流雖然都是流感,但是病毒是不一樣的,是有可能接連中招的。”

齊女士帶著孩子出門檢查,李雪梅又開始為下一位小患者問診。齊女士女兒的檢查結果當天上午出來了,確診乙流,孩子再度入院治療。

“這段時間,我們醫院接診的乙流患兒的比例確實明顯增加,不過像這種甲流好了接連中招的還是少數。”李雪梅回憶,雖然是少數,但近段時間也偶有發生。根據統計,重慶市婦幼保健院的乙型流感陽性檢出率從2023年10月的2%上升到了12月的20.79%。

## 問答

1 記者:甲流和乙流是什麼?它們有什麼區別?

李雪梅:甲流和乙流都是流行性感冒,只是感染的流感病毒類型不同。

乙型流感(簡稱乙流),是由乙型流感病毒引起的流行性感冒。甲型流感(簡稱甲流),是由甲型流感病毒引起的流行性感冒。典型的臨床症狀都是急起高熱、頭痛、肌痛、全身不適和輕度呼吸道症狀,乙型流感還可以出現惡心、嘔吐等消化道症狀也較常見。

兩者的抗病毒藥物主要都是奧司他韋和瑪巴洛沙韋,用藥區別不大。

2 記者:得了甲流短時間內還會感染乙流嗎?

李雪梅:會,家長不要以為患了甲流後就不再患乙流,其實不是這樣的,最近臨床發現患甲流痊愈後接著就出現乙流感染的孩子也不少。

3 記者:乙流和一般的感冒有什麼區別?症狀有哪些不同?

李雪梅:乙流與一般的感冒在多個方面存在顯著差異:  
1)致病微生物:乙流的致病微生物是乙型流感病毒;而普通感冒則大多由呼吸道合胞病毒、副流感病毒、鼻病毒引起,部分由細菌感染導致。

2)症狀:乙流起病急、症狀重,主要以全身症狀為主,如發熱以高熱為主、全身肌肉酸痛無力、頭痛等。部分患者可能出現惡心、嘔吐、腹瀉、咽痛、咳嗽等症狀。

一般的感冒症狀相對較輕,主要以鼻咽部症狀為主,如流鼻涕、打噴嚏、咳嗽等,較少出現高熱及全身症狀。

3)傳染性:乙流的傳染性相對較強,容易在家庭、學校、幼兒園等發生群體傳播;普通感冒的傳染性相對較弱,出現群體傳染的可能性較低。

4)治療:乙流可以應用奧司他韋、瑪巴洛沙韋這些特效抗病毒藥物進行針對性治療,同時用一些退熱藥物等改善症狀的藥物。普通感冒以對症處理為主,如退熱止咳,目前普通病毒性感冒無特效抗病毒藥,細菌性感冒可以加用抗生素。

4 記者:乙流什麼情況下可以在家治療,怎麼用藥?

李雪梅:乙流(乙型流感)可以在家中治療的情況包括:

1)症狀較輕:患者咳嗽、喉嚨痛不劇烈,無持續高熱等,沒有嚴重的呼吸困難或者身體虛弱等症狀。

2)自我護理能力:患者有一定的自我護理能力,能夠在家中按照醫生的建議進行治療和休息,不需要特別的護理和照顧。

用藥:在醫生的指導下使用抗病毒藥物(如奧司他韋)和其他對症藥物(如退熱藥、止咳藥等)。需要注意的是,抗病毒藥物最好在發病後48小時內開始使用,能更有效降低病毒的繁殖和傳播。

5 記者:乙流哪些情況需要儘快求醫?

李雪梅:以下幾種情況應儘快前往醫院就醫:

1)高熱:體溫持續高於39°C,並伴隨寒戰、頭痛等症狀。

2)嚴重咳嗽:咳嗽頻繁、劇烈,影響到日常生活。

3)呼吸困難:呼吸急促、困難,甚至出現口唇青紫等症狀。

4)胸痛:可能是流感併發症導致,如肺炎等。

5)嚴重乏力:感到極度疲勞,無法正常活動。

6)嚴重嘔吐、腹瀉:可能導致脫水、電解質紊亂。

7)其他症狀:如意識不清、抽搐、持續的喉嚨疼痛等。

如果你家寶寶的症狀較為嚴重,或者您無法確定自己的寶寶狀況是否需要就醫,請儘快聯繫醫生或前往醫院就診。

記者:孩子感染乙流後,可能同時感染其他呼吸道疾病嗎?乙流好後,短時間內還會復發嗎?

李雪梅:孩子感染乙流後,有可能同時感染其他呼吸道疾病。因為乙流病毒會影響人體的免疫系統,使身體虛弱,容易感染其他病原體。

乙型流感痊愈後有可能會復發:乙型流感的復發可能是由於病毒變異、免疫力下降等原因引起的。

新重慶-上游新聞記者 石亭

## Find X7 搭載自研潮汐架構

1月3日,OPPO宣布Find X7將搭載自研潮汐架構,以芯片級性能解決方案為旗艦芯片平台帶來刷新上限的極致能效表現。據悉,潮汐架構是OPPO自研的芯片軟硬融合技術的集合,為Find X7帶來了計算效率的大幅跨越。

## 麥當勞中國攜手菜鳥集團

1月4日,麥當勞中國與菜鳥集團簽署供應鏈數字化建設戰略合作協議。雙方將從射頻識別(RFID)項目起步,深入推進菜鳥RFID解決方案在麥當勞供應鏈的落地和實施,同時共同探索供應鏈數字化、自動化等方面的合作,提升供應鏈效率和溯源能力,改善顧客和員工體驗。

## 商湯科技推出元萝卜光翼燈

1月3日,商湯科技宣布“元萝卜SenseRobot”家族再添新品類,推出旗下智能台燈產品——元萝卜光翼燈。該產品主要面向學齡兒童,覆蓋書桌學習場景,护眼標準優於國家AA級認證指標等優勢,創新融合了領先的人工智能技術,實現AI糾正坐姿提醒、AI專注力檢測、AI光隨書動等特色智能功能。

## 58同城大數據解讀人才流動趨勢

近日,58同城發布2023年四季度人才流動趨勢大數據,動態展現招聘方和人才流向。從城市、職位、薪資等維度“把脈”人才需求,為實現人崗精準對接提供價值參考。數據顯示,普工職位招聘、求職活躍度雙高,深圳、成都、重慶展現出較強的“人才虹吸效應”。

## 星巴克中國推出金烘濃縮咖啡

1月3日起,星巴克在中國內地近7000家門店上新全新的核心濃縮咖啡——金烘濃縮。所有手工調制的濃縮咖啡飲品,都可以免費換成這款濃縮咖啡,顧客可進行客制化選擇,隨心煥新自己的摯愛飲品。

## 庫迪咖啡簽約王一博為品牌代言人

1月5日,庫迪咖啡官宣新生代頂流王一博成為品牌代言人,正式拉開咖啡市場新一輪品牌升級的序幕。1月3日,庫迪咖啡發布人機協作戰略,旨在通過門店員工和機器人的協作,達到客戶體驗和成本結構的最佳優化。