

学雷锋：七大主题活动等你来



▲“邻里守望”活动中，小区志愿者参与社区防控

本报讯(记者 戴濂 通讯员 龙建清 卢宇辉)推进“雷锋家乡学雷锋·文明株洲我先行”志愿服务活动，弘扬雷锋精神



主题一：“帮困扶弱”

市文明办介绍，志愿服务月活动将严格遵守常态化疫情防控要求，按照“就近就便、力所能及、贴近实际、贴近需求、简单易行、切实可行”的原则

务队和志愿者进社区、进农村、进敬老院和福利院，以空巢老人、留守儿童、优抚对象、残疾人、重病患者、特困学生、进城务工人员，特别是无劳动能力、无法定赡养、无经济来源的“三无”老人等困难群体为重点

主题二：“邻里守望”

“邻里守望”主题，将组织学雷锋志愿服务队和志愿者依托社区志愿服务平台，发挥文明家庭示范带动作用

舞蹈、曲艺、小品、健身等文体活动，提供心理疏导、医护保健、法律援助等志愿服务，促进居民相识、相知、相融

主题三：“移风易俗”

“移风易俗”主题，则主要针对农村铺张浪费、炫富攀比、大操大办、薄养厚葬等现象

题，深入开展移风易俗宣传教育和行为引导，大力倡导孝敬之风、节俭之风、自立之风。

主题四：“环境保护”

“环境保护”主题，将组织学雷锋志愿服务队和志愿者开展垃圾分类活动，深入街巷、公共场所，清洗乱涂乱画和“小广告”

充分利用“3·9”全国保护母亲河日、“3·12”植树节、“3·22”世界水日等时间节点，大力宣传阐释生态文明理念

主题五：“文明交通”

“文明交通”主题，将组织广大志愿者协助执勤交警开展疏导交通、维护交通秩序、劝阻不文明交通行为等服务

传折页，向广大市民普及及交通法规知识；在城市地铁、公共交通站点劝导乘客文明排队、有序下车，维护候车秩序。

主题六：“窗口形象”

“窗口形象”主题，将在医院、银行、邮局、电信、电力、税务、交通、工商等窗口单位，以便民利民为主题，开展形式多样的学雷锋志愿服务活动

化设施，可结合自身实际，建立志愿服务站点，搭建志愿服务平台，广泛吸收和组织志愿者参与讲解导览、公共教育、文化活动、信息咨询、环境秩序维护，为公众学习参观创造良好条件。

主题七：“网上学雷锋”

“网上学雷锋”主题，将充分利用微博、微信、抖音等新媒体，积极参加“2021，志愿有我”“家书传情”等网络文明传播活动

雷锋志愿服务团队中来。此外，3月5日当天，市文明办将联合相关部门在城市各区主要广场集中组织开展学雷锋志愿服务活动

2021年度城乡居民基本医保缴费期延长至3月31日

本报讯(记者 杨凌凌)3月1日，记者从市医保部门获悉，2021年度湖南城乡居民医保缴费延长至3月31日(此前为2月28日)

哪些人可以参加株洲城乡居民医保？除职工基本医疗保险应参保居民以外的其他所有城乡居民，具体包括：具有株洲市户籍的农村居民、城镇非从业居民；在株洲取得居住证的人员(含港澳台居民)；在校学生(含大、中、小学和幼儿园)。

2021年度城乡居民医保个人缴费标准为每人每年280元。

居民可足不出户通过湖南省税务局开发的“湘税社保”APP(或微信小程序)或湖南省税务局官网“湖南税务社保费网上缴费系统”缴费。还可凭身份证或医保手册到华融湘江银行、建设银行、中国银行、农业银行、工商银行、农村商业银行、长沙银行等银行株洲市各网点缴费。

市医保局相关负责人特别提醒，按照有关规定，城乡居民按年度一次性缴纳基本医疗保险费，未在规定缴费期内参保缴费的，原则上不得中途参保、享受医保待遇。

七一路沿线新增9个非机动车停车位



▲七一路沿线人行道修缮 通讯员供图

本报讯(记者 伍婧雯 通讯员 谢翊)非机动车在人行道上乱停乱放、压占盲道，不仅违反《株洲市城市综合管理条例》，更给居民正常通行带来不便。

“城市管理不能光靠堵、罚，一些停车需求量大，短期又难以大修大改的区域，我们得找一个折衷的办法。”昨日，芦淞区城管局有关负责人介绍，七一路就存在这一矛盾。为此，他们结合城市管理示范街创建工作，从上周起，对七一路沿线人行道进行修缮，修补破损的地砖，并将盲道移至靠近沿街门店的位置，同时在沿线施划非机动车停车位，缓解停车难。

昨日下午，记者在现场看到，整个改造工程已基本完工，七一路沿线新增了9个非机动车停车位。“初步估计每个点可停放10辆非机动车，总共可停放90辆。”该局有关负责人介绍。

下列证件声明作废

- 李嘉莹(父:李福江,母:郭英)遗失P430151140号出生证
- 夏辉辉遗失结婚证1区2楼23号门面的押金收据一张,金额8000元
- 杨芊雅(父:杨生国,母:刘霜秀)遗失O431107285号出生证
- 杨芊惠(父:杨生国,母:刘霜秀)遗失O431107286号出生证
- 骆林刚遗失湘军B006980号残疾军人证
- 谢海军遗失南大门市场3期2楼289号门面的1310152号押金发票和1310153号合同违约保证金发票
- 天元区湘味源饭店遗失92430211MA4RNHRJ8T号营业执照副本和JY24302110311169号食品经营许可证副本
- 郭立新、倪小玲遗失30004196号湖南省株洲市地方税务局预收款专用凭据
- 金城半岛6栋405房周慧遗失60109880号湖南省株洲市地方税务局预收款专用凭据,金额164049元

广告接待热线 200011111

年入7600万！她们坐拥百万粉丝却“不是人”

网红少女Lil Miquela,有着可爱雀斑,长期定居在洛杉矶,是一位拥有西班牙裔、巴西裔和美国血统的模特及音乐人。不过你可能不知道,Lil Miquela不是人,而是一个利用计算机技术人工创造出来的虚拟网红。

虚拟偶像“阿喜”

明亮的眼睛、柳叶般细长的眉毛、坚挺的鼻梁,生气时微微皱起的眉头,还有随风扬起的蓬松头发……新晋虚拟网红“阿喜”有着几十万的粉丝。虽然只发布了7个短视频,但每条视频播放量都能达到400多万。

阿喜的设计师Jesse是一名CG导演。CG,是Computer Graphics的英文缩写,也叫计算机动画。阿喜,就是Jesse通过计算机技术创作而成的虚拟人物。

“我想做一个虚拟偶像。”Jesse告诉记者,阿喜的定位不是像一般网红那样秀身材,也不是跳舞,她吸引人的应该是那种能够治愈人的感觉。2020年6月,Jesse开始着手阿喜的设计,前后花费4个月的时间终于完成了这个角色。据后台数据显示,75%喜欢阿喜的人是女性,年龄在18-23岁之间。

有过《寻龙诀》等电影CG制作、有着十多年从业经验的Jesse透露,目前虽然有很多企业来找过他,希望能让阿喜作为企业的代言人做一些营销,不过他都还在考虑阶段。现在没有商业计划,未来的走向还有待规划,阿喜未来或将商业化。Jesse说:“今后应该会结合阿喜的特点,为她融入自己的才能、风格,再参与一些演唱会表演才艺,或者参加一些动画片或电影等虚拟影视作品。”

虚拟网红年入7600万

说起虚拟网红的兴起,Jesse告诉记者,大约是在2000年后的日本。那时,CG技术在日本日渐成熟,随之而来的便是虚拟偶像的兴起,比如很多人听说过的3D初音未来。2015年左右,国内CG产业慢慢成熟,虚拟偶像或者虚拟网红这才慢慢萌芽。

在全球范围内,其实已经有混得风生水起的虚拟网红,比如一位名叫Lil Miquela的19岁混血女孩。在网上,她被设定为一位有着可爱雀斑,长期定居在洛杉矶,拥有西班牙裔、巴西裔和美国血统的虚拟模特及音乐人。

看她在社交媒体发的动态,你想象不到这是一个现实生活中不存在的人。她的个人生活非常丰富,无论是社交、拍摄、广告代言等等一个都不落下,影响力堪比真人网红。你是否以为像这种“虚拟网红”是没有感情,没有朋友的?那就错了! Lil Miquela不仅有着自己的真人朋友,还有跟她一样是虚拟创造的朋友甚至男朋友……

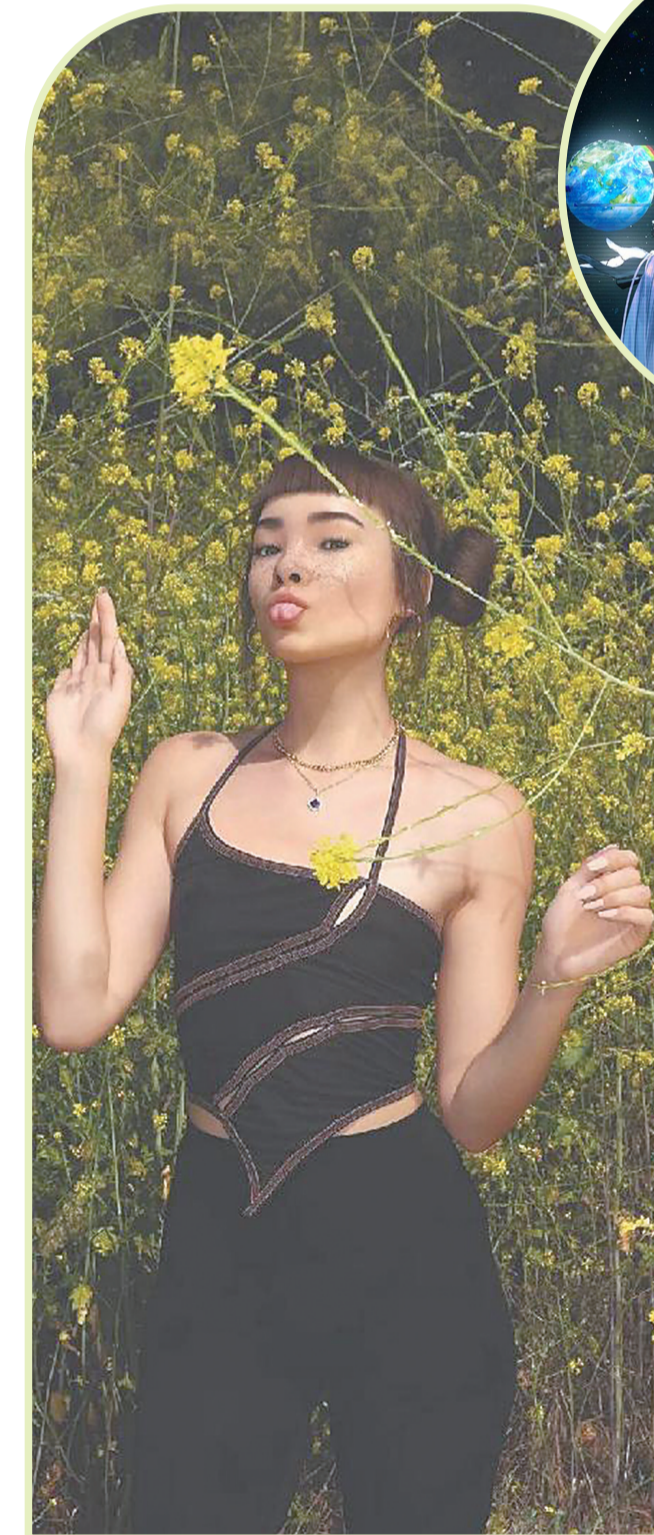
Lil Miquela有多火?最直观的数据就是ins上有200多万人关注她。她还曾与特朗普、Rihanna一同入选《时代》年度“网络最具影响力人士”的榜单。央视网2021年1月30日还曾报道,Lil Miquela在2019年的收入折合人民币大约为7600万!

国内虚拟网红现在有多火

除了Lil Miquela,又比如被称作全球第一个的虚拟超模Shudu,又如2021年春晚,第一个登上央视舞台的虚拟歌手洛天依,他们都是虚拟偶像。作为中国第一个虚拟歌姬,洛天依于2012年正式出道。此后,国内虚拟偶像也从虚拟歌姬慢慢衍生,出现了具有直播带货、当主播等功能的虚拟网红。

在直播带货方面,因受到疫情影响,虚拟网红也加入到其中。去年5月,洛天依亮相直播,在线观看人数一度高达270万,近200万人打赏互动。当然,它们的带货能力也不容小看。洛天依并不是第一个试水直播带货的虚拟偶像。据媒体报道,虚拟网红“我是白吃”在2020年4月8日的抖音直播中,销售额达到866.9万元,累计观看数突破109万。

根据爱奇艺《2019年虚拟偶像观察报告》,我国二次元用户规模已从2017年的3.1亿增长至2019年的3.9亿。用户基数持续扩大,虚拟偶像的想象空间也随之扩张。95后至05后二次元用户渗透率达64%。处在产业链上的各类公司超过百家。哔哩哔哩监测数据显示,2020年初至今,Bilibili上每个月约有4000多个虚拟主播开播,过去半年的月均增速都在100%以上。



▲网红少女Lil Miquela



▲洛天依

虚拟网红的前景

虚拟网红或者说虚拟偶像的前景究竟有多大?知名IT产业时评人张书乐认为,作为二次元领域的一个代表,虚拟偶像其实是一个垂直类市场。当然,Z世代(泛指受到互联网、即时通讯、短讯、MP3、智能手机和平板电脑等科技产物影响很大的一代人)用户这个体量本身就足够巨大,因此前景或者说“钱”景极大。此前日本的初音未来所创造的受益,堪比天王巨星,且是跨国界的。

同时,还不止是演艺收益,其还可以进入到衍生链条中,如偶像周边产品,参与影视作品或成为主题公园的关键要素,都能够带来更大的市场价值。

不过就国内而言,新兴的虚拟偶像和虚拟主播们能否从激烈的竞争中突出重围打开市场?

作为在CG行业摸爬滚打十多年的资深人士,Jesse认为对于普通大众来说,虚拟网红还是比较新鲜的事物。“不过在一个行业刚萌发时,仅仅依靠新鲜感来存在是不靠谱的,还是要进行规划。”Jesse认为,对观众来讲,我喜欢她(虚拟网红)有什么意义有什么价值,是娱乐性或是体验感还是其他,这些是最值得去思考的问题。

(据成都商报)