

宗馥莉接任娃哈哈电商执行董事

据国家企业信用信息公示系统显示，杭州娃哈哈电子商务有限公司发生工商变更，宗庆后卸任法定代表人、执行董事、经理，由其女儿宗馥莉接任。目前，宗馥莉已在上百家企业任职，其中多数为娃哈哈集团下属公司。

杭州娃哈哈电子商务有限公司成立于2020年3月，注册资本2亿人民币，经营范围含食品销售、食品互联网销售、互联网信息服务、普通货物仓储服务、农副产品销售等，由娃哈哈商业股份有限公司全资持股。

宗馥莉1982年1月出生于浙江杭州，为杭州娃哈哈集团创始人宗庆后之女，现任杭州宏胜饮料集团有限公司总裁、娃哈哈集团副董事长兼总经理、浙江省工商联副主席。

天眼查App显示，近年来，宗馥莉已陆续担任多家娃哈哈集团下属企业职务。目前，宗馥莉名下共关联上百家企业，其中91家为存续状态，包括杭州娃哈哈电子商务有限公司、杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司、宏胜饮料集团有限公司等，多为娃哈哈集团旗下公司。在上述存续企业中，宗馥莉共担任6家企业法定代表人，持有浙江恒枫投资有限公司、宁波瑾汇投资管理有限公司、丽水瑾汇股权投资合伙企业(有限合伙)3家企业股份，并在80余家企业担任董事长、董事、执行董事等高管职务。

从娃哈哈到宏胜，再到娃哈哈，这些年，大众对于宗馥莉的一举一动非常关心。与此同时，宗馥莉几乎婉拒了所有媒体的采访，她说，自己是一个没有什么社交的人，每天除了上班就是下班回家宅着。不过，在员工们眼中，她很拼，日日早出晚归，事事格外上心。

此前，宗庆后曾在访谈节目中表示，对宗馥莉在娃哈哈集团的表现可以打90分。2019年5月27日，娃哈哈老板宗庆后之女宗馥莉在人民日报《问道》栏目中称，自己和父亲的相处模式和普通父女没什么区别，也会吵架发脾气。对于“富二代”标签，她说不知道这个词怎么来的，这个群体也只是普通人。

入行20载，也从平凡做起

事实上，宗馥莉进入饮料行业已经有20年了。2004年，宗馥莉留学归来，进入了自家的公司。许多人不知道，宗馥莉并没有直接以少东家的身份进入决策层，而是像其他新人一样，就职于一个企业中层干部助理的平凡岗位。直到2007年，25岁的宗馥莉与父亲达成“父亲不过问，女儿不求助”的共识后，着手按照自己规划的愿景拓展“新领域”——宏胜饮料集团。按照外人的理解，这是一份宗庆后安排妥当的事业，实则不然！起初，这家传统作坊，只有一条饮料灌装线。宗馥莉说：“我爸算是我的天使投资人。”彼时，宗庆后给了她1000万美元的第一桶金，之后从谈判买地，到生产线采购，安装调试，以及所有产品，宗馥莉一脚一拳去开拓。虎父无犬女，在新帅治下，宏胜饮料规模成长迅速，形成了一个食品饮料行业一站式解决方案——食源配料研发、高端装备制造、饮料灌装生产、包装印刷、物流仓储、品牌营销等食品饮料行业全链路。2022年底，浙商制造业百强榜发布，宏胜饮料以营业收入104.2亿元、净利润14.7亿元上榜。很多人这才发现，宏胜饮料悄悄成长，营收已有百亿规模。

自称从未交过男朋友，原因家里太有钱

42岁的宗馥莉在事业上已经很成功，但一直单身，其婚恋状况也备受关注。在公开报道中，宗馥莉在2013年《嘉人》杂志的专访中曾提过“我从来没有交过男朋友”，据记者描述，理由是“家里太有钱了，后果之一就是难以分辨追求者的动机，似乎每个接近她的人都想和她谈生意。”2019年，在新浪财经《至少一个小时》节目中，宗馥莉也曾谈及婚恋观，她表示：“我是摩羯座的，我比较务实。遇到就遇到了，遇不到就算了呗，随缘。”此后，未见有公开报道提及这个话题。



2022年，号称“义乌第一网红”的32岁男子杨某曾在网络上公开向宗馥莉求婚，这类炒作自然也没有得到任何回应。此外，2020年曾传闻宗馥莉被拍到与王思聪到日本旅游以及已经赴美秘密结婚生子等，都未得本人以及娃哈哈集团的回应。对于未来女婿的要求，其实宗庆后生前也有在节目公开表达过。

“人好一点就可以，正派一点，能干一点就行”的相关表述，来自于湖南卫视一档谈话类节目《背后的故事》在2011年对宗庆后的采访，当时不是主动招婿，只是回答主持人的问题。他当时直言，自己最开始的时候也是种田的、卖棒冰的，女婿能干点、正派点也是可以发展起来的。

本报综合消息

2024年中国航天预计实施100次左右发射任务

新华社北京2月26日电(记者胡喆 宋晨)中国航天全年预计实施100次左右发射任务，有望创造新的纪录，我国首个商业航天发射场将迎来首次发射任务，多个卫星星座将加速组网建设；中国航天科技集团有限公司计划安排近70次宇航发射任务，发射290余个航天器，实施一系列重大工程任务。

2月26日，航天科技集团在京发布《中国航天科技活动蓝皮书(2023年)》并介绍2024年宇航任务整体情况，这是记者从会上了解到的信息。

据悉，2024年，航天科技集团计划安排近70次宇航发射任务，发射290余个航天器，实施一系列重大工程任务：完成长征六号丙运载火箭和长征十二号运载火箭首飞任务；空间站进入常态化运营模式，年内完成2次货运飞船、2次载人飞船发射任务和2次返回任务；推进探月四期工程，发射鹊桥二号中继星、嫦娥六号探测器，实现世界首次月球背面南极采样返回；发射海洋盐度探测卫星、电磁监测卫星02星、中法天文卫星、实践十九号等多颗民用卫星，满足各行业用户应用需求；加速推进建设航天科技集团“新一代商业遥感卫星系统”。

2024年，航天科技集团研制任务持续保持高强度，将全面推进载人月球探测工程、深空探测工程，持续推动新一代近地载人飞船、嫦娥七号、天问二号、静止轨道微波探测卫星等为代表的200多颗航天器研制工作，开展230余发运载火箭组批投产，完成多项商业航天和整星出口合同履约工作。

据介绍，航天科技集团还将完成多次商业发射任务，并将公开对外发布运载余量信息，向商业用户提供发射和搭载机会，为各类客户提供快速、稳定、可靠的“一站式”发射服务。面向国家重大战略和经济社会发展需要，实现北斗应用向系统集成和增值服务延伸，发挥集团公司天地一体化优势和卫星通信、导航、遥感综合应用优势，不断将卫星应用融入新兴领域，支持重点区域经济发展。

此外，蓝皮书显示，中国航天2023年实施67次发射任务，位列世界第二，研制发射221个航天器，发射次数及航天器数量刷新中国最高纪录，其中长征系列运载火箭47次发射全部成功，累计发射突破500次，其他商业火箭发射20次。

“春节三亚‘返程难’”“傅园慧包车遭勒索”，被中消协点名

2月26日，中消协发布2024年春节消费维权舆情分析报告，监测发现，2024年春节期间消费者吐槽主要集中在交通出行、景区旅游、文化娱乐、消费服务等方面，海南三亚“返程难”、傅园慧称包车被勒索等事件被点名。

报告指出，监测期间，有关“交通出行”负面信息共413303条，占吐槽类信息的30.28%，日均4.1万条，峰值出现在返程高峰时段，18日达7.6万条。春节假期出行需求增长，火车票、机票供需失衡，价格波动明显。海南三亚因地理、天气等原因，“返程难”引发热议，此外列车超员问题再次出现。

中消协提到，此次春节，运力紧张的现象在哈尔滨、海南等多个热门旅游城市出现，海南尤为突出。数百万游客陆续涌入海南，对海南的交通运输服务能力提出了新的挑战。除出岛交通运力不足、管理疏导方式待优化等制约了人员的快速流动。

“旺季‘离岛难’”，既是对当地政府治理能力的考验，也为民航、铁路、港口管理机制提出了更高要求。”中消协认为，此外，在合理增加运力的同时，票务价格监管也需加大力度。

另外，春节期间，“傅园慧称包车被勒索”等事件也引发公众广泛讨论。中消协表示，此次“傅园慧被勒索”事件的火速解决，同“一家五口云南旅游同导游产生纠纷提前结束行程”形成鲜明对比，消费者产生强烈的“角色代入感”，最终形成了“假如不是傅园慧呢？”的社会关切。

中消协进一步指出，出行被宰自认倒霉、年夜饭只有固定套餐、美甲含隐性消费、电影票节日必涨价等“司空见惯”的问题值得重新正视起来，地方监管部门需下猛药，加强从业人员的“他律”，提升从业人员“自律”意识，实现市场规范和净化，让普通消费者能够舒心、安心、放心消费，不必成为傅园慧才可获得同等待遇。

本报综合消息

中方在黄岩岛潟湖入口处放置屏障？外交部：不得不采取必要措施

外交部发言人毛宁2月26日表示，菲律宾方面近来在黄岩岛海域采取一系列侵犯中国主权的行径，中方不得不采取必要措施。

当日例行记者会上，有记者问：媒体报道和卫星图像显示，中方近期在黄岩岛的潟湖入口处再次放置屏障。你能否证实？放置屏障目的为何？屏障是否可能成为永久固定设施？

毛宁表示，黄岩岛是中国固有领土。“近来，菲律宾方面在黄岩岛海域采取一系列侵犯中国主权的行径，中方不得不采取必要措施，坚定维护自身领土主权和海洋权益。”

新华社电

警惕！相亲直播暗藏陷阱

短视频平台上的相亲直播间悄然兴起，一些“红娘主播”长期在直播间为适婚男女举办线上相亲直播会，成为网友热议的相亲新模式。这一相亲模式具备良好的发展趋势和拓展空间，但目前也存在少数主播诱导相亲嘉宾“刷礼物”、嘉宾身份造假、遭遇诈骗后维权难等情况。监管部门和平台应进一步完善直播相亲活动的规则，明晰各方的权利和义务，给相亲参与者营造更加诚信、公平、安全的相亲服务环境。

“直播相亲”沦为“相亲陷阱”

“直播相亲”，是指“红娘主播”开一个直播间，嘉宾轮番开音频或视频见面，因便捷、高效、选择范围更广，这种线上相亲方式受到许多年轻人关注。但是，当前有一些相亲直播间串通个别嘉宾一唱一和，以“相亲交友”的名义不断欺骗其他嘉宾刷礼物，导致前来择偶的嘉宾不但没能觅得良缘，反倒蒙受了财产损失。

设置套路“请君入瓮”，诱导男嘉宾冲动消费。记者蹲守相亲直播间发现，通常而言，女性在直播间里有一定的自主选择空间，而男性大多是被动的等待者。因此，主播会抓住男嘉宾急于婚恋的心理，诱导男嘉宾“刷礼物”，助力自己心仪的女嘉宾留下来和自己“连麦”，从打招呼、表白到交换联系方式都要刷礼物，男嘉宾在不知不觉中陷入“相亲陷阱”。

打着“网络相亲”的幌子实施诈骗。“红娘主播”和相亲女嘉宾联手诱导男嘉宾不断刷礼物，男嘉宾花费数万元获得女嘉宾的联系方式后却惨遭拉黑。还有不少诈骗分子瞄准直播相亲嘉宾这一群体，通过伪造个人信息的方式实施精准诈骗。以“相亲直播”“诈骗”为关键词在中国裁判文书网上搜索发现，相关案例多达23起。2022年5月，甘肃省“00后”女性胡某在某短视频平台的相亲直播间虚构个人相亲信息，吸引单身男士添加好友，诈骗钱财6万多元，后被判处有期徒刑6年。

“网红”客串相亲女嘉宾，吸引流量圈钱带货。在相亲直播间里，经常能发现“美女嘉宾”的身影，她们大都容貌姣好，条件俱佳，引得男嘉宾纷纷刷礼物博好感，而点开这些女嘉宾的个人主页，发现她们都是小有名气的“网红”博主，以带货为主业。以直播相亲为噱头，这些“带货主播”们不断吸引着关注和流量。但是，由于并未涉及直接的财产纠纷，很难认定此类女嘉宾存在法律过错。

监管治理亟待补齐

业内专家认为，直播相亲出现一系列乱象，背后凸显出平台对相亲直播间的监管存在漏洞。平台规则设计诱导消费。记者发现，在大部分相亲直播间里，女嘉宾的数量明显少于男嘉宾，经常出现“一对多”的相亲模式，即一个女嘉宾和多位男嘉宾同时相亲。男嘉宾只有不断“刷礼物”战胜竞争对手，才能拿到女嘉宾的联系方式。这些礼物最终大部分都落到平台手中，只有部分真正能够进到主播乃至女嘉宾的口袋里。相关平台为了自己的抽成和流量，会对“主播诱导消费”行为睁一只眼闭一只眼。

个人相亲信息真假难辨。直播相亲具有一定的自发性，相亲嘉宾主动上传个人信息，其中掺了多少“水分”很难知晓。在缘分一线牵的网络上，“红娘主播”只能对姓名、学历等基础信息进行审核。对此，北京市盈科(呼和浩特)律师事务所律师乌日罕表示，现有法律规定没有直接要求平台或主播审核相亲嘉宾的个人信息，但是国家网信办发布的《互联网直播服务管理规定》第七条第一款中含有“互联网直播服务提供者应当落实主体责任”“健全信息审核”等内容，所以平台应当对相亲嘉宾的个人信息负有审核义务。

新华社电