

每周舆情播报

1 51751 热度

中国佛教协会对释永信戒牒予以注销(央视新闻)

7月28日,中国佛教协会发布公告:中国佛教协会坚决拥护和支持对释永信的依法处理决定。日前,中国佛教协会收到河南省佛教协会报来《关于注销释永信戒牒的报告》。根据有关规定,同意对释永信(俗名:刘应成)的戒牒予以注销。

2 26345 热度

哀牢山发现7株“冥界之花”(红星新闻)

四川昆虫学家赵力在云南哀牢山原始森林考察期间,意外发现7株罕见的水晶兰,该植物通体洁白,依赖腐烂有机物生存,因生长环境幽暗且每年仅露地40余天,被称作“冥界之花”或“幽灵草”。

3 11931 热度

上海已转移安置超28万人(央视财经)

上海中心气象台7月30日12时00分更新暴雨黄色为暴雨橙色预警信号:预计未来24小时内上海大部地区6小时累计降水量将达100毫米以上。上海市防汛指挥部决定同步将全市防汛防台Ⅲ级响应行动更新为全市防汛防台Ⅱ级响应行动。

4 10804 热度

成人安抚奶嘴走红 月销量破千(光明网)

5 9542 热度

多所高校宣布延长研究生学制(第一财经)

6 8862 热度

银行存了35万元,取款时被清零(荔枝新闻)

7 8630 热度

男子冒充女性求职者造黄谣被刑拘(中国新闻周刊)

8 7554 热度

网信办整治自媒体发布不实信息乱象(央视新闻)

◎热点舆情

舆情概述

2025年7月16日,上海市第三中级人民法院发布破产审查公告,钟薛高食品(上海)有限公司因“不能清偿到期债务且资产不足以清偿全部债务”,被债权人上海臻料贸易有限公司申请破产审查。这一消息瞬间引发各界广泛关注。

2018年3月,林盛在上海创立了雪糕新品牌“钟薛高”;2018年,钟薛高新品“厄瓜多尔粉钻”横空出世,定价66元一支,在“双十一”活动中15小时内售出2万支。这一事件让钟薛高品牌知名度飙升的同时更奠定了其高端雪糕的品牌定位。

2022年为舆情危机与信任崩塌的关键年。2022年夏,“雪糕刺客”一词走红;2022年6月,钟薛高在31℃室温下放一小时不化的视频引发轩然大波。

2023年至2024年企业财务、经营、法律问题集中爆发且严峻,钟薛高面临欠薪、纠纷起诉与股权冻结、限制高消费等问题。

在自救之路中,钟薛高战略调整与危机应对均失败。

舆情概述

近日,武汉大学大二医学生孙毅杰乘坐从武汉飞往新疆的航班时,听到机上紧急寻医广播,立即前往查看情况。他发现一名20多岁的女生靠在座椅上,脸色苍白、双手颤抖,自述头晕、手指发麻、呼吸困难、脉搏细弱,且有晕厥史。孙毅杰对其进行了基本的体格检查,通过简单仪器设备测量血压、血氧饱和度,随后让女生吸氧、平卧,女生情况逐渐好转。几天后,孙毅杰回访得知女生情况稳定,对方还表示要送锦旗以示感谢。

大量网友称赞孙毅杰见义勇为,展现了医者仁心,是年轻人的榜样。然而,也有部分网友质疑他临床知识匮乏、没有执业资格,不应擅自开展救助。一时间,相关话题登上热搜。

钟薛高被申请破产审查

舆论观点

今日头条-环球网

从“雪糕刺客”到破产清算,钟薛高的故事警示着,即使拥有成功的营销和短暂的辉煌,若缺乏持续的创新、对品质的坚守和对市场风险的敬畏,再火热的品牌也可能迅速冷却,最终“一地鸡毛”。

今日头条-大众日报

在理性消费时代,唯有清晰定位、实在品质、回应需求,才能避免成为市场夹心饼干。靠概念炒作的虚假繁荣,终将在市场浪潮中被淘汰,只有坚守价值创造,企业才能在激烈竞争中立于不败之地。

搜狐网-每日经济新闻

公司资金链紧张,破产风险加大,需关注后续法律程序对公司运营和债权人利益的影响。

食品评论日记

在业内人士看来,钟薛高的跌落并非单纯的产品失败,而是消费市场从狂热回归理性的写照。没有永恒的神坛,只有持续的价值创造。市场可以接受高端产品,但不能仅仅依靠价格来营造虚无的奢侈品。对于新消费品牌而言,如何在热度退去后守住产品核心价值和基本盘,或许比登上神坛更具挑战。

中国食品产业分析师——朱丹蓬

中国冰淇淋市场正处于高速发展、增长和扩容阶段,常年化销售趋势明显,女性消费群体扩大。品牌需加快创新升级与迭代的速度和质量,兼顾质价比与性价比,这是市场成功的关键。

武大医学生飞机上救人为何引质疑?

舆论观点

北京晚报

近些年,善行被恶意曲解的例子不在少数。冷冰冰的质疑,让见义勇为者寒心,刺伤温暖的援手。虽然无端质疑不会困住见义勇为者的脚步,但做好事反遭非议的怪事也不容再次发生,否则最终受伤的是社会风气,更是每一个人。

正观新闻

如果因为“还没拿到执业证”就否定施救者出手价值,会打消年轻人的积极性、责任感。用模糊的“资格论”苛责救人者,不仅违背法律精神,更会寒了无数想伸出援手者的心。

南方都市报

尽管民法典中明文规定,因自愿实施紧急救助行为造成受助人损害的,救助人不承担民事责任,但具体实践上,若出现施救失误惹上官司,施救者为善举所要承担的法律成本与舆论风险都是切实存在的。

南方日报

“救还是不救”从来不是一个问题,真正的问题是要进一步提升公众紧急救助能力,更要为救助行为提供完善的容错保障。

极目新闻

紧急救助免责条款是构建“敢救、愿救”社会的重要基石,是对电光石火之间决定行善举者的兜底保障,但在现实中,似乎还有明显不足。在急救的“黄金时间”,也应该拥有更能让施救者“后顾之忧”的制度性保障。