

记者调查

复古相机席卷而来 过时 CCD 相机成“网红”

□ 本报记者 李艳 文/图

当摄影师丹丹把自己用二手胶片机拍摄的图片发布在小红书上后,很快,评论里有人问她:“是用胶片相机拍的吗?”对于丹丹而言,从大学爱上摄影的那一刻起,摄影的意义就是“把过去留到未来”。三年前,大学毕业的她正式从事摄影行业,成为了一名摄影师。

近两年,复古风潮席卷而来,再次刮向了年轻人。那些当废品卖掉的 CCD 相机又重新成为潮流,因粗颗粒的影像质感、无法预测的色彩和每次按下快门的仪式感戳中了当下无数年轻人,从而被追捧爆火出圈。

CCD 的全称是 Charge Coupled Device,即电荷耦合器件,是一种感光元件。它能将收集到的光线,以电信号的形式储存在相机之内,然后再通过相机内的其他元件转译为图片格式。

近日,记者来到成都五块石旧货市场,市场内,有多家出售 CCD 相机的店铺。“其实 CCD 相机早在两年前就受到了年轻人的关注,不过最近一年在各种社交平台账号的曝光下,CCD 相机便迅速走红,价格也“水涨船高”。”店主谢女士告诉记者。

记者看到,在不到 15 平方米的店铺里,不同种类的相机随意地被摆在玻璃柜中。两名顾客正在挑选、试拍,店主谢女士耐心地向顾客介绍相机功能。“CCD 相机我卖了很多,市场上有一些稀缺型号比较抢手,一般的机型价格多在两百以上。产品的性能好,不摔坏不进水基本能用个二三十年。”谢女士拿出一款松下

并展示成相效果。

“一两年

成都市民杨小姐前不久入手了一台松下的 CCD 相机,颜值高、小巧、油画感、胶片感成为了她选择该款相机的原因。而这些特性,恰巧成为大部分年轻人尤其是女孩购买的主要原因。杨女士认为,CCD 相机再度走红,是当下年轻人的需求所致。手机的镜头多是平光、非广角,颜色对比往往不鲜明,一放大就模糊。相比之下,部分胶片机和 CCD 相机拍摄的照片放大了也不模糊。

店里的顾客在琳琅满目的 CCD 相机中挑挑选选,测试机器是否可以正常运行。“我们是看网上的攻略来的,这是我们第一次买 CCD 相机。”顾客钟小姐告诉记者,她们关注 CCD 相机很久了,看到网上别人拍出的图片一直很心动,很喜欢这种“氛围感”。

谈到对相机的了解程度,钟小姐说:“也不是专业玩这个的,就是为了拍点好看的照片。就是看别人发的小红书推荐,再对比不同型号的相机拍出来的效果,选个喜欢的、性价比高点的。”

除了相机按下快门的仪式感,当下大多数年轻人被 CCD 相机吸引的另一个重要原因是不用 P 图。“我和我身边的朋友,每次拍完照都得 P 一下图片,即使是张风景图,都



要选好半天滤镜。”与精修相比,CCD 相机带给钟小姐的直观感受是自带复古滤镜,质感、色彩都不是通过修图软件能够达到的,甚至有的时候拍糊了的废片都自带氛围感。

除了线下二手市场销售火爆,线上 CCD 交易市场也很热闹。记者注意到,在网络平台上,CCD 相机价格普遍在 100 元至 600 元不等。在闲鱼等二手交易平台上,存在两类卖家,一类是非职业卖家,卖 CCD 多半是为了处理闲置;另一类是职业卖家,他们通过各种渠道搜集各式各样的 CCD,再在小红书、知乎等平台上发布“种草帖”,将顾客吸引到闲鱼上进行交易。

日前,京东消费及产业发展研究院发布的《2022 摄影摄像消费趋

势报告》中提到,最近一股复古风潮袭来,胶片机、CCD 这些带有“复古”标签的相机“爆火出圈”。京东销售情况显示,2022 年上半年 CCD 相机销量同比增长 15 倍,胶片相机的销量同比增长 105%。其中,Z 世代购买 CCD 相机的量同比增长达到 20 倍。

这场复古风潮能持续多久?摄影师丹丹认为,图片的价值在于图片的内容,而不在于相机的型号。对于一个影像创作者来说,不管是 CCD 或者是胶片、拍立得,它只是一种工具,只要内容好,即便过了很多年,它依然还是一张有价值的好照片。她坦言,如果因为网上的炒作就去盲目崇拜并购买 CCD 相机,其实是毫无必要的。

四川国家级中小企业 特色产业集群入围第一梯队

□ 本报记者 赵蝶

近日,工业和信息化部公布了第一批国家级中小企业特色产业集群名单,四川省成都市青羊区航空配套产业集群、射洪市锂电材料产业集群、成都市武侯区微波射频产业集群、广汉市油气钻采装备制造产业集群、绵阳市涪城区连接器产业集群入围。

据悉,第一批国家级中小企业特色产业集群共 100 个,四川、广东、江苏、上海等省(市)各有 5 个集群入围,居第一梯队。中小企业特色产业集群立足细分行业

领域,助力中小企业资源对接、要素整合,有针对性进行固链强链补链,带动中小企业集聚、成链发展,对增强产业链稳定性和经济韧性,促进县域经济健康发展发挥了重要作用。

下一步,四川省将加大中小企业特色产业集群培育力度,整合资源支持国家级、省级集群做大做强主导产业,增强集群创新活力和产业链关键环节协作配套能力,带动全省中小企业整体发展质量和水平快速提升。



德阳市推出新春促消费活动 “真金白银”“红包雨” 点燃城市“烟火气”

本报讯(记者 高明山 李鹏飞 文/图)近日,记者从“安逸春节·好耍德阳”2023 新春文旅活动新闻发布会上获悉,为迅速掀起迎新新春促消费热潮,四川德阳市推出“安逸春节,好耍德阳”新春促消费活动,通过组织各大城市综合体、大型商超、品牌商家、电商企业,全面开启新春消费盛宴。

据了解,“安逸春节,好耍德阳”新春促消费活动总体安排是“51234”,“5”就是政企投入资金 5 亿元以上,“1”就是开展重点促消费活动 100 场次以上,“2”就是组织 2000 家以上卖场和门店全程参与,“3”就是预计拉动消费增长约 30 亿元,“4”就是聚焦 4 个方面。

坚持市县同步、双向发力,组织开展系列促消费活动。在市级层面,计划于 1 月上旬至 2 月中旬,组织开展新春欢乐购、迎春购物月、出口商品世界播等重点促消费活动 9 场次;各区(市、县)、德阳经开区同步开展迎春购物月等主题促消费活动 7 场次,有关行业协会和属地商贸流通企业开展促消费活动 84 场次以上,持续点燃城市“烟火气”。

坚持千企参与、万品联动,着力提供优品优价优质“三优”服务。47 家汽车 4S 店、100 家家卖场、1000 家餐饮店、900 家商超、21 个景区景点、300 家酒店,将参加此次迎春促消费活动,涵盖汽车、家电、百货、餐饮、住宿、景区门票等上万个品类,同时,将推出抽汽车、抽手机、送券赠礼、满减满赠、特价折扣等系列优惠大礼包 4 亿元以上,为本地外地双客群带来实实在在的实用消费体验。

坚持真金白银、多域共进,让消费券的“红包雨”成为促消费的“及时雨”。在 1 月 15 日、2 月 1 日,德阳市安排财政资金近 6000 万元,聚焦汽车、家电、百货、餐饮、文旅五大领域,通过建行生活 APP,发放消费券 32 余万张。一是发放汽车消费券 2000 张,每张面值 2000 元。二是发放家电消费券 4 万张,最高面值 1000 元。三是发放百货消费券 10 万张,最高面值 500 元。四是发放餐饮消费券 10 万张,最高面值 500 元。五是发放文旅消费券 8 万张,用于市域内景区门票和住宿抵扣,最高面值 300 元。

坚持上下衔接、内外协同,推动消费市场加速回暖。德阳市联合近 100 户企业,举办跨境精品展,把线下展会与线上直播相结合,进一步推动德阳优品跨境出海,大力拓展国内国外两个市场。同时,组织观旌棠、阿里巴巴数字乡村运营中心等 10 大直播电商基地、300 余家重点电商企业,依托电商平台,通过短视频销售、直播带货等,开展“网上年货节”专场让利促销活动。

相关新闻

德阳邀请外地游客开启暖心暖胃之旅

德阳是川菜之乡,历史的厚重感、地域的通达性、技艺的精湛化,造就了德阳独具特色的餐饮美食,一菜一格、百菜百味,既沿袭川味麻辣,又包容江南醇鲜。近日,德阳市商务局向外地游客介绍了德阳美食及春节促销活动。

德阳市商务局相关负责人表示,今年春节期间,德阳市将推出一整套具有地标性的美食名菜,一大批具有代表性的美食名店,一系列具有实惠性的美食活动,让广大市民和外来游客在德阳能够吃得安心、喝得舒心、玩得开心。

在美食名菜方面,将通过“德阳全媒体”“德阳智慧商务”微信公众号等媒体,为大家推荐 30 道“德阳地标名菜”和 30 道“德阳风味小吃”,其中有远近闻名的“德阳干锅”“连山回锅肉”“什邡板鸭”“纹江鳊鱼”等名

菜,也有风味十足的“果汁牛肉”“中江挂面”“绵竹笋子米粉”等名小吃。

在美食名店方面,将在全市 1.6 万余家餐饮单位中优选一批品质可靠、安全卫生、经济实惠的名店名点,涵盖酒店、饭店、农家乐及小吃店等,制作发布德阳餐饮名店热力图,让游客能够快速定位、精准导航。同时,在德阳主城区首推“印象”系列餐厅,让游客能够一站式品尝到德阳各区(市、县)的特色美食,目前旌阳印象、什邡印象、中江印象已建成营业。

在美食活动方面,将联动全市 10 大主力商圈、18 个重点商业综合体、20 条餐饮美食街区,开展德阳美食嘉年华、新春团圆饭、年夜饭等主题活动。同时,结合餐饮消费券的发放,推出抵扣、满减、打折、送券等优惠礼包,努力为市民和外来游客提供年味十足、暖心暖胃的美好体验。



智能穿戴产品 成消费新宠

1 月 12 日,在位于重庆市沙坪坝区的华为智能生活馆,市民在选购智能手表和智能眼镜。智能穿戴产品如今在生活中随处可见,智能手表、手环、智能眼镜、头戴显示器、耳机等“智能穿戴”早已渗入消费者生活的方方面面,帮助人们及时发现健康隐患。

特约记者 孙凯芳 摄

150 个“绵阳造”精品农产品 亮相成都宽窄巷子

□ 蒋炜 张延 本报记者 杨明 实习记者 吕健 文/图

近日,以“品绵阳好物 享健康生活”为主题的“绵阳好物 蓉城相荟”优质农产品推介活动在成都宽窄巷子景区举行。通过举办绵阳优质农产品精品展、产销对接会、直播带货等,进一步拓展绵阳优质品牌和产品营销网络,助推绵阳品牌进入成都市场。

现场采取展、会结合的方式,在宽窄巷子东门搭建 400 平方米的“绵阳造”精品展区,33 家优质农产品企业和文旅企业将在此开展为期 3 天的展示展销活动,集中展示展销约 150 个名优特、新奇美“绵阳造”农特产品及丰富的文旅资源。

现场分设多个区域。在绵阳特色产品展区,包装精美的年货大礼包,精选香肠腊肉、茶叶、蜂蜜等绵阳名优特产品,通过秒杀、抢购、样品派送等方式开展现场促销活动。在北川主题展区,北川结合特色旅游景点、文化资源,特色产品进行文化表演,推介当地名优特产品及文旅资源,宣传推介绵阳特色旅游资

源,吸引成都及周边州市市民赴绵旅游。展区内还设置直播间,网红主播开展“绵品优选”直播带货和产品推介。

除了成都市民前来海淘选购外,“绵阳好物”也受到成都及周边州市采购商、经销商等的青睐。活动中,大熊猫友好型产业发展联盟和北川禹泉文旅集团就培育“熊猫匠心”四川特色优势消费品举行签约仪式。四川省农垦开发有限责任公司和四川省羌山生物科技股份有限公司、成都航研工程技术有限公司和北川禹珍实业有限公司等 16 家企业分两批签署采购协议,总金额共计 1 亿余元。

据悉,近年来,北川坚持以“三品”工程为引领做强农业,重点抓北川苔子茶、高山果蔬、中药药材、特色养殖“四大产业”,建成农产品特色基地 83 万余亩,现代农业产业园 15 个,“三品一标”认证农产品 56 个,成功打造“羌食荟”农产品区域公用品牌。

北川的产品因绿色而天然,县



内拥有全球同纬度最完整的生态系统,森林覆盖率达 66.03%，“北川苔子茶”“北川花魔芋”等荣获国家地理标志保护产品,高山果蔬、羊肚菌等纯天然的美味食材闻名遐迩。北川的产品因有机而健康,全县大力发展有机循环农业,2022 年秸秆综合利用率达 96%，“三品一标”产地认证面积达 1803 公顷。北川的产品

因美味而驰名,羌族独特手法加工的苔子茶、马槽酒、老腊肉等,赋予食品独特的羌乡口感和农家味道。北川的产品因安全而放心,全县 320 个生产主体全部纳入国家级溯源平台,实行最严格的监管方式,开展农产品质量安全监管、检测和溯源体系建设,牢牢守住群众“舌尖上的安全”。