

入口隐忧频发 完整食品安全追溯链守卫舌尖上的安全

近年来,我国食品安全问题频发,从食品添加剂到农药残留,毒牛奶到速成鸡,再到地沟油、瘦肉精和塑化剂等等这一系列食品安全事件,都使食品安全成为公众最为关心的话题之一。在今年的两会上,众多人大代表也纷纷就此提案,建言解决食品安全问题重点要从源头抓起,并且需要学习发达国家建立一条完整的食品安全追溯产业链。航天信息股份有限公司(以下简称:航天信息)研发的食品安全监管解决方案,全面覆盖食品从原料到生产、流通、消费等各个环节的监管,为此提供了极具价值的实践经验。

信息化技术应用 从食品源头构筑安全长城

纵观以往的各类食品安全事件,都会发现同一个问题:监管部门在事件发生后总不能及时准确地查明和找到问题食品原料的来源。因此,从食品原料开始监管无疑会对保障食品安全更加有效。为了助力国家对

食品安全进行有效的监管,航天信息作为国内物联网应用领域的领军者之一,自设计研发食品安全监管解决方案之始,就制定了从食品的源头、生产、流通、消费等各个环节入手的思路,其利用先进的物联网、信息管理、数据分析、移动办公等技术,结合国家食品安全相关制度、标准和规范,最终成功地实现了食品“从原料到餐桌”的全程监控,不仅有效地保障了公众的饮食健康和生命安全,同时也帮助监管部门大幅地提升了监管效能,有效地降低了监管成本。

多年实践 力护国家食品安全
基于“奥运食品安全追溯系统”的成功实施经验,航天信息近几年在食品安全领域展开了非常广泛的创新探索,陆续成功打造出了朝阳等辽宁5市的食品药品安全监管系统、首都食品安全控制系统、北京口岸进口食品/化妆品安全风险预警管理系统以及“放心肉”安全信息追溯系统等一系列食品药品安全解决方案,为各地切实保

障人民群众的身体健康和生命安全提供了有力保障。

获行业唯一“突出贡献单位”奖 展现领先实力

凭借在食品药品安全监管领域的突出贡献,航天信息在2012年的第十届中国食品安全年会上,成功荣获了由工信部、农业部、国家工商总局、国家质检总局、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会等多部门联合颁发的“突出贡献单位”大奖,成为物联网领域唯一一家荣获食品安全行业“突出贡献单位”殊荣的企业。

与此同时,在青岛市食品药品监督管理局基本药物电子监管采购项目招标会上,航天信息也再次中标,承担其日常监管网格化应用系统、移动监察执法系统、电子监察系统、信息发布集成系统及在线培训考试系统等5部分工程的建设任务,助力青岛市打造食品药品安全监督管理体系和应急指挥调度及移动监察执法平台。 (张 凡)

投资大腕齐聚《爱拼才会赢》 薛蛮子现场卖萌刷微博

万微博粉丝的薛蛮子是导师团中最引人注目的一位。由于身体原因,近年已很少公开露面的薛蛮子一出现便全场轰动,满头白发、满口京腔的老爷子精神矍铄。

在节目中,让人印象最深刻的就是薛蛮子的笑声。他在节目里从不正襟危坐,要么翘二郎腿,要么倚着扶手看选手资料,别的导师不看好的他选择留下,跟美女选手交流时居然还会卖个萌,俏皮地说一句:“木有问题了”,尽显网络红人本色。

徐新“万绿丛中一点红” 投资女王也是感性女人

今日资本的创始人徐新是5位导师中唯一的女性。为此,节目组也特地将她安排在最正中的位置。在业界被称为“投资女王”的徐新,凭借独到的眼光和判断力在风投市场独领风骚。在她以往的投资案例中,诸如网易、诺亚舟、永和大王、真功夫快餐、

京东商城,这些企业如今在业界内外都耳熟能详。其中3位创业者更是跻身福布斯富豪榜前100名,可见“投资女王”实力不可小觑。

创业拒绝“作秀” 导师选手动真格
《爱拼才会赢》也因打出了“寻找中国好项目”的口号而被业界人士戏称为“创业选秀”。那么它是否也会为了赚取关注度和收视率而让选手“作秀”呢? 对此,《爱拼才会赢》节目投资、制作方,唯众传媒总裁杨晖给出了解释:“在《爱拼才会赢》这个节目要打造一个真实、真诚的创业平台,选手带来的项目和他自身的经历必须是真实可靠的,他们要在现场接受导师“真刀真枪”的询问。在初选过后,导师还会对所选择的选手和项目进行各方面实地考察和评估。几位导师在业界都是数一数二的投资家,以他们的影响力和权威性,也完全不需要通过在节目作秀来博眼球。” (乐 飞)

黑色小炫开回家 新劲炫ASX 四驱尊贵版提车记

坦白说,现在买车的选择越来越多了,市面上各种车让人看得眼花缭乱。前阵子拿到驾照后就决定给自己买辆车,觉得轿车太平庸了,于是主要考虑SUV。由于想选排量在2.0L左右的车型,于是昂科拉、3008这些主力排量较小的车就直接出局了;想要一款时尚、个性点的车,所以CR-V、逍客、ix35这些普通的SUV也没看上,经过一轮筛选,目光锁定在新劲炫ASX上。

其实很早就关注到劲炫,那时候还是进口版的,三菱的口碑一直很不错,劲炫国产后的价格也很给力,相较进口版便宜了4万左右,还做了不少改进,性价比很高。看车、试车、签约的整个过程都很顺利,只是提车等了半个月。

第一篇:外观

本人比较喜欢黑色,车子也是选黑色的,小炫的前脸是三菱家族式的鲨鱼嘴造型,国产后做了调整,亲民不少。镀铬装饰的应用看起来更精致,也很符合中国人的审美习惯。

从侧面来看,车子的轴距很长,内部空间可想而知。值得一提的是,新劲炫ASX用了有记忆功能的树脂翼子板,不仅轻,而且轻微碰撞后可以恢复原形。平时开车磕磕绊绊在所难免,这个功能可谓非常贴心。

发动机采用的是三菱2.0L 4B11 MIVEC



发动机,在业内很出名,它来自于三菱风靡全球的著名赛车EVO,额定功率达到123kW/6000rpm,实力不可小觑。

入手的四驱尊贵版配备的是邓禄普轮胎,规格为215/60 R17,并配备双五幅铝合金轮毂。备胎方面很厚道,搭配的是全尺寸备胎。

第二篇:内部

喜欢SUV是因为视野够开阔,除此之外,SUV的大空间对我来说也是不可缺少的。小炫的轴距在2670mm左右,是目前中级SUV中最大的,储物空间也很丰富,包括大容量储物箱、放手机钱包的储物格、杯架、后备箱等等。

在这里,不得不提新劲炫ASX的全景天窗,提车这天天气很好,透过全景天窗可以看到一片蓝天白云,非常惬意。除了天窗,小炫还带有LED的氛围灯,晚上一打开,柔柔的灯光很有气氛。

新劲炫ASX的后备箱空间是384L,把第二排座椅放倒之后空间就更大了,全家出去旅行完全没问题。

(康 新)

冀中能源邯矿集团康城社区新闻汇编

四举措强化计生工作

今年,康城社区以提升计生工作水平为切入点,强化人口计生责任制考核,量化责任指标,每月考核,半年总评,年终兑现奖惩。该社

“五关怀”行动宣贯新型婚育观

今年,康城社区围绕“生育传承希望,关怀相伴和谐”的主题,开阔思路,深入开展生育“五关怀”行动。
该社区充分利用各种宣传形式开展宣传

区建立了计生工作月汇报制度,总结得失,有序推进工作开展;加强人口意识教育,采取多种形式宣传人口计生知识,进一步转变居民的婚育观念;切实做好了服务工作,满足居民需求,让群众满意。

(杨海燕)

教育,每月至少进行7天的专题广播,发送政策法规等手机短信500余条。从“五关怀”方面入手,坚持育龄妇女健康知识培训,传授生殖健康意识,深受育龄妇女好评。同时,该社区组织志愿者经常入户探望、慰问,帮助他们解决生产、生活、生育上的困难。

(杨海燕)

东风日产新世代天籁价格“一步到位”

近日,东风日产新世代天籁正式上市。两个级别7款车型17.78万元至24.48万元的魅力售价,震撼了国内中高级车市场。东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示:新世代天籁采取了“一步到位”的定价策略,现在就定下2014年的价。

杨嵩:我们定的是2014年的价
天籁“一步到位”就定下2014年的价格,并非东风日产一厢情愿的豪言壮语。杨嵩表示:天籁的产品力领先同级车两年,服务更是首开行业先河。我们现在就定下2014年的价,并且会“一站到底”。

东风日产是有自信说这句话的。在产品力上,天籁完美融合驾控与舒适基因,它所具备的“0偏差”的精准过弯性能、7.3L同

级最低油耗以及独有的“健康舒适”驾乘体验,在同级市场上出类拔萃。其搭载的人性化科技设备,如HSA上坡起步辅助系统、ITS预警式整体安全系统等,放眼全球市场也是十分先进。

而在服务力上,东风日产为天籁量身定做的服务模式“天籁行动”再开行业先河。天籁独有的“7天包换”、“60天免费出险代步”、“3年CARWINGS智行+免费享”三大服务政策,切切实实地保障了消费者的利益,制定了中高级车市场增值服务的新标准。

有业内专家认为:天籁已经树立起该细分市场上的新标杆。在2013年接下来各款新车的产品力已成定局的情况下,天籁凭借

全球领先技术打造的产品实力,大幅领先同级产品,在两年内很难被超越。而“天籁行动”带来的创新服务模式,在当前市场上也是绝无仅有,纵使别的企业可以效仿,但也很难开辟出更新、更具冲击力的新车配套服务模式。

而东风日产副总经理任勇则表示,东风日产坚决不以降价促销的形式来伤害消费者的感情。根据市场惯有规律,很多厂商新车上市时会先定一个试探性的价格,然后再用降价促销的手段让消费者感到“捡了便宜”,刺激销量的提升。但此举会直接导致产品和品牌的迅速贬值,更严重挫伤先购车车主,让他们失去对产品的信心和对品牌的忠诚。

因此,东风日产在天籁上采取了17.78万元至24.48万元这种“一步到位”的定价,并提供物有所值的服务,将消费价值一次性回馈给消费者,使天籁具备超越同级产品的高性价比优势。

“我们不仅提供优质产品和至诚服务,我们也尊重客户价值。天籁‘一步到位’的定价策略就是对消费者负责。”任勇说到。

经销商:天籁真的很“超值”
在销售终端,记者也感受到了东风日产天籁定下2014年价格的决心。

一家东风日产专营店的负责人表示,厂家这次对天籁的价格管控出乎意料地严格:“总部和地区会反复复查,一旦发现,即便车卖得再好也是‘有过无功’。”

因此,如何让消费者感受到天籁的“超值”,已经成为东风日产销售人员的必修课。而从真金白银的角度来给消费者算一笔账,成为了他们说服意向客户下订单的主要手段。

首先,在定价上,天籁17.78万元至24.48万元的官方售价,不仅远远低于中高级车热门车型同级别产品的官方指导价,甚至在主力车型(2.0L高配、2.5L)上比新凯美瑞、新迈腾、新帕萨特等产品的终端优惠价还低。换言之,在价格上,天籁无需降价就已经占有很大优势。

其次,从消费者的实际收益来算,天籁7.3L的百公里工况油耗比同级车型平均油耗低0.82L,按照业内普遍的“汽车使用5

年、每年行驶3万公里”的标准计算,就可为主节省油费1万余元。

而天籁配套的增值服务同样价值不菲。“60天免费出险代步”一年的价值就有4000元,而“3年CARWINGS智行+免费享”服务更是价值7890元。

再加上天籁在领先技术、健康舒适和先进电子、安全设备上的附加值,天籁与同级车型相比,在综合价值上超出了3.359万元。

“天籁真的很‘超值’。”帮记者算账的销售人员如此总结。

(杜 维)

