



中华家训园自闭症儿童康乐园捐赠仪式在京举行

本报讯《中华家训园》启动大会暨25届自闭症儿童康乐园捐赠仪式,日前在北京举行。据悉,《中华家训园》将以历代优秀家训为主线,旨在弘扬孝道文化、传承中华民族5000年文明、促进社会和谐、为家庭教育提供一个鲜活

的典范。北京珍视文化传媒有限公司董事长王常委表示,现代社会部分年轻人注重追求物质享受、思想越来越“西化”,对中华传统文明的传承意识却越来越淡薄。《中华家训园》把家训雕塑摆放于风景秀丽的成熟风景区内,使人们在旅游休闲的同时感受到名门望族的家训文化,让每一尊雕像与环境充分融合,并融入独特的美学理念和丰富的文化内涵,这对年轻人能起到一个耳濡目染的教育作用。

此外,今年5月17日是全国第25个儿童自闭症日。北京珍视文化传媒有限公司在《中华家训园》启动仪式现场向北京市残联捐款20万元,用于建设自闭症儿童康乐园,现场400多人踊跃捐款,奉献爱心。王常委表示以后会成立专项基金,把助学助残变成一种常态,尽其所能参与公益事业。(杨艳)

数字王国打造亚洲首场虚拟人纪念演唱会

本报讯 近日,由数字王国集团有限公司打造的“邓丽君逝世20周年虚拟人演唱会”在台北小巨蛋上演。数字王国集团有限公司是香港联合交易所上市的好莱坞知名视觉效果制作和提供虚拟现实内容的团队。

早在2013年,数字王国就首次运用好莱坞最先进的虚拟影像重建技术塑造虚拟影像,

数字王国集团主席兼行政总裁谢安表示:“虚拟人像技术的成功,凭借的是集团美术人员的无穷创意,以及公司所研发、独有的获奖技术——MOVA。”

在业内及大中华区,数字王国首次创造性地以360度图像捕捉技术和360度全景相机全方位拍摄虚拟人演唱会实况,观众可以通过虚拟现实头戴式显示器等相关设备身临其境地体验现场激动人心的热烈场面,再度欣赏一代歌后的动人风采。

数字王国凭借开创性制作《返老还童》,成为名副其实的虚拟技术的行业领袖,还曾先后为重量级好莱坞巨作《变形金刚》系列、《钢铁侠3》、《沉睡魔咒》以及《X战警》系列提供视觉特效并担任制作班底。以创新为主旨的数字王国,近年不断推出革命性的制作项目——2012年,著名美国已故饶舌歌手Tupac Shakur突然出现在美国Coachella山谷音乐节舞台上,数字王国先进的虚拟人像技术让Tupac看上去生动逼真,而且以假乱真的形态,在令全场观众震惊之余,更是成为城中热话。(欣然)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“一种风光互补发电装置(ZL201420364170.3)”专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

本专利提供一种结构简单、利用窄管效应把低风值变为高风值、造价低能量互补发电装置。该装置包括进风装置、风力发电装置、太阳能电池板等,可解决风能、太阳能单独发电存在发电方式单一的问题,提高风能发电的效率,从而提高对绿色能源的利用,其市场前景广阔。

北京市工商局流通领域椅类商品抽查检验结果公示

工商之窗 2014年度,我局对我市市场上销售的转椅类商品进行了抽样检验,经检验发现鹤山市四方家具有限公司等单位生产的转椅不合格,不合格项目为脚踏往复磨损试验、甲醛释放量、座面冲击试验、阻燃性要求等。粤岭格家具厂的座面信息送达按照标注地址无法送达。

北京市工商局将按照有关法律法规对本次抽检中销售不合格商品的经销单位进行处理,公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照国家法律法规的要求主动采取措施,保护消费者合法权益。

今后,北京市工商局将不断加强流通领域商品质量监督工作,充分发挥流通领域商品质量抽检和不合格商品强制退出机制的作用,净化首都消费市场环境。(不合格名单详见北京市工商局网站)

北京市工商行政管理局

2015年5月13日

北京市工商局朝阳分局协办

首届中国易货贸易论坛暨易货行业标准实施发布会在京举行

本报讯 由全国库存折扣商品专业委员会主办,中国易物天下国际投资有限公司、易物恒通(北京)国际投资股份有限公司承办的首届中国易货贸易经济论坛暨首个易货行业标准实施发布会、中国易货贸易联合会筹备委员会第二次会议在京举行。此次论坛将“互联网+易货贸易”上升为国家战略,对于易货贸易行业的创新发展具有里程碑式的意义;“互联网+易物+金融”将颠覆传统的电商模式,能够帮助中小企业以“拿产品当钱花”的商业模式快速突破库存积压与现金短缺两难的怪圈,能够让更多的人了解“不花钱换物品”的易物思维,受益于以物易物。

本次论坛围绕“一带一路”新战略下共谋“互联网+易货贸易”发展新机遇的主题,展开了深入交流和前沿探讨。与会者分别就“互联网+易货贸易”、易货贸易是化解产能过剩的有效途径、“一带一路”战略为易货行业带来的发展机遇、易货贸易的发展现状与前景、电商与易

货模式创新等话题发表精彩演讲,并与企业代表进行对话互动。

中库会常务副会长兼秘书长、中国易货贸易联合会筹备委员会主任毛德鼠在致辞中指出,易货贸易是多元化盘活库存商品的有益实践,也是交易和消费方式的创新,“互联网+”拓宽了易货贸易的技术手段,“一带一路”为企业走出国门起到推动作用。他认为,《易货交易规范》行业标准填补我国易货标准空白,成立中国易货贸易联合会是市场发展的需要。“易物天下”作为企业积极参与了首个易货行业标准的制定,并起到了至关重要的作用。

中国易物天下国际投资有限公司的董事长、中库会副会长、中国易货贸易联合会筹备委员会执行主任侯晶代表论坛承办方表示,易物天下公司作为多年从事易货实务、并领先研发易货交易网络平台的行业尖兵,一直致力于现代易货贸易模式的普及,虽然创业历程充满坎坷艰辛,但

切实帮助广大中小企业整合资源、优化配置的初衷始终未变。通过与国务院国资委中库会合作成立中国易货贸易联合会,将致力于通过传播易物文化、倡导全民参与生态文明建设,借助大数据、云计算来打造可持续发展的智能化易物网络交易平台。

随着任玉玲、陈文玲、丁俊发、姜明、洪涛、乔申乾、毛德鼠、侯晶等各方领导一起按下“启动球”,将大会推向了高潮。业内人士表示,此举标志着我国首个易货领域的行业标准正式实施发布,将为易货行业的规范发展创造了良好的政策环境。

本次论坛特邀中国易物商学院的院长和专家,深入介绍“易物天下”的易物清库、易物采购、易物营销、易物投资四大模式,旨在为来自全国各地的参会企业解决库存积压、现金流缺乏和营销渠道不畅等棘手难题提供务实、精彩的案例和经验分享,得到与会嘉宾的一致好评。(杨艳)

墨尔本皇家博览会·中国年系列活动将于9月举行

本报讯 近日,由澳大利亚国际商会、墨尔本皇家博览会中国年组委会共同筹办的“2015墨尔本皇家博览会·中国年推介会暨答谢晚宴”在京召开。澳方出席的代表有南澳大利亚州上议院议员Terry Stephens(特里·史蒂文斯)和澳大利亚维多利亚省皇家农业协会-市场及会员部经理Brad Jenkins(布莱德·詹金)及其随行人员。中方出席的代表有澳大利亚国际商会首席执行官Michael Guo(麦克·果)及中国农业部、工商联、轻工联、国家粮食局、住建部、工信部、中国贸促会、供销社、共青团、地方单位和相关行业协会的领导。

澳大利亚国际商会(简称澳商会)及其下属的服务机构,以民间的形式搭建了一个政府、行业协会、民间团体及企事业单位间的交流平台,旨在促进相互之间在政治、经济、贸易、文化、教育方面的交流与合作。它包括政府间高层互访、行业间参观考察、项目对接、招商引资以及文化教育方面的合作与交流。长期以来,澳商会曾多次组织澳联邦、州、市议员、行业协会、企业、社区访华,并组织中国各级政府机构,各行业领域的代表团赴澳考察培训,为增进中澳友谊,促进中澳良好关系的发展做出了一定的贡献。近20年来,澳商会承办过多次大型中澳交流会议及中澳往来代表

团活动,例如中澳(南太)城市合作峰会/商务论坛及系列活动、APEC中小企业技术交流暨展览会等。澳商会在这些成功的国际交流合作中起到了尤为重要的作用,并搭建了中澳两国之间各领域、各层次交流协作的桥梁与平台。

顺应中澳商贸友好合作的良好国际形势,在2015年即将签订中澳自贸协定的背景下,澳商会及“澳大利亚皇家博览会中国年”组委会将于2015年9月举办澳大利亚墨尔本皇家博览会·中国年-展会及系列论坛,为中澳两国在诸多领域的投资和贸易合作搭建良好平台,创建有利机遇。该活动中澳两国各级政府支持,各行业企业协会积极参与,受众群体多样,影响力广泛,是澳大利亚历史最悠久的综合性国际级展会。

此次中国年活动作为2015墨尔本皇家博览会最具特色的活动,将烘托中国年展会为主题,即中国城市主题展会,在有限的空间里绽放其无限的魅力。中国各省市政府、企业将给澳大利亚展示其带有地方或民族特色的旅游文化、艺术、手工艺品、历史文物、行业产品等,不仅为中国提供了一个展示传统特色文化的舞台,也为澳大利亚提供了一个了解中国文化的窗口,更是一次集文化、农业、经贸、科技等领域为一体的交流合作盛会。(高洪艳)

“全国轮胎行业发展服务中心”成立

本报讯 近日,中国汽车维修行业协会在京召开“全国轮胎行业发展服务中心”新闻发布会暨授牌仪式。

据中国汽车维修行业协会汽车维修配件工作委员会秘书长魏同伟介绍,新成立的“全国轮胎行业发展服务中心”主要职责是实现维修协会与轮胎商户优势互补,共同探索新的合作模式。维修协会将全力支持轮胎商会的发展,同时促进维修协会旗下企业与轮胎企业之间的实体合作等。

随着中国汽车维修行业协会会长孙守仁表示,汽车市场不断扩大,轮胎行业发展迅速。汽车维修协会与轮胎商会建立全面

战略合作关系是一项创举,能够实现行业间的优势互补、资源共享,特别是平台上的渠道和服务资源共享。

全国轮胎行业商会会长张岩认为,服务中心的成立预示着我国轮胎行业已经站在了历史改革创新的前沿。中心成立后,将能够依托汽车维修行业大的平台,借势借力,联合全国轮胎界的精英,整合下游资源,实现销售扁平化、服务连锁化,以“互联网+轮胎”模式引领轮胎行业发展。

业内专家认为,“全国轮胎行业发展服务中心”的成立对促进轮胎行业服务水平提高、营销模式创新和实现轮胎行业跨越式发展具有重要意义。(海青)

陇南全面试水“电商扶贫”

本报讯 近日,国务院扶贫办在京举行全国电商扶贫陇南试点新闻发布会,介绍甘肃陇南市把当今互联网时代日益主流化的电子商务及时纳入扶贫开发体系当中,依托陇南资源优势 and 电子商务发展基础,开展电商扶贫试点,并通过电子商务促进农特产品销售,提高贫困群众收入,加快脱贫致富步伐。

陇南是全国最贫困的地区之一。两年前,陇南成县县委书记李祥因为在微博上推销“成县核桃”走红网络,“成县核桃”通过网络开始源源不断地走向全国,步入“网销时代”。2013年年底,陇南把通过电子商务销售农特产品上升为市级发展战略,助推扶贫开发进程。除了通

过建园区、通网络、修公路、畅物流等方式保障农特产品外销,陇南更是搭乘信息化列车,使用政务新媒体矩阵帮农民“吆喝”。陇南全市2900多个政务微博、377个政务微信公众平台、385家政务网站、领导干部个人微博微信组成的新媒体矩阵,都加入到“叫卖”中,解除了陇南农特产品“养在深闺人未识”的困境。经过一年多的集中突破,目前全市开办网店6000多家,农产品网上销售超过10亿元,直接带动贫困群众人均增收240多元,促进就业1.7万多人;培育出苹果、花椒、土蜂蜜、核桃、中药材等网销品牌,并与阿里巴巴合作建成运营“特色中国·陇南馆”网销平台。(江南)

比亚迪将在巴西建太阳能工厂

本报讯 记者近日获悉,中国企业比亚迪日前与巴西坎皮纳斯市政府签订投资协议,宣布将在坎皮纳斯建设太阳能工厂。

这是比亚迪继去年宣布在巴西建立纯电动大巴工厂及铁电池工厂后又一新能源产业的重要布局。

比亚迪巴西公司总经理李铁说,巴西太阳能工厂主要生产太阳能板,预计将在2016年上半年开始交付产品给客户。该工厂预计能提供200个就业岗位。(王正润)

保时捷同款车配不同档次轮胎 小动作损害消费者权益

一款相同配置的车型,4S店展车的轮胎明明为欧洲品牌,而在交车时轮胎却“缩水”为亚洲品牌。近日,市民许先生反映,其购买的Macan装配的轮胎品牌与4S店的展车不符,而且在购买前4S店也没有进行告知。律师表示,保时捷在轮胎上的“小动作”损害了消费者的合法权益。

车主:新车轮胎无故“缩水”

花高价买了豪华车的许先生有点闹心。最近,他花60多万元购置了一辆Macan,但其在提车时却发现新车轮胎品牌与此前在展厅内看到的展车不一致。“展车的轮胎明明是德国马牌,而我的车装配的却是韩国韩泰,相同配置、相同轮毂尺寸,轮胎品牌却不一样。”许先生指着轮胎抱怨道。

据了解,许先生购买的为起售价55.8万元的Macan车型,订购时其在保时捷中国官网和4S店中均进行过个性化定制的下单流程,但他表示,定制过程中只能选择装配何种轮毂,并不能看到轮胎品牌,4S店的销售人员也并未告知其所购车辆的轮胎品牌会与展车不一致。

记者在保时捷中国官网上看到,Macan从车身颜色、座椅功能到轮毂盖的颜色,都能在网上进行个性化定制。然而在进行轮毂定制时,却只能选择轮毂尺寸,其所装配的轮胎则统一显示为“全天候轮胎”,并未显示轮胎品牌。

商家:随机配胎成惯例

事实上,许先生的遭遇并非个案。登录各大汽车论坛便会发现,很多Macan车主都有着相同经历。然而,Macan新车装配不同品牌轮胎的现象,在保时捷经销商看来却是一种惯例。北京商报记者在一家保时捷4S店看到,店内的Macan展车所配备的轮胎品牌为马牌,销售人员在介绍该车型时也未提及保时捷Macan将会装配不同品牌的轮胎。

饮用水新国标正式实施 众多“概念水”退出市场

市面上的瓶装水种类繁多,冰川水、纯净水、山泉水、蒸馏水、矿物质水、富氧水等,让人眼花缭乱又不知其含义。

随着国家卫计委颁布的《食品安全国家标准包装饮用水》国家标准从昨天起正式实施,包装饮用水行业迎来了国家统一的标准规范,众多“概念水”也将退出市场,还原本色。

噱头头的瓶装水将面临退市

按照去年底国家卫计委对新国标进行的解读,除了天然矿泉水有另行的国家标准外,其他的包装饮用水都将统一纳入此标准。新国标规定,市面上在售的包装饮用水只分为饮用纯净水和其他饮用水两类。包装饮用水名称应当真实、科学,不得标注“活化水”、“小分子团水”、“功能水”、“能量水”以及其他不科学的内容。

很多消费者熟悉的“饮用矿物质水”名称也将不再允许使用。根据新版国标释义,“矿泉水”即为天然的带有矿物质元素的饮用水,而“矿物质水”所含的矿物质则是人为加工食物添加剂,但名称上却很容易与矿泉水混淆,所以被禁用。

康师傅矿物质水“变脸”

目前市场上,怡宝、康师傅、农夫山泉等常见饮用水,售价便宜,大多在2元左右。但在一些大型商超,以“富氧”、“天然冰川活水”等作为卖点的饮用水不在少数。比如,一款500毫升的天然冰川活水,售价为9元,是普通饮用水的数倍。而根据新的国标,各种“概念水”将统一归类为“其他饮用水”。

销售人员表示:“保时捷有多家轮胎供应商,Macan会装配不同品牌的轮胎,经销商也不清楚每一批车将装配哪个品牌的轮胎,因此如果消费者不问,销售人员也不会主动说明。Macan配什么品牌的轮胎和抽奖差不多,碰到韩泰轮胎也只能自认倒霉。”

值得关注的是,作为欧洲颇受欢迎的轮胎品牌,马牌轮胎的溢价能力更强,因此其市场价格也远超韩泰轮胎。按照保时捷Macan所装配的轮胎型号,一条18英寸韩泰轮胎的价格在千元左右,而一条马牌轮胎的价格则超过1500元。

两个品牌的轮胎只差500元,一辆价值几十万元的豪车,保时捷每辆Macan仅仅节省2000元,这样做到底值不值?针对此问题,记者联系了保时捷中国,但截至发稿时,其并未给出答复。

全国乘用车信息联席会秘书长崔东树则认为,车企对高低价位轮胎搭配的做法与控制新车的制造成本有关。

律师:商家应保护消费者知情权

针对Macan存在的相同配置车型轮胎品牌不一致现象,中国消费者协会律师团团长邱宝昌表示,车企和经销商应当向消费者提供与展车相同的轮胎品牌,如不能提供也应该进行告知。

根据《消费者权益保护法》的规定:“消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、用途、性能、规格、等级、生产日期、售后服务等有关情况。”《消费者权益保护法》相对应的是经营者的告知义务。

邱宝昌认为,既然经销商知道车企在生产相应车型时所配的轮胎具有随机性,就应该在销售时告知消费者,让消费者了解提车时的轮胎品牌名。否则,即使所配轮胎符合国家规定,但因与展车轮胎品牌不一致,消费者有权要求经销商提供与样品一致的轿车及轮胎。(刘洋)

记者昨天走访多家超市发现,康师傅矿物质水已改用新的名称——康师傅优悦。对比新老包装,老包装标签特别强调“矿物质水”字样,“康师傅”字样显得要小;而新包装中,一面显示是“康师傅优悦矿物质水”,一面显示是“优悦矿物质水”,但“矿物质水”字样都不再显著,更突出的是“优悦”、“康师傅”字样。

康师傅相关负责人表示,今年4月该品牌就已率先换标上市,原先的“矿物质水”销售完毕后将不再使用。

此外,同样推出矿物质水的可口可乐公司表示,对于国家新近颁布的标准,公司将根据相关要求对包括标识在内的相关事项进行调整,确保符合新的规定。

国标新规明年1月起实施

新国标虽然从昨天开始实施,但还是给了在售的包装饮用水一个缓冲期,各企业标签标识将自2016年1月1日起全面实施。因此,在此前生产的包装饮用水可以继续销售至保质期为止。

对于市面上存在各种各样的饮用水,业内人士表示主要有几方面原因。首先,企业出于竞争需求,制造出一些概念。事实上,这些水本身并没有太大的区别。其次,随着消费者对产品的要求越来越高,为了迎合消费心理,企业才陆续推出细分的饮用水。随着新国标生效后,市场上纯净水、蒸馏水、天然水、山泉水等不同水种的标准都将实现统一。打磨边球噱头的水将会逐步消失,企业不是变换名称就是自行退出市场。(郁骁 李佳)