

第二届山西文博会开幕

本报讯 第二届山西文化产业博览交易会日前在中国(太原)煤炭交易中心开幕,中央有关部门领导、山西省领导、兄弟省市领导及海外宾客、中外工艺美术大师等出席开展仪式。

本届文博会以“文化三晋·美丽山西”为主题,按照“区域影响、地方特色、国家水平、全国一流”的办会思路,积极探索“政府主导、市场运作、企业办会”的运作模式。大会由山西省委宣传部、山西省文化厅等山西省直相关单位和太原市人民政府主办,省属重点文化企业协办,山西日报传媒(集团)有限责任公司承办。

(常旭日)

陕西杨凌大力发展涉农工业

本报讯 近日,位于陕西关中平原的杨凌国家农业高新技术产业示范区刚刚度过了18岁生日。18年来,杨凌示范区始终牢记引领干旱半干旱地区现代农业发展的国家使命,大力发展涉农工业,不断增强产业竞争力,走出了一条以工业化带动城乡一体化、农业现代化的新路子。目前,以生物产业、食品工业和农业装备制造制造业为代表的涉农企业已成为杨凌示范区的三大支柱产业。涉农工业占全区工业经济的95%以上,呈现出强劲的发展态势。

据悉,该区充分发挥省部共建和省内共建的独特体制优势,加快推动特色产业集群的形成。积极争取共建部委的大力支持,与陕西省有关厅局共同建设了粮油物流产业园、农机产业园、种子产业园和依托铁路新货场的物流园区。陕西省农产品加工贸易园区已经落户杨凌,正在加快推进。目前,杨凌已成为国家发改委批准的国家生物产业基地、工信部批准的农产品深加工国家新型工业化产业示范基地。

同时,该区还将招商引资和培育企业并重,不断创新招商引资和投资服务的体制机制,吸引国内外知名企业来杨凌投资。重点招引“高、大、外、全”项目,增强工业发展后劲。随着LNG天然气、金海生物、步长制药项目、华电热电联产等项目建成投产,中兴林产、本香、众兴高科、延长化建技改项目的实施,今明两年,杨凌示范区工业经济有望再次实现迅猛增长。

(黄付平)



北京工商朝阳分局查处一起擅自使用抗战胜利70周年纪念活动标识进行广告宣传的行为

7月28日,国务院发布了《抗战胜利70周年纪念活动标识使用说明》,规定了该标识的适用范围、制作样式和使用注意事项等内容。为此,北京工商朝阳分局从职能出发,迅速采取措施,做好辖区内纪念活动标识使用行为规范工作。9月1日,分局在日常广告监测工作中,发现辖区内一媒介单位借助纪念活动标识进行了广告宣传,分局立即向该媒介单位发放了《责令改正通知书》,要求其立即停止侵权行为。目前,分局正在进行进一步调查处理。

北京工商朝阳分局多措并举强化“教师节”市场监管

教师节前夕,一些商场、鲜花礼品店、化妆品店、餐饮企业及旅行社都纷纷开展了“教师节”专场促销优惠活动。工商朝阳分局多措并举开展“教师节”市场专项检查。一是约谈重点商区、商场的管理机构,对消保、商标、广告的易发生问题事项开展行政提示;二是以皮包、服装、化妆品、鲜花等礼品为重点开展执法检查,对涉嫌存在问题的商品及时下架并做进一步调查;三是畅通投诉举报渠道,对消费者投诉做到“及时受理,有诉必查,有查必果”。

北京工商朝阳分局约谈“58同城”规范经营行为

近期,有媒体以58同城网站“100%个人房源”屡现诈骗为内容进行报道,在社会上引起了影响。针对此种情况,工商朝阳分局大屯工商所于9月7日约谈了北京五八信息技术有限公司相关负责人,了解有关情况;同时对该企业进行了提示,要求该企业在日常经营活动中,依法经营,特别是在进行相关业务宣传方面要依据相关法律、法规,避免出现虚假或引人误解的宣传行为。截至9月8日,58同城已对涉及问题进行整改,北京朝阳分局将持续对58同城网站加强检查。

北京市工商局朝阳分局协办

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下述专利(申请)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。

1.一种重力放大动力机(201310400449.2)

目前,还没有针对地球的万有引力而开发出来的重力放大动力装置。本发明提供了一种重力放大动力机,利用地球引力作为动力能源,不受时间、气候、地理位置限制,占地面积小、无污染、无噪音、能作为发电机的动力源,其市场前景广泛。

2.一种逃生器多点挂扣(ZL201420770088.0)

本实用新型可套置于逃生器上,火灾发生时,在保证安全性的前提下,可由本来的单人使用提高为可供2~3人同时逃生,提高了逃生速度,实现可双手交替握握的可控安全操作。采用航空技术,简单实用;实现逃生器技术在未来市场上可持续发展的专利保护。

3.小型供热锅炉内置热水装置(ZL201520241438.9)

本专利技术属于烟筒内置的改进装置,内外双层烟道,热量回收率高,存水热量散失小,供水量大而持续。使用使气流回旋的方法,减少颗粒物对空气的污染,净化环保。同时设置防爆装置,成本低,实用性强,安全可靠。

“见物见人” 创新培育“新市民” ——北京市顺义区仁和镇回迁社区精神文明建设的实践体会

■ 赵洪涛

顺义区作为北京东北部发展带的重要节点、重点发展新城之一,是首都国际航空中心核心区,是服务全国、面向世界的临空产业中心和现代制造业基地,经济和社会发展取得重大成就。镇域面积54平方公里,辖23个行政村,户籍人口4.3万人,流动人口2.6万人。近几年,仁和镇加速推进城市化进程,23个村已有17个村完成拆迁,其中13个村已经回迁,老百姓实现了农民向市民身份的转变,但有部分“新市民”在思想观念、生活习惯上相对落后,很难与城市生活相适应,精神文明建设面临新的机遇和挑战。近几年来,仁和镇从发展要“见物见人”全面提高回迁社区居民素质的高度出发,持续抓好回迁社区精神文明建设的各个领域的渗透,取得显著成绩。

文明创建氛围日益浓厚

首先是制度营造氛围。从经济、社会与精神文明建设协调发展的高度出发,我们将回迁社区精神文明建设列入地区党委重要议事日程,制定下发《中共仁和地区委员会关于村级工作考核的办法》,提高精神文明建设的分值,进一步规范回迁社区管理。通过建立镇村干部入户走访制度、村干部与群众“联系卡”制度、党团志愿服务进社区制度、基层文化团队考核办法等,不断探索回迁社区管理好举措,提升回迁社区精神文明建设工作意识。其次是环境营造氛围。以文明村镇创建为载体,大力推动回迁社区环境建设工程,加大回迁社区环境检查力度,引导回迁居民为建设自己的美好家园主动参与进来,有效提升回迁社区的整洁度、绿化度,让回迁社区的生活环境更现代、更宜居。同时,投资修建集健身、娱乐、休闲为一体的仁和文体广场,并利用文体广场打造仁和社会主义核心价值观主题公园,方便群众活动娱乐,直

接惠及周边7个小区、约3万名群众,让回迁居民逐步走进城市生活。

文明实践活动日益丰富

仁和镇探索践行“以文化人”、“以文育人”的引导模式,不断加强文化建设,在回迁社区开发适情适景的实践活动载体,促进各式各样的文化活动的开展。一是强化与文化艺术名家共建。与中国曲艺家协会、北京群众艺术馆携手,深入基层开展各式各样的艺术培训活动。另外,现有一批书画名家落户仁和,如东方太阳城社区的著名画家黄永玉和战地记者田园,扎根杨家营的王洪德、庄头的张占山等,支持他们在社区内举办各种主题的书画展、摄影展,他们和高水平的艺术教师一道,把高雅的艺术、高品质文化带到仁和,为地区的文化事业注入活力,营造回迁社区时尚、高品质的文化氛围。二是提升社区居民参与度。建立考核奖励制度,通过擂台比武大力培养发展文化团队,仁和镇的群众文化特色团队最初只有10余支,现在已经发展到56支,受众面从5年前的3000人,增至现在的近万人。通过三届仁和特色文化品牌团队擂台赛的成功举办,许多基层文化团队逐步崭露头角,影响力和知名度进一步提升。例如,塔河村的女子龙狮舞艺术团曾两次走进人民大会堂演出,平各庄村威风锣鼓队参加了北京市环京自行车赛演出,受到国家领导人和有关部门专家点赞;复兴村龙舟队已经连续4年斩获北京市端午龙舟大赛双项冠军。这些群众参与率很高的文化活动极大地丰富了回迁居民的精神生活,凝聚了党心民心,加快推进回迁村民向市民转变。

文明素质教育阵地日益健全

在城市化进程中,仁和镇坚持素质教育跟着走,教育阵地跟着建。一是市民学校搬进回迁社区。以促进回迁村民市民化、提高居民幸福指数为目标,让顺义区情教育、文明礼仪教育、法制教育等八大方面

匹克签约篮球巨星霍华德 让球迷设计“霍华德一代”明星鞋

本报讯 近日,NBA球星霍华德来到北京,与匹克举行签约仪式。匹克体育CEO许志华表示:“匹克将和NBA的两位最国际化、最亲民的篮球巨星霍华德和托尼·帕克一起,打造中国最国际化、最专业、最亲民的运动品牌和篮球装备,力争早日成为世界前三的篮球装备品牌。”

在霍华德专属签名球鞋亮相环节中,匹克又给了球迷一个巨大的惊喜——霍华德签名球鞋选择权。签约仪式现场,匹克揭晓了3款备选霍华德签名球鞋,其中两款分别出自匹克北京研发设计中心和美国设计中心,而另一款尚未成型的明星球鞋则将吸纳球迷的各种意见综合产生。届时,球迷则可以根据自己的喜好选择球鞋设计,匹克将根据最终网络投票结果及霍华德团队的意见,揭晓霍华德签名鞋“霍华德一代”的真面目。

在随后的球鞋论道环节中,球鞋专家程旻根据篮球发展趋势,建议匹克在研发篮球鞋时更多考虑支撑、保护,研发一双足够夺得球迷眼球的篮球鞋。而球迷代表则希望明星球鞋更加轻便灵活,价格更亲民,让更多篮球爱好者消费得起。霍华德本人则强调,自己非常喜欢红色,喜欢“凤凰”,希望球鞋设计能够融入这个理念。许志华在倾听了球鞋



专家、球迷和霍华德的意见后表示:“匹克拥有国内一流的专业篮球鞋设计研发实力,从2006年的巴蒂尔一代开始,我们每一代球鞋都赢得了球星和球迷的钟爱。另外,匹克也一直注重与球迷的沟通和互动,未来匹克将鼓励球迷参与到产品的设计环节中,并将吸收球迷中一些有创意、具有代表性的意见和设计元素,融入到新的明星篮球鞋设计当中。相信我们20多年的专业篮球鞋设计研发经验,是绝对会让球星和球迷都感到惊喜。”

(亮 亮)

吉之美容积可变开水器再次抬高行业节能标准门槛

节能标准正逐渐成为开水器行业新的游戏规则,青岛吉之美显然是这种新玩法的赢家。吉之美最新研发成功的容积可变式开水器,节能潜力比现有节能型开水器还要高出2倍以上。如果采用这一节能标准,其他开水器厂家基本上无法迈过这道门槛。

做规则制定者——参与起草多部标准

从发明步进式开水器,到成功研发容积可变式开水器,吉之美一直掌握着开水器行业最前沿的技术。并且拥有热桥阻断技术等几十项国家专利,成为开水器行业拥有技术专利最多的企业。

正是在技术领域强大的优势,让吉之美在标准制定方面占据了优势地位。目前,吉之美参与或主导起草了中国所有和开水器相关的全部标准。近年来,吉之美参与了《液体加热设备国家标准GB4706.36》修订;参与起草了国家质量认证中心《商用电开水器节能认证技术规范》;同时也是《国家商用电开水器轻工行业标准(QB/T4270-2011)》的起草单位。

由于目前全社会对于节能的重视,特别是国家机关和事业单位在开水器采购中都把产品节能水平

当成最核心指标,吉之美容积可变开水器的节能标准非常有可能成为事实标准,推动开水器行业节能标准的升级。一些节能差的产品和不掌握先进节能技术的企业将面临出局可能。

节能又省钱——可省下整个楼层照明费用

节能不省钱是许多节能产品的致命伤,但吉之美容积可变开水器却是节能又省钱的典范。以100升开水器为例,目前市场节能最好的步进式开水器最多可以比传统开水器节能4千瓦时。而采用吉之美容积可变开水器则可以节能8千瓦时。

吉之美营销总监赵建伟表示,即使每天节约7度电,就办公节能而言也意义重大。按普通办公室每天照明4小时,全部使用15瓦节能灯计算,7度电约可供120盏灯使用,这几乎相当于一个普通单位办公照明的总用电量。

吉之美10年前开发的步进式开水器,现在已经成为高档开水器的代名词。吉之美产品多次被世界级或国家级体育赛事选用。其突出的节能优势,不但受到政府采购项目的青睐,也深受全球环保主义者的欢迎。

(丁 雯)

玫琳凯举办20周年研讨会 为女性打造事业平台

和获得个人成长与经济成功的无限机会,玫琳凯所创造的事业平台已成为数十万中国女性实现创业梦想的选择,如今,中国地区已发展成为玫琳凯全球最大市场。

为了持续打造适合女性的事业机会,此次研讨会揭晓了一系列重要举措,其中包括升级移动事业平台,通过微信服务号及特别开发的APP,销售团队仅需一台手机就可以随时完成订购,顾客服务、客户管理等多项事业需求,新技术将帮助她们与顾客联

教育活动在回迁社区落地开花。结合社区实际,围绕居民需要,开设健康生活、文明礼仪、安全出行等主题讲座,今年上半年已举办4次,下半年计划再开展8次。二是创建立足回迁社区书画体验教室。在顺义区争创学习型城市示范区目标推动下,仁和镇社区教育助推城镇化建设,陶家坟村建成“书画体验教室”,大力鼓舞了社区居民变身城市新市民的信心。陶家坟村充分利用书画体验教室,结合本村实际,开设每月一课,内容涉及居家健康、交通安全等与生活息息相关的各个方面,深受回迁居民欢迎。三是社区图书馆服务回迁社区。将拆迁之前的“益民书屋”升级为顺义图书馆社区分馆,并配置电脑,方便社区居民网上借阅。号召回迁社区的村党支部为图书馆配置桌椅,结合社区居民需求借新书购新书,吸引回迁居民来馆阅读,营造读书学习的良好风尚,为实现“新市民”思想上楼垫石铺路。

文明创建机制日臻完善

根据社区实际,各村自修订完善村规民约,形成村民自治新风尚。建立形成“文明楼院”、“文明单元”、“文明家庭”、“书香家庭”评比长效机制。建立楼长包楼、格长包片制度等,在回迁过渡阶段牵线搭桥,加快农民变市民的步伐。今年通过入户走访、实地考察,全区评选出22户书香家庭及大批先进个人,并通过宣讲、座谈会等形式让回迁居民相互推荐好书、交流读书好方法,营造人人读书浓厚氛围。陶家坟村通过楼长包楼制度,杜绝了楼道摆满生活用品、蔬菜、垃圾的现象,呈现出干净、整洁的宜居环境。

(作者系北京市顺义区仁和镇党委书记)

管理创新

线下发力 汽配O2O稳步发展

O2O概念从诞生到爆发,不到两年时间。有人说“跟线上线下随便沾点关系的都敢叫O2O”,这可谓是对O2O的误解。其实要打造一个相对完整的O2O闭环,对每个公司来说都非一蹴而就的事情,诸葛修车网的选择让大众看到,在O2O的发展路上,更需要的是一步一步的踏实。

O2O的双面选择题

在O2O的进化路上,每个企业选择的起点可能都是不一样的,但其目标却是殊途同归的,即完成线上线下的联合。

O2O,顾名思义,两环相扣,要么先做线上,要么先走线下。前者有大众点评,后者则有美团。

在中国整个O2O的发展趋势表明,不管线上线上,终归还是要回归线下。因为O2O的核心价值一直是服务,将线下的服务优势整合提供给线上的消费者,从而达到1+1>2的效果。线上难以影响线下,线下不能反转线上,这就是典型的“O2O的失败”。

线下发力,整合产业链

诸葛修车凭借着在汽配行业深耕30年的行业经验,敏锐地嗅到了行业互联网化的变局,于是O2O对诸葛修车来说,是极其自然的一种转型。

因为扎根行业多年,了解行业的利弊,于是线下整合就是理所当然的一条路了,到现在,诸葛修车网已经整合近20万汽车修理厂,并以每天近千家数量持续增长,覆盖全国300个城市,建立近2000条配送专线。完整的将汽配行业的上下游借口对接起来。

线上布局,打造汽配电商平台

诸葛修车网的未来是要打造一个汽配正品全服务平台,它会通过打造一个电商平台来对外实现所有的整合功能,通过大数据库进行分析指导资源的合理分配。

对于供应商和生产商来说,诸葛修车可以作为产品质量背书而存在,此外通过数据分析可以提供更精准的用户推送,帮助上游供应商更好地进行售卖。对于汽配厂来说,诸葛修车是一个稳定、效率高、质量好的上游,这样可以帮助他们提高工作的效率和品质。

对于消费者来说,诸葛修车是一个方便的可信任的平台,自己的问题能得到妥善的解决。由此,便形成了一个线上的整合圈。

从线下再到线上,诸葛修车的O2O之路走的很慢,但走的扎实,市场的过往经验表明,在市场的风浪里,夯实了基础的企业,都能站的很稳。

(青 青)

系得更为紧密;持续推动女性领导力培养,目前,根据销售队伍在不同成长阶段的业务状况与需求,明年玫琳凯预计将通过品格、才能、形象等不同维度的定制化课程为销售队伍提供百万人次的培训机会,帮助她们获得全面成长;打造丰富且极具吸引力的产品,近年来,玫琳凯致力于探索全方位美容方案,通过美容品、美容仪器和营养保健品三管齐下,使销售队伍能够为广大消费者带去“比化妆更美丽”的全方位改变。

(刘 硕)