

烈日炎炎市区冷饮市场异常火爆

本报讯(实习生 陈星宇)7月18日正式入伏,又快到了一年中最热季。气温的不断升高,也带火了冷饮销售市场。连日来,笔者在白城市区走访发现,各种口味的饮品和冰淇淋等消暑产品受到市民的热捧。

在今年的冷饮市场上,五彩缤纷、各式各样的包装引人注目。据市区一大型超市的工作人员介绍,果汁饮料是他们现在卖得最好、货物更新速度最快的饮料品种。每天他们都要往货柜上补充大批的货品,有些品种由于没有及时从厂家拿回货物还造成缺货。

今夏推出的碳酸茶饮料受到年轻人的青睐。除了这种碳酸茶饮料之外,还有类似苦丁茶这种新上市的产品也吸引了不少时尚人士的目光。而绿茶、茉莉清茶、冰红茶等,因其诱人的名字和好看的颜色,也吸引了不少的顾客。此外,具有运动功能的饮料极为抢眼。据超市销售人员介绍,运动饮料卖得非常好,经常是刚上架不久就卖光了。这些饮料之所以卖得好,除了其口味人们容易接受外,消费者更看重的是产品倡导的功效:能补充人体运动时丢失的营养,保持、提高运动能力。因此,这类饮品比较受年轻消费者的欢迎。

在一家冰淇淋店中笔者看到,除了“酸奶冰淇淋”系列外,“果蔬冰淇淋”也受到了青少年的热力追捧。据制作师介绍,“果蔬冰淇淋”系列以精心的工艺,打造最美冰爽,加入口感超好的果粒、五彩珍珠等,不仅仅满足人口中自然融化的甜美感觉,还可以咀嚼享受“吃”冰淇淋的感觉,将冰淇淋与传统的冰棒完美结合,口味更好,感觉更酷。

夏季高温吃冷饮当然是一个不错的消暑消热方式。但医生提醒,夏季天气炎热,市民容易大量出汗,此时体能消耗过多,身体疲劳,假如大量吃冷饮会减弱胃肠功能,导致对疾病的抵抗力下降,因此不要过度贪凉,导致疾病发生。

中消协:七成消费者不满意国内保健食品

《保健食品注册与备案管理办法》将于7月起正式实施,中消协日前公布的调查报告显示,七成消费者对国内保健食品市场不满意,超过六成的消费者不相信保健食品的广告宣传。

中消协的调查报告显示,约七成消费者对国内保健食品市场总体评价“不太满意”,满意度只有三成。此外,超过六成的消费者对市场上所谓“保健食品”的广告宣传信任度较低,有超过四成的消费者表示,他们“经常遇到”保健食品冒充药品的现象。

中消协表示,通过调查看出消费者对所谓“保健食品”市场满意度偏低,对虚假夸大宣传表示不满。据了解,虽然现行法律禁止普通食品声称特定保健功能(即27项保健食品功能),但仍有不法商家对普通食品进行违法功效宣传,如各种酒标称为“保健酒”并宣称养生和壮阳功能、饼干宣称养胃、饮料标称为功能饮料可以提神醒脑等。针对老年人和病人,以会议营销方式夸大虚假宣传保健治疗作用

的,其中不少并非保健食品,如食用菌产品宣传抑制肿瘤和调节内分泌、“清断食”果蔬汁宣称排毒养颜和减肥,以及某肝泰胶囊和某护骨胶囊等。此外,一些保健用品、消毒产品等其他产品也宣称各种养生保健和预防功效。如保健膏药宣称强筋壮骨、保健药枕宣称治疗失眠、皮肤消毒喷剂宣称预防性病等,这些产品的功效宣称基本游离在法律法规监管之外。

2015年,国家食品药品监管总局通告了51家“保健酒”、配制酒企业69种产品违法添加行为,仅有两个产品标识保健食品批准文号,经核也均为涉嫌假冒保健食品,因此通告中所有违法添加产品均非保健食品。

中消协呼吁政府相关部门进一步明确和完善法律法规和相关标准,明确保健食品以及其他各类声称保健功效产品的监管定位和职责,同时加大执法力度,严厉查处保健食品市场存在的质量低劣、假冒伪劣、虚假宣传等涉嫌违法的行为。(人民网)



为切实加强安全生产宣传教育工作、推动安全生产形势持续稳定向好,日前,沈阳市安全生产监督管理局以“强化安全发展观念,提升全民安全素质”为主题,组织执法人员走上街头,在住邦·万晟广场开展“全国安全生产月”主题宣传活动。他们以宣传展板、图解和回答群众咨询、案例分析等形式,向广大群众详细讲解安全生产生活、预防和杜绝安全风险隐患方面的知识,同时还给过往群众发放《人员密集场所安全必备》《从业人员安全手册》《全民防灾减灾》《安全一天提示》等宣传读本共计10余种500余册,从而进一步强化了群众的安全防范意识和自我安全保护能力。

土地使用权注销公告

根据《中华人民共和国土地管理法》第五十八条规定,依据市政府专题会议纪要【22】号会议精神以及白城市国有建设用地使用权收购方案(JKCB2016-03地块和JKCB2016-04地块),收回吉林四季纺织有限公司和白城市光华染织公司国有土地使用权(明细附后)。依据《土地登记办法》第五十六条规定,对收回的国有土地使用权予以注销登记。国有土地使用证自公告之日起作废。特此公告。

白城市国土资源局
2016年6月30日

附:注销土地登记明细

序号	权利人	坐落	用途	使用权类型	面积(平方米)	土地证号
1	吉林四季盛宝纺织有限公司	幸福11委	工业	出让	9091.80	白国用(2010)第080113602号
2	吉林四季盛宝纺织有限公司	幸福11委	工业	出让	58194.46	白国用(2010)第080113604号
3	吉林四季盛宝纺织有限公司	幸福11委	工业	出让	44978.08	白国用(2010)第080113603号
4	吉林四季盛宝纺织有限公司	幸福11委	工业	出让	76477.72	白国用(2010)第080719017号
5	白城市光华染织公司	幸福11委	工业	划拨	7949.31	白国用(籍)字第2.07.1-036号

一辆载满鲜桃的货车在连霍高速新疆昌吉段侧翻,桃子滚得到处都是,司机手足无措……路过的车辆接连停下,素不相识的人自发帮忙,将桃子重新归置入筐,整整齐齐码放路边。翻倒的货车也被众人扶正合力推向应急通道,避免了二次事故和交通拥堵……

6月19日发生在高速公路上的这一幕,被路边监控记录下来,暖心的救助视频在网上大量转载,获赞无数。“好感动,不再是哄抢……”与以往曝出的哄抢货物、趁火打劫不同,这些路人没有漠

视,更没有哄抢,而是自发自愿地有秩序地归还货物,暖心故事感动着越来越多的人。众人拾柴,物归原主,看似平常,但

民生话题

凡人善举带来的力量不平凡

这份源自民间、源自人最本能的善举让每个人真切地感受到人与人之间最简单的温暖和爱心。留心观察,这样的善举其实常常发

生。维吾尔族青年高速公路救人、六旬老人拯救落水学生……这些不同民族、年龄各异的热心人在他人受困时伸出热情援手,用行动诠释人性的善良美好,标出现代社会应有的温度;这些来自凡人的善举犹如一股清流,唤醒人们对真善美的信心。

正如一位网友所说:“小小善举的弘扬将会感召无数人向善向好,凝聚社会无穷的力量。”我们赞美他人的善举,更应当将感动转化为自身行动,让美德生根发芽,让善行拔节生长。(据新华社)

白城市国投公司开展庆祝建党95周年演讲活动

本报讯(李莹莹)7月1日下午,白城市国有资产经营投资有限公司举办了以“党在我心中”为主题的演讲比赛活动,共庆党的生日。

演讲比赛在音乐声中拉开了帷幕,首先,由主持人带领在场人员,面对鲜艳的党旗,举起右手,以真挚的情感和饱满的热情,重温入党誓词。接下来参赛者进行了精彩的演讲,围绕“党在我心中”的主题,参赛者自拟题目,结合自身经历与工作实际,从多个角度阐释了“党在我心中”这一要义。他

们用生动的语言和激情的演讲,感动了在场的每一位听众,赢得了现场听众一阵又一阵热烈的掌声。

此次比赛为国投公司及直属企业员工搭建了一个展示自我的平台,充分展示了员工热爱党、热爱公司、热爱生活、积极进取的良好风貌。选手们精彩的演讲也让大家受到了心灵的震撼和灵魂的洗礼,激励着全体员工加倍学习,完善自我,将爱党、爱公司、爱岗位情怀化为前进的动力,心怀感恩,回报社会。



演讲比赛结束后,参赛者在党旗前合影。

孙菁摄

随着中国提出“创新发展”理念,更多高技术含量、高制造质量、高知名度的中国产品正在风靡全球。无人机、智能手机、家用电子产品等“中国智造”扬帆海外,并通过本土化运营扎根当地,实现全球化价值。

美国:“全本土化”助力无人机远征

当美国多数厂商把无人机视为“玩具”,将目光局限于发展固定翼飞机和大飞机时,中国无人机企业瞄准市场空白,以创新技术产品迅速抢占消费级无人机市场,让美国公司“追悔莫及”。

在主力消费级无人机产品推出的早期,大疆将当时闻所未闻的无人机带到好莱坞和硅谷,受到电影人和科技界的热捧,并在全球产生示范效益,“大疆创新副总裁王帆说,大疆的海外推广之路主要建立在无人机新奇有趣、稳定性极高、功能极大拓展用户视野等特性上。

统计数据显示,大疆无人机产品在美国市场上的份额已经超过半。大疆远赴他国进行“客场作战”时,采取了“全本土化”策略,这减少了中外方团队的磨合成本,让企业真正“落地生根”。

如果说大疆已经成长为消费级无人机领域的“大哥大”,亿航则有可能成为行业无人机和载人无人机的“领头羊”。

今年1月,亿航在美国拉斯韦加斯发布全球首款载人无人机“亿航184”,轰动科技界。5月,美国伦格生物技术公司与亿航宣布了为期15年的合作,由亿航为其提供1000架定制版“亿航184”用于运输移植的器官。“亿航184”还将于年内在内华达州展开载人测试,内华达州将帮助亿航向美国联邦航空局申请报批,以推动这种“无人机出租车”商业化。

亿航联合创始人、首席运营官严治庆接受记者采访时说,亿航尊重国际化的游戏规则,重视技术积累与分享。这家企业希望与美国公司一起打造生态链,做好一个飞行平台,“借力而行”。

欧洲:技术与市场“双轮驱动”华为

今年4月登陆欧洲市场的华为P9系列智能手机正在热销,通过技术与市场的“双轮驱动”,华为正成为欧洲消费者最熟悉、认可度最高的中国品牌之一。

华为英国和爱尔兰消费者业务国家主管揭锦锋介绍说,自2013年6月华为P6手机在伦敦首发以来,华为P系列手机在英国销量稳步提升。P9自上市之初至今,月均销量已达到上一代产品P8的5倍以上。

在法国,P9上市以来销售额与P8相比增长超过800%。华为法国公司总经理宋凯说,华为希望通过推出P9,成为继三星、苹果后在法国最受欢迎的第三大手机品牌。

“持续增长的企业创新能力、支持法国中小企业创新发展以及与法国数字生态圈的不断融合,是华为在法国行业内受到广泛认可的重要原因。”宋凯说。华为在法国投资计划高达19亿美元,包括加大对法国本地供应商的采购、为当地高端人才创造就业机会等。

揭锦锋将华为手机占领国内市场,打入国际市场的秘诀归因于“技术和市场双轮驱动”。华为每年至少投入销售收入的10%用于研发。过去10年,华为研发投入累计超过1900亿元人民币。

揭锦锋说,目前华为在中国、日本、美国等多地设立了16个研究所,集不同地区优势打造产品;在巴黎设立美学研究所,跟踪全球时尚潮流;还和合作伙伴在全球创建28个联合创新中心,根据当地消费者习惯和应用开发产品;市场方面,华为逐步在全球建立本地化营销团队,加强当地消费者需求调研。

P9与德国徕卡的“强强联合”被华为视为深度推动技术创新、提升品牌知名度的范本。“未来的创新是联合创新,华为正

在加大和产业链不同领域的企业进行联合创新,从而促进产业的快速革新”,揭锦锋说。

亚洲:小米刷新“中国制造”形象

恐怕只有印度的热浪才足以形容印度“米粉”的热情。2014年6月,小米正式进入印度市场,印度年轻人高举着绘有“米兔”形象的海报,排成长龙等待新品发售。在印度本土最大电商弗利普卡特公司进行的小米3手机“闪存”活动,第一次售罄用时39分钟,第二次仅用5秒。

市场调查公司IDC的数据显示,小米现已成为印度第三大电商销售手机品牌。红米Note3手机在印度两个月就售出超过60万部。今年一季度印度可穿戴产品市场上,小米手环位列首位,占据了27.1%的市场份额。

印度《展望》杂志撰文形容中国手机:“它们光滑、时髦,有工艺、价格低廉,它们是中国制造”;并指出,中国手机压低了印度手机市场的定价,使普通人更有能力购买手机。去年四季度,中国品牌已占据印度手机市场份额的22%。

小米方面向新华社记者表示,印度电商市场的稳定增长是小米成功的因素之一;小米也专注产品本身,逐渐在“粉丝”中树立品牌形象,基于“粉丝”口碑,销量得以稳定增长。

在韩国,小米小家电产品也成为市场宠儿。韩国最大购物网站Gmarket数据显示,小米产品夺得了该网站2015年手机移动电源和体重秤销量排行榜冠军,小米耳机也进入了耳机销售排行榜前十名。

过去,韩国民众普遍认为“中国制造”廉价低质,现在小米产品却做到了物美价廉。“中国制造”带来高性价比商品的观念正在韩国消费者中扩散。

非洲:太阳能缓解区域电荒

在肯尼亚最大的贫民窟基拉贫民窟,中国制造的太阳能节能电灯照亮了居民卡玛乌的小屋。贫民窟经常断电,居民多用蜡烛照明。不久前,卡玛乌花了2000多先令(约合人民币130元)买了太阳能灯。“太阳能灯照明亮度更高,而且安全、方便”,他说。

去年4月,35岁的中国人张鹏飞在肯尼亚创办了非洲阳光电子工程公司,成为“中肯半导体照明技术转移中心”试点项目,向肯尼亚转移中国的半导体、太阳能照明产品的装配、制造技术。自年初销售以来,家用太阳能照明设备已卖出近1000套。

张鹏飞为公司规划了“三步走”战略:先做好家庭太阳能照明设备推广,然后打开市政太阳能照明系统市场,最后建立城市或周边乡村的太阳能发电站和电网,“将清洁能源输送到肯尼亚的千家万户”。

数据显示,在撒哈拉以南非洲地区,仅有五分之一的人口没有用电困难。非洲巨大的电力缺口和得天独厚的日照条件,让中国光伏企业找到商机。过去中国对非出口产品以纺织品、日用百货等传统“刚需”产品为主,而近年来,采用创新技术的光伏产品出口正稳步增长。

除了张鹏飞的初创企业,很多中国大型光伏企业已在非洲大陆“深耕”。无锡尚德太阳能电力有限公司2011年进入非洲市场,光伏项目装机集中在南非、肯尼亚、摩洛哥等国,平均规模大于欧美等成熟市场。

全球环境基金气候变化专家戴维·罗杰斯说,中国投资对非洲实现清洁、可持续发电很有帮助,可帮助当地缓解电力短缺,非洲国家应当“移植”中国的技术和经验。(据新华社)

吉林省白城市国土资源局国有建设用地使用权挂牌出让公告

白土新告字【2016】2号

经吉林省白城市人民政府批准,吉林省白城市国土资源局决定以挂牌方式出让下列地块的国有建设用地使用权。现将有关事项公告如下:

一、挂牌出让地块的基本情况和规划指标要求

宗地编号	地块位置	拟用地面积(平方米)	土地用途	容积率	建筑密度	出让年限(年)	竞买保证金(万元)
XQ2016-03	生态新区长白路西、图马路南	5324.3	商业	≤0.3	≤30%	商业40	230
XQ2016-04	生态新区横六路北、横五路南、纵十一路	35300	商住	≥1.0, ≤1.75	≤35%	商业40住宅70	1500

二、中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织可申请参加,申请人应当单独申请。其中XQ2016-03号地块,申请人必须具备石油、天然气、燃气生产和供应营销资质方可申请。

三、本次国有建设用地使用权挂牌出让按照价高者得原则确定竞得人。

四、申请人可于2016年6月30日至2016年7月27日,到吉林省白城市国土资源局

交易中心向我局提交书面申请。交纳竞买保证金的截止时间为2016年7月27日15时。

经审查,申请人按规定交纳竞买保证金,具备申请条件的,我局将在2016年7月27日16时前确认其竞买资格。

五、本次国有建设用地使用权挂牌地点为吉林省白城市国土资源局一楼;上述地块挂牌时间不少于10日,具体挂牌时间为:2016年7月20日9时至2016年7月29日16时;

六、挂牌时间截止时,有竞买人表示愿意继续竞价,转入现场竞价,通过现场竞价确定竞得人。

七、联系方式与银行帐户
地块咨询电话:0436-6982017
报名竞买电话:0436-3352190
报名竞买地址:吉林省白城市中兴西大路40号
联系人:孙海峰
开户单位:白城市国土资源局交易中心
开户行:中国银行股份有限公司白城分行
账号:158817051890

吉林省白城市国土资源局
2016年6月30日