

# 有奖征集抱犊精品酱油、食醋产品名称、标识

2016年是山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司成立六十周年,为提升抱犊产品的市场竞争力,做大做强枣庄当地品牌,经公司研究决定,将面向社会征集抱犊精品酱油、食醋产品名称、标识(标签)。方案如下:

- 一、征集内容
  - 1、产品名称
  - 2、标识(标签)
- 二、征集范围  
面向专业广告公司、设计工作室、社会各界及对设计感兴趣并具备相应能力的应征人。
- 三、要求
  - 1、要体现本公司是1956年建厂的枣庄老字号企业,标识(标签)中有1956等元素。
  - 2、要体现本公司产品的生产是在采用了古法传统工艺精髓的基础上,又融入了现代高新的生产技术。
  - 3、此两种产品是本公司最高档次产品。
  - 4、标识(标签)为全标(包瓶一周),主面由名称和图案组成,名称可用汉字、拼音或英文,也可采用缩写方式;侧面为配方、营养表、厂名厂址、条码等内容。规格为:长26.0CM×高10.6CM。
  - 5、产品名称、标识(标签)要独特、新颖、大气,且寓意深刻、具有前瞻性和时代感。
  - 6、标识(标签)图案清晰、明快、简洁,色彩搭配合理、醒目,

图案、文字、符号等组合协调统一,视觉冲击力强。  
7、所有参与应征提交的作品均不退还,请应征者自留底稿。

- 四、参与方式
    - 1、直接面交。
    - 2、发送电子邮件。电子信箱:BDTW666@163.com
    - 3、联系电话:0632-3759712
  - 五、投稿截止日期  
本次征集活动投稿截止日期为2015年12月19日。
  - 六、奖项设置  
分别设一等奖1名,奖金5000元;二等奖2名,奖金各1000元;入围奖若干名,赠送精美礼品一份。
  - 七、权属说明
    - 1、中奖作品的著作权、版权等一切权益归征集人所有。
    - 2、应征者应当保证其提交的应征作品为独立完成原创作品,同时未曾授权他人对作品进行任何形式的发表、使用或开发,且最终使用者在使用该设计方案的任何一部分时,免受第三方提出的侵犯其专利权、商标权或工业设计权等的起诉。否则,一切责任由原创作者自负。
- 本实施方案未尽事宜,由组委会办公室负责解释。  
山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司  
2015年10月16日

## 商务部:未来家具家电预期购买率上升

商务部研究院连续六个季度对5000名年龄在23岁以上的城市受访者进行消费预期调查,调查数据取自过去五个季度对北京、上海、广州、成都、兰州、绍兴等10个城市的5000名受访者的问卷调查,问题针对商品房、租赁房、出境旅游、培训产品、汽车、大件家具、各类家用电器等19种大件大额消费品展开,然后依据受访者的学历、职业、月收入水平进行分类分析。

调查显示,第四季度大家具、空气净化器、电视机和冰箱的预期购买率环比均有上升,空调和洗衣机的预期购买率环比下降,同比上升。

空调:商务部研究院日前对5000名城市受访者进行的一项问卷调查显示,2015年三季度空调的预期购买率为14.6%,环比上升,同比上升。

受访者看涨2015年三季度空调价格的比例为49.2%,连续四个季度上升,同比显著上升;看平的比例(38.6%)持续下降,同比显著下降;看跌的比例(12.1%)连续三个季度下降,同比略有上升。

受访者预期2015年三季度选择通过“实体店”购买空调的比例(65.9%)环比下降,同比下降;选择“实体店+网购”的比例(30.9%)小幅下降,同比上升;选择“纯网购”的比例(3%)小幅上升,同比下降。

在预期通过网络购买空调的受访者中,使用电脑终端的比例(59.4%)小幅回升,使用移动终端的比例(38.4%)持续上升。

电视机:商务部研究院日前对5000名城市受访者进行的一项问卷调查显示,2015年三季度电视机的预期购买率为10.8%,环比上升,同比持平。

受访者看涨2015年三季度电视机价格的比例为29.4%,环比下降,同比显著上升;看平的比例(52.1%)上升,同比显著下降;看跌的比例(18.5%)回升,同比上升。

受访者预期2015年三季度选择通过“实体店”购买电视机的比例(57.1%)环比下降,同比下降;选择“实体店+网购”的比例(37%)和选择“纯网购”的比例(5.7%)均有所上升,同比上升。

在预期通过网络购买电视机的受访者中,使用电脑终端的比例(62.3%)回升,使用移动终端的比例(35%)回落。

洗衣机:商务部研究院日前对5000名城市受访者进行的一项问卷调查显示,2015年三季度洗衣机的预期购买率为7.1%,环比上升,同比上升。

受访者看涨2015年三季度洗衣机价格的比例为26.7%,回落,同比上升;看平的比例(56.3%)回升,同比显著下降;看跌的比例(17%)回升,同比上升。

受访者预期2015年三季度选择通过“实体店”购买洗衣机的比例(54.8%)环比下降,同比显著下降;选择“实体店+网购”的比例

(36.7%)和选择“纯网购”的比例(7.1%)均有所上升,同比上升。  
在预期通过网络购买洗衣机的受访者中,使用电脑终端的比例(53.8%)持续下降,使用移动终端的比例(41.5%)持续上升。

冰箱:商务部研究院日前对5000名城市受访者进行的一项问卷调查显示,2015年三季度冰箱的预期购买率为7.8%,环比上升,同比下降。

受访者看涨2015年三季度冰箱价格的比例为33.7%,连续三个季度上升,同比显著上升;看平的比例(49.7%)持续下降,同比显著下降;看跌的比例(16.7%)连续四个季度下降,同比略有上升。

受访者预期2015年三季度选择通过实体店购买冰箱的比例(57.4%)环比下降,同比显著下降;选择“实体店+网购”的比例(34.9%)和选择纯网购的比例(7.2%)均有上升,同比上升。

在预期通过网络购买冰箱的受访者中,使用电脑终端的比例(54.3%)持续下降,使用移动终端的比例(41.9%)持续上升。

空气净化器:商务部研究院日前对5000名城市受访者进行的一项问卷调查显示,2015年三季度空气净化器的预期购买率为6.8%,环比显著下降,同比小幅上升。

5000名受访者中,看涨2015年三季度空气净化器价格的比例为33.6%,环比略有下降,同比大幅上升;看平的比例(50.7%)环比略有上升,同比大幅下降;看跌的比例(15.8%)环比略有上升,同比上升。

受访者预期2015年三季度选择实体店购买空气净化器的比例为48%,环比、同比均显著下降;预期选择“实体店+网购”的比例为41.2%,环比、同比均显著上升;预期选择“纯网购”的比例为9.8%,环比、同比均有小幅上升。

在预期2015年三季度通过网络购买空气净化器的受访者中,预期使用电脑终端的比例占55.9%,环比下降,同比大幅下降;使用移动终端的占40.1%,环比上升,同比大幅上升。

大家具:依据商务部研究院日前对5000名城市受访者进行的一项问卷调查显示,2015年三季度大家具的预期购买率为9.9%,环比略有上升,同比小幅上升。

受访者中看涨2015年三季度大家具价格的比例为23.3%,看平的比例为60.6%,看跌的比例为16.1%,环比没有显著变化。

受访者预期2015年三季度选择实体店购买大家具的比例为58.6%,环比小幅下降,同比大幅下降;预期选择“实体店+网购”的比例(32.3%)和纯网购的比例(7.8%)环比、同比均有上升。

而在之前预期2015年一季度通过网络购买大家具的受访者中,使用电脑终端的比例(49.2%)下降,同比大幅下降;使用移动终端的比例(42.8%)上升,同比大幅上升。

## 家电圈一周要闻

1、10月下旬,由中国电子视像行业协会、奥维云网主办的“2015年第三季度中国电子信息产业经济运行暨彩电行业研究会”召开。中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋公布数据显示,今年1—8月,彩电产销略有增长,农村市场机会大,而4K显示已成标配。

2、据悉,合肥第九届家博会将于11月13日至15日在合肥滨湖国际会展中心举行。记者了解到,已有格力、惠而浦、美的、创维、三星等近500家企业报名参展。苏宁云商作为本届家博会协办单位之一,将为本届家博会搭建线上线下互动销售平台,打造首届家电直购节。

3、10月26日,京东、国美在线都在北京发布今年“双11”的战略战术。结合此前阿里苏宁的打法,今年“双11”,阿里主“玩”、苏宁主“攻”,京东释放朋友圈资源,国美在线主打为消费者服务“练基本功”。而今年零售服务领域则出现强强联合的态势,比如天猫+苏宁,京东+腾讯。

4、10月底,据消息称,根据韩国媒体的一份报道,三星已经成功打入Apple Watch的屏幕供应链。三星的显示器部门已于稍早开始为Apple Watch供应OLED面板,而且苹果正在考虑是否将三星的OLED面板用于iPhone等其它产品。三星、苹果方面还未回应。

5、10月27日,记者从长虹相关负责人处获悉,长虹已与松下达成整合三洋电视在中国区(香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾除外)的业务战略合作协议,包括长虹接收三洋电视研发团队、营销团队、销售渠道等,及三洋电视品牌中国区使用权。随着国内彩电厂商技术创新能力不断增强,近年来,中国彩电品牌已逐渐成为全球彩电市场的主力军。

6、10月27日,中国消费者协会发布今年第三季度全国消协组织受理投诉情况分析,其中,家用电子电器以27158件的投诉量高居商品类投诉榜首,占商品投诉总量的三分之一。日用商品类、服装鞋帽类、交通工具类、房屋及建材类等四类商品投诉分别居第二到第五名。

7、10月27日,第118届广交会第二期落下帷幕。第一期亮相的家电业,成交额“块头”最大,占到了当期成交额总量的37.2%,成交额同比增长达9%。在多行业外贸增速减缓的背景下,家电在广交会上交出令人满意的成绩单。

8、10月28日,从中国家用电器研究院测试技术研究所获悉,我国新版空气净化器国标出台之后,目前已有10个品牌的11个型号的空气净化器产品首批通过新国标测试。值得注意的是,在新国标对产品的认证标准进行了较大幅度修订的背景下,此次通过新国标测试的空气净化器品牌以外资品牌居多,国内品牌仅占据了很少部分。

9、10月30日,由中国家用电器商业协会主办的“萌芽与璀璨,光荣与梦想——2015中国家电30年高峰论坛暨金筹奖颁奖盛典”在北京隆重举行。此次颁奖盛典对中国家电行业30年来作出突出贡献、取得突出成就、行业影响重大的一大批个人和企业进行了隆重表彰,以此树立行业标杆,弘扬行业正能量,营造良好的行业环境,激励全行业争先创优,使中国家电产业实现健康可持续发展。

### 艺海楼玉器 传播玉文化的殿堂

## 艺海楼为您讲解 和田籽料原皮的特征



艺海楼玉器专营店总经理 李强元

和田玉籽料,原矿藏在“万山之祖”的昆仑山深处,经历天地沧桑的变迁、风霜雨雪的侵蚀,一些玉石破山而出,裸露于天地之间。后来玉块崩落到山涧中,滚动在河道里,经过河水冲刷磨蚀,失去棱角,变得光滑,呈卵石状,形成籽料。多有黄、黑、红、褐等皮色。随着和田玉资源的枯竭,造假仿冒之风盛行,用差些的玉料在机器里滚成籽料外形,再烧上皮子,没有经验的买家很容易上当。今天,艺海楼玉器为您讲解和田玉籽料原皮的特征。

一、全包裹、微透明。了解和田玉籽料的成因,就知道和田玉料呈浑圆状,外表有厚薄不一的皮壳,颜色常有枣红皮、秋梨皮等。浑圆状的玉料,皮色必然是全包裹的,呈微透明,有油脂感,手握1—2分钟,既见其“出汗”。

二、颜色自然。籽料在河床中经千万年冲刷磨蚀,自然受沁,它会在质地松软的地方沁上色,颜色应是由深变浅。这种皮色是自然、喜人的,抢眼而不得眼,并且色泽随岁月增进愈显亲和力。

三、皮色有层次感,皮肉呈渐变过渡状。由于籽料的皮色是在原砾石表面慢慢形成的,是风化和水的解析作用以及大、小气候循环制约等因素共同制造的,是分阶段的,所以颜色沁入玉内有层次感,皮和肉的感觉是一致的,呈渐变过渡状。

四、皮似有一层不同颜色的毛毡。由于形成璞玉的特殊条件以及透闪石矿物的纤维交织结构,这类籽料尽管已风化磨蚀为浑圆状,但表面仍会有无数细细密密的“小砂眼”,呈毛毡状,在10倍放大镜下可以看出。

免费鉴定地址:  
枣庄市青檀北路102号  
免费鉴定电话: 3222288