

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;侧后面为配方、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,且最终使用人在使用该设计的任何一部分时,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

家电圈一周要闻

1、11月13日,在第九届中国(合肥)国际家用电器暨消费电子博览会上,2015年度中国家电“能效之星”评价结果揭晓,包括惠而浦(中国)、海尔、格力、海信、创维等19家企业的77个型号产品获此殊荣。根据规定,只有入选目录的产品才被授权使用该标识,标识两年内有效。

2、11月16日,使用阿里天猫魔盒的用户升级后突然发现,盒子上自己安装的直播类APP被悉数卸载了,用户也无法再自己安装第三方的直播类APP。据了解,阿里YunOS对OTT系统进行升级,屏蔽用户自己安装的相关直播类应用,是为了响应广电总局的政策要求。

3、2015年11月,位于安徽合肥的惠而浦中国总部暨全球研发中心在瑟瑟秋雨中奠基。同时将建成年产200万台变频滚筒洗衣机和1000万台程控器生产项目,预计2017年完工,首期投资20亿元。

4、2015年11月,格力手机2代G0128已经在工信部上登记,且配置和照片都已流出。格力自从宣布做手机以来,一直被外界诟病,但这并没有影响格力董事长董明珠做手机的计划。格力手机一代没有面向消费者销售,但其也有一套自己的售卖途径。

5、2015年11月,中国家用电器研究院测试技术研究所公布了首批获得洗衣机新国标中最高级别A+性能认证的产品名录,包括海尔、小天鹅、美的、松下、创维等品牌的13个型号洗衣机和干衣机获得认证。据悉,这批洗衣机在主要性能指标上已经达到了欧盟最高级别评定标准,也是我国大家电产品中首个瞄准欧盟标准制定的高端家电电量化指标。

6、11月16日,五星电器总裁潘一清和德国SAP公司大中华区总裁Mark Gibbs签署战略合作备忘录,标志着五星电器正式升级全渠道数字化转型战略。

7、11月17日,商务部新闻发言人沈丹阳在例行新闻发布会上表示,“双十一”网络促销现象形成的基本原因是电子商务市场化程度高,市场需求拉动明显。“政府是乐见其成的,并给它创造一个比较宽松的环境。”同时也表示,“双十一”背后的“冷”思考值得重视,如假冒伪劣商品、大平台优势地位、消费者权益保护、促销宣传的真实性、人为造成市场波动等。

8、11月18日晚间,美菱电器披露公司非公开发行预案,公司控股股东四川长虹表示拟使用现金近4亿元参与美菱电器非公开发行股票认购。

9、11月18日,由中国大屏幕协会主办的首届中国激光电视产业化(成都)峰会在蓉举行,未来两三年,激光电视、激光投影机及激光影院等新产品或将大规模走向市场,形成年产值超百亿元的激光显示产业集群,将给人们带来全新的、更加完美的视听享受。

10、11月20日下午,中家院(北京)检测认证有限公司在京成立,其隶属于中国家用电器研究院。将为广大企业提供包括检测、产品认证、产品评测评价、风险评估、标准及技术规范制修订等相关解决方案。首批开展的检测涉及到智能冰箱、智能洗衣机、智能空调、冰箱、酒柜、空调器、洗衣机、热水器、吸油烟机、微波炉、电饭煲、电磁灶等各类产品。

健康小家电走俏 未来或成行业新增长点

目前,各家电卖场中空气加湿器、电炖盅、足浴盆等各类主打健康功能的小家电被摆放在卖场最显眼的位,各种促销活动也围绕这些小家电展开。据某家电卖场销售人员介绍,进入11月以来,加湿器的销量有了明显提升,较之上月提升50%以上,尤其是最近,一些热门型号每天能卖到十多台。借助“双11”,某品牌电暖器推出了“超级英雄暖爸”即超级暖爸和英雄暖爸两款电暖器,并将此命名为“取暖a计划”借势营销。消费者李女士在卖场选购了一台具有按摩功能的足浴盆送给父母,她表示,现在天冷了,每天让父母泡泡脚、按按摩,可以促进血液循环,让父母保持身体健康。

此外,许多小家电新品也都添加了健康功能,例如暖风机添加了空气过滤系统、电暖气添加了红外线保健功能等,以贴合消费者需求。如今,人们越来越注重养生与保健,这些主打健康的小家电,将成为未来家电行业新的增长点。



小家电一样玩“触网”

“互联网+”概念无疑是今年家电行业的“主旋律”,小家电也毫不意外地搭上了这趟顺风车,在传统产品更新换代的过程中,众多品牌选择了让新品“触网”。

在某家电卖场,一位销售人员向笔者介绍了一款电饭煲:“这款电饭煲拥有智能功能,不仅能实现远程操作,让您远离油烟困扰,还能在互联网上下载菜单,非常方便。”而某电商网站销售的智能面包机也内置了wifi芯片,消费者只要下载手机app,不管远在何处,都可以实现远程操控。此外,不用下床就能操控的电热扇、与手机闹铃同步的咖啡壶……这些“触网”的小家电也都人气颇高。

不过,也有行业专家指出:真正的“互联网+”,绝不是简单的wifi功能,一些企业不过是把“互联网+”当成了促销的噱头,所谓的互联网功能,也存在着使用不便捷、使用率偏低等问题,这也是各企业应当考虑的问题。

选购产品避免误区

面对市场上令人眼花缭乱的小家电,消费者应该如何选择?专家建议,在选购小家电时,应该认准“两个未必”和“两个必须”。

首先,小家电未必是功能越多越好,关键是要贴合自己的需求,例如一款功能简单、价格实惠的电炖盅就能满足人们煲汤的需求,更多花哨的功能不仅会增加开支,还会增加损坏的风险。其次,小家电未必越便宜越好,一分钱一分货,相同功能的小家电如果价格低得离谱,消费者就要多注意了。

与此同时,消费者还必须认准“两个必须”:首先,一些杂牌小家电虽然价格便宜,但是质量未必达标,目前许多小家电品类又没有统一的行业标准,因此认准知名品牌是必要的。其次,消费者选购小家电时,必须问清保修时限与售后维修的相关事宜,小家电由于品牌各异,一旦损坏修理起来特别麻烦,一些小品牌很难找到售后服务点,价格也没有统一的规范,而选择正规渠道购买,则可以免去购物的后顾之忧。



艺海楼玉器 传播玉文化的殿堂

艺海楼为您讲解 玉不琢不成器

由于翡翠、和田玉是不可再生的稀缺资源,只会越来越少,越来越贵。于是不少藏家把收藏的目标瞄准了原始玉料,甚至出现了“赌玉”的不良投机现象。

中国古训:“玉不琢不成器”。表明一块玉石如果不经过精雕细琢,就不可能成为一个精致的玉器,只有成器后才能体现出真正的价值,也就是说在玉石的原有价值上增加了艺术附加值。一件好的玉雕作品,它体现了制作者的文化学识、艺术修养、雕琢功力,将玉材美、形态美、工艺美术有机地结合起来,这也是玉雕的最高

境界,使人们在品味、鉴赏、把玩中得到享受。目前有些玉器收藏爱好者一味追求原料、原石,而忽视雕工的优劣及设计体裁的文化内涵。作为一件藏品,它必须具备一定的可收藏性,深厚的文化内涵、精湛的雕琢技艺,这些都是收藏性中不可缺少的部分。

玉贵雕刻。这是一次脱胎换骨、洗心革面的大手术,玉坦然承受。有人将自己视作一方玉,“有匪君子,如切如磋,如琢如磨”;有人则拒绝一切社会的规范。结果,有人受琢磨而为玉,有人拒绝琢磨而甘为“顽石”。玉不琢,不成器。“卞和献玉”

的故事也印证了这个道理。璞玉,未经雕琢,质地再美,也只能称作“玉石”,不能称为“宝玉”。卞和有识玉的本领,这是他的长处,然而,他的短处是不明“玉不琢,不成器”这个道理,以致吃了大亏,这是玩玉者应引以为鉴的。所以,对广大收藏者和投资者来说,要牢记中国的古训:“玉不琢不成器”,或许对你的玉器收藏有所帮助。

免费鉴定地址:
枣庄市青檀北路102号
免费鉴定电话:3222288



艺海楼玉器专营店总经理 李强元